การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15
และเครือข่ายวิจัยประชาชื่น ครั้งที่ 5

โลกไร้พรมแดน
: ทิศทางการศึกษา สุขภาวะ และนวัตกรรม

จัดโดย

วิทยาลัยครุศาสตร์ ร่วมกับ สายงานวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

และเครือข่ายวิจัยประชาชื่น



วันศุกร์ที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2563

ณ ห้องประชุม ดร.ไสว สุทธิพิทักษ์ อาคาร 6 ชั้น 7

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

DPU มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ วิทยาลัยครุศาสตร์

PRN เครือข่ายวิจัยประชาชื่น Prachachuen Research Network

RSC Research Service Center Dhurakij Pundit University

สารจากอธิการบดี

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่น ครั้งที่ 5 ในหัวข้อ **“โลกไร้พรมแดน : ทิศทางการศึกษา สุขภาวะ และนวัตกรรม”** โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยอันจะนำไปสู่ทิศทางการศึกษา สุขภาวะ และนวัตกรรม กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาผลงานไปสู่การสร้างงานนวัตกรรม เป็นเวทีวิชาการสำหรับนักวิชาการ นักศึกษา และผู้ขับเคลื่อนกระบวนการเรียนรู้ในสังคมไทย ที่มุ่งเป้าหมายของการเรียนรู้ที่เป็นการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง และเผยแพร่ผลงานวิจัยอันจะนำไปสู่การประยุกต์ใช้ผลงานด้านการศึกษา รวมทั้งเป็นเวทีส่งเสริมให้นักศึกษา คณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย ตลอดจนบุคลากรที่เกี่ยวข้องในด้านการศึกษา ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ นำเสนอผลงานวิจัยหรือนวัตกรรมใหม่ทางการศึกษา ที่ผ่านการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ตรง เกิดความเข้าใจ ตระหนักรู้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างลึกซึ้ง จนก่อให้เกิดลักษณะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานทั้งในส่วนของภาคการศึกษา หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาทางด้านการศึกษาให้ก้าวหน้าและเข้มแข็งต่อไป

เป็นที่น่ายินดีที่มีผู้สนใจส่งผลงานมาร่วมนำเสนอเป็นจำนวนมาก ในนามของคณะกรรมการผู้จัดการประชุมวิชาการ ขอขอบคุณ วิทยากร ผู้นำเสนอผลงาน ตลอดจนคณะผู้จัดการประชุมที่ทำให้การประชุมครั้งนี้มีคุณค่าและสำเร็จได้ด้วยดี

(ดร.ดาริกา ลัทธพิพัฒน์)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

กำหนดการโครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่น ครั้งที่ 5

โลกไร้พรมแดน : ทิศทางการศึกษา สุขภาวะ และนวัตกรรม

จัดโดย

วิทยาลัยครุศาสตร์ร่วมกับสายงานวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และเครือข่ายวิจัยประชาชื่น

วันศุกร์ที่ 20 มีนาคม 2563 เวลา 08.30 – 16.00 น.

ณ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

เวลา	09.15 – 10.15 น.	บรรยายพิเศษ เรื่อง “โลกไร้พรมแดน: Renaissance Man-การศึกษา” โดย รองศาสตราจารย์ ดร.วรากรณ์ สามโกเศศ อธิการบดีกิตติคุณมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	10.30 – 11.15 น.	บรรยายพิเศษ เรื่อง “โลกไร้พรมแดน : ทิศทางการศึกษา” โดย ศาสตราจารย์นายแพทย์ วิจารณ์ พานิช รักษาการนายกสภาสถาบันอาศรมศิลป์
	11.15 – 12.00 น.	บรรยายพิเศษ เรื่อง “โลกไร้พรมแดน : สุขภาวะและนวัตกรรม” โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นายแพทย์ บรรจบ ชุณหสวัสดิกุล คณบดีวิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	13.00 – 16.00 น.	การนำเสนอผลงานทางวิชาการ

ตารางนำเสนอผลงานวิชาการและบทความวิจัย ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่นครั้งที่ 5

เรื่อง "โลกไร้พรมแดน : ทิศทางการศึกษา สุขภาวะ และนวัตกรรม"

วันศุกร์ที่ 20 มีนาคม 2563 ห้องนำเสนอ อาคารอธิการบดี **ห้อง 3-1 (ห้องออนไลน์ 1)**

ผู้ดำเนินรายการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรรภิรมย์ โกมลารชุน

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
1	**ความเต็มใจจ่ายสำหรับการจ่ายร่วมในระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า**	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นนทร์ วรพาณิชช์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครนันท์ คิดสม	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
2	**A Financial Feasibility Study for the Setting-Up of a Legal Translation Agency: The Case of CRK Translation**	จรุงเกียรติ ภูติรัตน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คมกริช ถาวรวันชัย	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
3	**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี**	เจนจิรา ปราณี จิราภรณ์ ชาวงษ์	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
4	**ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายในการลงโทษผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่าไม้และที่ดินสาธารณประโยชน์**	ปิยังกูร มุกดา	ด้านนิติศาสตร์ กฎหมายและทรัพย์สินทางปัญญาและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
5	**ปัญหาการกำหนดอายุความในการกระทำความผิดอาญาให้เหมาะสมกับฐานความผิด**	กัญญ์ณณัฏฐ์ แสนศรี	ด้านนิติศาสตร์ กฎหมายและทรัพย์สินทางปัญญาและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
6	**ความคิดเห็นของประชาชนริมคลองในพื้นที่โครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำบริเวณคอขวดคลองทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร**	ภูมิภัทร วีระเดชากุล สิริกร กาญจนสุนทร พูนศักดิ์ ไม้โภคทรัพย์	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
7	**อิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน**	นายศุภดา แสนฉลาด รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
8	**ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและสุขภาวะที่พยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า**	มุกมณีย์ ภูวงค์ ดร.ชนัดดา เพ็ชรประยูร	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
9	**อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ที่มีต่อทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น**	เจนจิรา สลาสเรเก่น รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
10	**พฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ของคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี**	วีรวรรณ เทพธรรม ธนารดี คำยา	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
11	**ภูมิปัญญาครูดนตรีไทย ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์**	กนกวรรณ สำอางผิว สาริศา ประทีปช่วง ดุษฎี มีป้อม	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์

ตารางนำเสนอผลงานวิชาการและบทความวิจัย ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่นครั้งที่ 5

เรื่อง "โลกไร้พรมแดน : ทิศทางการศึกษา สุขภาวะ และนวัตกรรม"

วันศุกร์ที่ 20 มีนาคม 2563 ห้องนำเสนอ อาคารอธิการบดี **ห้อง 3-2 (ห้องออนไลน์ 2)**

ผู้ดำเนินรายการ ดร.สุรวี ศุนาลัย

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
1	**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล**	อารียา ศรีแจ่ม ธันย์พัทธ์ ใคร้วานิช	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
2	**เศรษฐกิจผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล**	อารียา ศรีแจ่ม สุธาสินี ใคร้วานิช ธันย์พัทธ์ ใคร้วานิช	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
3	**การรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของตราสินค้า การรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ศิลปินเกาหลี ที่พยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้า**	อนุศรา เอนกพัฒนกิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
4	**การเสพติดอินเทอร์เน็ต และปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีความสัมพันธ์กับภาวะโรคซึมเศร้าของคนวัยทำงาน**	ณัฐเดช ยอแซฟ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร	ด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ สุขภาวะ สุขภาพ และความงาม (Health and Wellness)
5	**การอบแห้งขิงด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่สภาวะความดันต่ำ**	วรพล โพธิ์ศรีทอง วิจัย จันทร์เพ็ง ขวัญชัย จ้อยเจริญ	ด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยี
6	**การลดพลังงานในระบบปรับอากาศแบบแยกส่วนและระบบระบายอากาศ โดยการระบายความร้อนเครื่องควบแน่นของระบบปรับอากาศด้วยลมระบายอากาศ**	ชาญวิทย์ วิทยาวิโรจน์ ดร.วินัย จันทร์เพ็ง	ด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยี
7	**บทบาทและกลวิธีการแสดงตัวโกงลิเก**	คมคาย แสงศักดิ ชนัย วรรณะลี นิวัฒน์ สุขประเสริฐ	ด้านศิลปกรรม งานสร้างสรรค์ และการออกแบบ

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
8	**ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขต วังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร**	ดวงใจ ไทยจันทึก อำนวย ทองโปร่ง	ด้านอื่น ๆ
9	**ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลางสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร**	เจตจันทร์ ราชสินธ์ อำนวย ทองโปร่ง	ด้านอื่น ๆ
10	**ปัจจัยด้านการรับรู้ความต้องการ ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน และการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ที่พยากรณ์อาการกลัวตกกระแสของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์**	วรรณวิศา ลาภสมบูรณ์ดี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณประจักษ์เนตร	ด้านอื่น ๆ
11	**การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย**	ปรวีย์ เพ็ชยะมาตร์ สาริศา ประทีปช่วง วัชรมณฑ์ อรัณยะนาค	ด้านอื่น ๆ

ตารางนำเสนอผลงานวิชาการและบทความวิจัย ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่นครั้งที่ 5

เรื่อง "โลกไร้พรมแดน : ทิศทางการศึกษา สุขภาวะ และนวัตกรรม"

วันศุกร์ที่ 20 มีนาคม 2563 ห้องนำเสนอ อาคารอธิการบดี **ห้อง 3-3 (ห้องออนไลน์ 3)**

ผู้ดำเนินรายการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญธิดา พงษ์ธานี

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
1	**ความฉลาดทางวัฒนธรรมและอิสระการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร**	ธรรมพร แพนเกาะ ปรียานุช อภิบุณโยภาส	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
2	**ทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในบริษัทเอกชนตั้งอยู่ในจังหวัดนนทบุรี**	ชนากานต์ มั่นเรืองเดช ทัดดาว ทับบุรี ปาริชาต ชัยมีแรง อิสราภรณ์ ทนุผล	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
3	**พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลของกลุ่มคนวัยทำงาน**	อาภาพร ภู่ทอง จิราภรณ์ ชาวงษ์	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
4	**กลโกงการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัล**	พิรุฬห์รัตน์ ศรีแจ่ม ธันย์พันธ์ ใคร้วานิช	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
5	**การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสดของไทยไปตลาดจีน**	เมธาพร กิ่งสะกุน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมกริช ถาวรวันชัย	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
6	**การศึกษาความเป็นได้ในการลงทุนธุรกิจชัยวัฒน์เกสต์เฮาส์**	อติญา โอฬารรัตนพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมกริช ถาวรวันชัย	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
7	**ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าปาเต๊ะจากวิสาหกิจชุมชน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ถนนคนเดินจังหวัดภูเก็ต**	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญฑิต ไวว่อง	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
8	**อิทธิพลของการบริหารจัดการทรัพยากรอาคาร และความพึงพอใจในงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชั่นวาย**	เอกชัย สมานบุตร รองศาสตราจารย์ ดร.สุพีชา พาณิชย์ปฐม	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
9	**ทักษะความรู้ที่ได้จากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถาประกอบการทางการบัญชีและไม่ใช่ทางการบัญชีของนักศึกษาบัญชี**	ชลดา ตันรัตนะ นภัสวรรณ จินดารัตน์มณี ภัทรธิดา สาลีสี อิสราภรณ์ ทนุผล	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชีและเศรษฐศาสตร์
10	**ระดับความเครียดและผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร**	กฤษฎา วันดี สริตา ผิวเผือก สุดารัตน์ สิงห์เจริญ ศรายุทธ์ ยิ้มเรือน	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชีและเศรษฐศาสตร์
11	**โอกาสการใช้ภาษาอังกฤษกับการพัฒนาความสามารถการใช้ทักษะภาษาอังกฤษในการประกอบอาชีพนักบัญชี**	ลิปิการ์ แม่นหมาย วลัชณัฏฐ์ พีรทัดกิตติวรา อภิรดี อุดมสุข ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชีและเศรษฐศาสตร์
12	**การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการแรงจูงใจ และการดูแลตนเองที่ส่งผลต่อการตัดสินใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร**	ปิยะฉัตร เอี่ยมบุญฤทธิ์ ดร.ชุติมาวดี ทองจีน	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชีและเศรษฐศาสตร์
13	**เปรียบเทียบความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมและกำไรขาดทุนสุทธิ กรณีบริษัทจดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุน**	พิมพ์ชนก ทับทิมใส	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชีและเศรษฐศาสตร์

ตารางนำเสนอผลงานวิชาการและบทความวิจัย ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่นครั้งที่ 5

เรื่อง "โลกไร้พรมแดน : ทิศทางการศึกษา สุขภาวะ และนวัตกรรม"

วันศุกร์ที่ 20 มีนาคม 2563 ห้องนำเสนอ อาคารอธิการบดี **ห้อง 3-4 (ห้องออนไลน์ 4)**

ผู้ดำเนินรายการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพรินทร์ ชลไพศาล

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
1	**ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะวิชาชีพกับระดับความสุขของนักบัญชี**	บุญญิสา จันทร์ประสิทธิ์ วราสินี ยันแปว สโรชา แก้วดวงเล็ก อิสราภรณ์ ทนุผล	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
2	**ทางเลือกในการประกอบอาชีพของนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิตในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน**	กัญญารัตน์ ตาลิก ณัชชา ธนกิจดำรง ณัฐสุดา บัวจอม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
3	**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนแจ้งวัฒนะ**	อนุวัฒน์ รักษ์ทอง จิราภรณ์ ชาวงษ์	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
4	**ปัจจัยที่มีผลต่อตัวจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน**	พรรณรุ้ง คุ้มพงษ์พันธ์ ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
5	**ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่น**	พงษ์พิชัย ทองนวล	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
6	**ผลกระทบของการจัดการความรู้ที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม**	หัตถชัย สามารถ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หฤทัย นำประเสริฐชัย	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
7	**กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในประเทศ กรณีศึกษากลุ่มประชากรวัยทำงาน**	ณัฐชยา ธรรมสิทธิรักษ์ ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
8	**ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับอัตราการฆ่าตัวตาย**	เพ็ญพิชชา ศรีฟ้า ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี ปัญญสวัสดิ์สุทธิ์	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
9	**การสร้างมูลค่าเพิ่มและกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน กรณีศึกษา : กระเป๋าจากกระสอบยี่ห้อ SACKITEM**	จรรยรัตน์ อุยประเสริฐกุล ณัฐฐา ไตรวัฒนะวานิช	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
10	**การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง การยอมรับเทคโนโลยี และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**	ปริยรุฬห์ ไผทฉันท์ ดร.ชุติมาวดี ทองจีน	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
11	**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคใต้**	จิรโมท รัตนวัน ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
12	**ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย**	สกุล ศุภมาร์คภักดี ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์

ตารางนำเสนอผลงานวิชาการและบทความวิจัย ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่นครั้งที่ 5

เรื่อง "โลกไร้พรมแดน : ทิศทางการศึกษา สุขภาวะ และนวัตกรรม"

วันศุกร์ที่ 20 มีนาคม 2563 ห้องนำเสนอ อาคารอธิการบดี **ห้อง 3-5 (ห้องออนไลน์ 5)**

ผู้ดำเนินรายการ ดร.วาสนา วิสฤตาภา

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
1	**การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี**	ปาริชาติ สุวรรณนุรักษ์	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
2	**การยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และคุณภาพเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**	โอภาส คำวิชัย ดร.ชุติมาวดี ทองจีน	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
3	**ปัจจัยที่มีผลต่อราคาทองคำแท่งในประเทศไทย**	ปภัส หนูสนั่น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คมกริช ถาวรวันชัย	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
4	**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินใช้ในยามเกษียณอายุ ของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่)**	ศาตธัช เลขะวณิช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คมกริช ถาวรวันชัย	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
5	**ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา**	คณพัฒน์ ติรวณิชวงศ์ ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
6	**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**	ทีปกา ชวาลวิทย์ จิราภรณ์ ชาวงษ์	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
7	**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน**	จารุชิต บรมสุข จิราภรณ์ ชาวงษ์	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
8	**นวัตกรรมออกแบบและกลยุทธ์ทางการตลาด กรณีศึกษาโครงการ kiddee project กระเป๋าจากถุงน้ำยาล้างไตของกลุ่มแพทย์และอาสาสมัครที่โรงพยาบาลน่าน**	ธีรพงษ์ ชูกลิ่น นพรัตน์ สุผามาลา	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
9	**ปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีภายใต้วิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชน**	เอกลักษณ์ วิริยะยุทมา พรพรรณ ประจักษ์เนตร	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
10	**ค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร**	ขัตติยา พงษ์จุ้ย นราวัลลภ์ อ่วมอั้น ปภาวดี ชื่นอารมณ์ นภนนท์ หอมสุด	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
11	**กลยุทธิดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล**	วรดา ต่อวัฒนกิตติกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิประภา พันธนาเสรี ณัฐวรรธน์ ศรีสุข	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
12	**ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**	จักรพิสิฐ หนูสุวรรณ ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์

ตารางนำเสนอผลงานวิชาการและบทความวิจัย ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่นครั้งที่ 5

เรื่อง "โลกไร้พรมแดน : ทิศทางการศึกษา สุขภาวะ และนวัตกรรม"

วันศุกร์ที่ 20 มีนาคม 2563 ห้องนำเสนอ อาคารอธิการบดี **ห้อง 3-6 (ห้องออนไลน์ 6)**

ผู้ดำเนินรายการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นักรบ หมื่แสน

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
1	**การจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์**	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมพร โกมารทัต	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
2	**ความคิดเห็นของนักศึกษาชาวจีนระดับปริญญาตรีในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีต่อการเรียนวัฒนธรรมไทย**	ดร.ไพทยา มีสัตย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัญชลี ทองเอม	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
3	**การใช้แอปพลิเคชันในการจัดการเรียนการสอนผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟาในศตวรรษที่ 21**	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัชราภา ตันติชูเวช ธนาธิป เสือขำ	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
4	**การศึกษาคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต**	ดร.พจมาลย์ สกลเกียรติ หนึ่งฤทัย พาภักดี	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
5	**การเรียนรู้เชิงรุก: ความท้าทายของครูไทยยุคการศึกษา 4.0**	ดร. สุดคนึง นฤพนธ์จิรกุล สุวัจนา จริตกาย	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
6	**ปัญหาสุขภาพและความต้องการด้านการดูแลสุขภาพของคนไทย**	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุวดี ภักดีวิจิตร	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
7	**ปัญหาการตัดสินใจระยะสั้นของธุรกิจ : ต้นทุนทางเลือก**	เพียรใจ โพธิ์ถาวร	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์
8	**บทบาทของโคลนบำบัดต่อวิถีสุขสบาย-บทความปริทัศน์**	บรรจบ ชุณหสวัสดิกุล คมสัน ทินกร ณ อยุธยา มนฤดี กีรติพรานนท์ ภัทรา พลับเจริญสุข โสนัชดา ปานชี	ด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ สุขภาวะ สุขภาพ และความงาม (Health and Wellness)

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
9	**การพัฒนาแหล่งโคลนบำบัดเป็นชุมชน OTOP วิถีสุขสบายแบบไทย: การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม**	โสนัชดา ปานชี บรรจบ ชุณหสวัสดิกุล พญ.อัมพร กรอบทอง	ด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ สุขภาวะ สุขภาพ และความงาม (Health and Wellness)
10	**การพัฒนาหน้าจอโต้ตอบอัจฉริยะด้วย Kinect**	วัฒนชัย พุทธาประสิทธิ์ผล อโณชา เหล็งศิริ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ	ด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยี
11	**Nadyeb Web Application: การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันขายอุปกรณ์ตัดเย็บเสื้อผ้าด้วยเทคโนโลยีประมวลผลภาพ**	ชวิศา คงสาหร่าย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ	ด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยี
12	**ระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากรกรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม**	สาธิตย์ มงคลผิวทอง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ	ด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยี
13	**ระบบรายงานสถานะคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์แบบอัตโนมัติ**	วรางคณา เกิดพุ่มนาค ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ	ด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยี
14	**ผลสัมฤทธิ์ของการเรียนโดยใช้ Project Based Learning ผ่านโครงการ Asia Young Designer Awards 2019 ในรายวิชาการออกแบบภายใน 3 สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการออกแบบภายใน**	นลินา องคสิงห	ด้านศิลปกรรม งานสร้างสรรค์ และการออกแบบ
15	**การออกแบบกราฟิกเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR : Augmented Reality) ผ่านหนังสือระบายสี สำหรับเด็กปฐมวัย**	กิรติ ศรีสุชาติ ปรวรรณ ดวงรัตน์ ธนเดช ธเนศกลจักร	ด้านศิลปกรรม งานสร้างสรรค์ และการออกแบบ
16	**แสงซินโครตรอน: ศักยภาพและโอกาสของผู้ประกอบการไทยแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารส่งออก**	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปิยะวิทย์ ทิพรส ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ อ.กุลทิวา โซ่เงิน	ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การบัญชี และเศรษฐศาสตร์

ตารางนำเสนอผลงานวิชาการและบทความวิจัย ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่นครั้งที่ 5

เรื่อง "โลกไร้พรมแดน : ทิศทางการศึกษา สุขภาวะ และนวัตกรรม"

วันศุกร์ที่ 20 มีนาคม 2563 ห้องนำเสนอ อาคารอธิการบดี **ห้องสัจจา 1 (ห้องออนไลน์ 7)**

ผู้ดำเนินรายการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชราภา ตันติชูเวช

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
1	**การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดและหน้าที่ของคำของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ**	ปุณยนุช ฝางคำ	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
2	**การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ**	สุจิตรา นาโค	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
3	**การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับการเรียนแบบปกติ**	นฤมล ขุมทอง	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
4	**การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวันของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ระหว่างการสอนโดยบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site กับการสอนแบบปกติ**	มยุรา สอนภักดี	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
5	**การใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านกุดดินจี่ อาเภอนากลาง จังหวัดหนองบัวลาภู**	กิติยาภรณ์ กล่ำพุทธา	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
6	**ผลการจัดการเรียนรู้ตามแนวทางสะเต็มศึกษาของผู้เรียนที่มีแบบการเรียนรู้ที่แตกต่างกันในรายวิชาวิทยาศาสตร์ ของนักศึกษาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์**	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดนุพล สืบสำราญ	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
7	**คุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีนตามทัศนะของนักเรียน**	อรุณโรจน์ บุญครอง	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
8	**กระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC**	ดร. ธนภัทร จันทร์เจริญ	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
9	**การพัฒนาชุดการสอน เรื่องทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี รายวิชาดนตรีสากล ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา**	ศิลปชัย พิมเนียม ดร.ชาลินี สุริยนเปล่งแสง ดร.วรสรณ์ เนตรทิพย์	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
10	**การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ**	ชลิตา กาพย์แก้ว ภัทรวรรธน์ จีรพัฒน์ธนธร	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
11	**ปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการเล่นดนตรี**	ดร. ชาลินี สุริยนเปล่งแสง	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
12	**การพัฒนาวีดิทัศน์เรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขในโรงเรียนกวดวิชา**	ธนพล กฤตยานนท์ ภัทรวรรธน์ จีรพัฒน์ธนธร	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้
13	**การสำรวจและสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา**	สิริกร โตสติ	ด้านการศึกษาและกระบวนการจัดการเรียนรู้

ตารางนำเสนอผลงานวิชาการและบทความวิจัย ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่นครั้งที่ 5

เรื่อง "โลกไร้พรมแดน : ทิศทางการศึกษา สุขภาวะ และนวัตกรรม"

วันศุกร์ที่ 20 มีนาคม 2563 ห้องนำเสนอ อาคารอธิการบดี **ห้องสัจจา 2 (ห้องออนไลน์ 8)**

ผู้ดำเนินรายการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์พา ทัดภูธร

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
1	**อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ทัศนคติ และบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร**	ชวิศา อุ่นยนต์ รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์	ด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม
2	**การพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้**	พัชรี แสงทอง ณัฏฐกฤษฎ์ เอกวรรณัง	ด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม
3	**การประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต (พ.ศ.2489 - 2506)**	ศุภณัฐ นุตมากุล	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
4	**อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานตอนต้นในกรุงเทพมหานคร**	เจตน์ กลิ่นบุบผา รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
5	**อิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน**	มัทนียา ปรีชาธนาดุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
6	**อิทธิพลของการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค**	พชรวรรณ แจ่มจันทร์ รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
7	**อิทธิพลการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร**	ภัทราวดี เทพทอง รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
8	**การพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2**	บุรัสกร ธรรมขันธ์	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์

ลำดับ	บทความ	ผู้นำเสนอ	สาขาวิชา
9	**การพัฒนาบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4**	นายอมรชัย อินสอน	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
10	**อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค**	กนิษฐ์นาถ สุขสวัสดิ์ชน รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
11	**เงื่อนไขทางสังคมที่ส่งผลต่อการสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี**	พัชรพร จิรแพศยสุข รองศาสตรจารย์ ดร. กังสดาล เชาว์วัฒนกุล	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
12	**อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคเพศหญิง**	กานต์พิชชา ปิ่นบัณฑิตทรัพย์ รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์
13	**การเข้าสู่การปฏิบัติธรรมของหญิงไทยกับสมดุลชีวิตการทำงาน : กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร**	นัชชา จิตรสมบูรณ์ รองศาสตราจารย์ ธนารดี คำยา รองศาสตราจารย์ สิริกร กาญจนสุนทร	ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาผลงานวิชาการ

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิฏิรัตน์ เมฆบัณฑิตกุล

ดร.พงษ์ภิญโญ แม้นโกศล

ดร.อภิเทพ แซ่โค้ว

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาผลงานวิชาการ

รศ.ดร.กล้า ทองขาว	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
รศ.ดร.ธนิดา จิตร์น้อมรัตน์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
รศ.ดร.พินิจ ทิพย์มณี	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
รศ.ดร.อัศวิน แสงพิกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
รศ.ดร.อุทัย บุญประเสริฐ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.ดร.นพ.กฤษณ์ พงศ์พิรุฬห์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผศ.ดร.วิภารัตน์ แสงจันทร์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผศ.ชุตินุช อินทรประสิทธิ์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.ดร.ดารณี เอื้อชนะจิต	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.ดร.ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ	สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน
ผศ.ดร.ธันยากร ช่วยทุกข์เพื่อน	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.ดร.ธิฏิรัตน์ เมฆบัณฑิตกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.ดร.นภดล ทิพยรัตน์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
ผศ.ดร.ปรีชญา ครูเกษตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผศ.ดร.ปิยะวิทย์ ทิพรส	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.ดร.พนารัตน์ ลิ้ม	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.ดร.พัชราภา ตันติชูเวช	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.ดร.สมพร โกมารทัต	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.ดร.สุธีรา นิมิตรนิวัฒน์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.ดร.อัญชลี ทองเอม	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ผศ.ดร.อำนาจ ผดุงศิลป์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.ไพรินทร์ ชลไพศาล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.รัชดาภรณ์ เสมาขันธ์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.วิโชติ ทองเสมอ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ดร.กัลยา สว่างคง	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.จันทร์พา ทัดภูธร	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.โชติกานต์ ใจบุญ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.ฐิติมา พูลเพชร	วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
ดร.นักรบ หมื่แสน	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.พงษ์ภิญโญ แม้นโกศล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.พจมาลย์ สกลเกียรติ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.ไพทยา มีสัตย์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.รมัยมาศ จันทร์ขาว	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.ศศิธร อนันตโสภณ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.สุดคนึง นฤพนธ์จิรกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.อนันต์ เชี่ยวชาญกิจการ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.อัจฉริยา อักษรอินทร์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

คำสั่งมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ที่ 0102 / 0301

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15
และเครือข่ายวิจัยประชาชื่น ครั้งที่ 5

เพื่อให้การดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่น ครั้งที่ 5 ในวันที่ 20 มีนาคม 2562 เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อาศัยอำนาจตามความในข้อ 15 แห่งระเบียบ ว่าด้วย การบริหารงานและการจัดส่วนงานมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ พ.ศ.2559 จัดแต่งตั้งคณะทำงานโครงการ “การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 และเครือข่ายวิจัยประชาชื่น ครั้งที่ 5” โดยประกอบด้วยบุคลากรของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และเครือข่ายวิจัยประชาชื่น ดังนี้

รองศาสตราจารย์ ดร.นิตย์ เพ็ชรรักษ์	**ประธานกรรมการ**
รองอธิการบดีสายงานวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	
ดร.พงษ์ภิญโญ แม้นโกศล	**รองประธานกรรมการ**
คณบดีวิทยาลัยครุศาสตร์	**ฝ่ายการศึกษา**
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิฏิรัตน์ เมฆบัณฑิตกุล	**รองประธานกรรมการ**
ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารโครงการวิจัย	**ฝ่ายบริหารจัดการ**

คณะกรรมการวิทยาลัยครุศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี ทองเอม	**กรรมการ**
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชราภา ตันติชูเวช	**กรรมการ**
ดร.พจมาลย์ สกลเกียรติ	**กรรมการ**
ดร.ไพทยา มีสัตย์	**กรรมการ**
ศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ สินลารัตน์	**กรรมการ**
รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย บุญประเสริฐ	**กรรมการ**
รองศาสตราจารย์ ดร.กล้า ทองขาว	**กรรมการ**
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิณสุดา สิริธรังศรี	**กรรมการ**
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพร โกมารทัต	**กรรมการ**
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธีรา นิมิตนิวัฒน์	**กรรมการ**
ดร.นักรบ หมื่แสน	**กรรมการ**
ดร.สุดคนึง นฤพนธ์จิรกุล	**กรรมการ**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธันยากร ช่วยทุกข์เพื่อน		กรรมการ
ดร.วาสนา วิสฤตาภา		กรรมการ
ดร.เฉลิมชัย มนูเศวต		กรรมการ
คณะกรรมการสายงานวิจัยและพัฒนา		
ดร.อัจฉริยา อักษรอินทร์		กรรมการ
อาจารย์วรุณพันธ์ คงสม		กรรมการ
นางสาวปริญญา คล้ายเจริญ		กรรมการ
นางสกุลทิพย์ อนันตรักษ์		กรรมการ
นายศักดิ์สิทธิ์ คณะชาติ		กรรมการ
นายศราวุธ โกมุทพันธ์		กรรมการ
คณะกรรมการเครือข่ายวิจัยประชาชื่น		
ดร.อภิเทพ แซ่โค้ว	มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด	กรรมการ
รศ.ดร.กานดา ว่องไวลิขิต	มหาวิทยาลัยรังสิต	กรรมการ
คุณวุฒิศักดิ์ อยู่จำนงค์	มหาวิทยาลัยรังสิต	กรรมการ
คุณชญานิษฐ์ อัจฉริยะโพธา	มหาวิทยาลัยรังสิต	กรรมการ
ผศ.ดร.ณรงค์ศักดิ์ จักรกรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	กรรมการ
ดร.สุไม บิลไบ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	กรรมการ
คุณทัศนา ปิ่นทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	กรรมการ
ผศ.ดร.วารุณี อริยวิริยะนันท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	กรรมการ
ดร. กฤษดา เชียรวัฒนสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	กรรมการ
นางสาวศศิวรรณ อินทรวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	กรรมการ
รศ.นภัทร วัจนเทพินทร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ	กรรมการ
ผศ.พินทุสร ปัสนะจะโน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ	กรรมการ
คุณพรพิมล เชียรพิมาย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ	กรรมการ
ดร.ประกอบ ชาติภุกต์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	กรรมการ
ดร.นิตินันท์ ศรีสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	กรรมการ
คุณเมทิกา พ่วงแสง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	กรรมการ
ผศ.ดร.วราภา มหากาญจนกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	กรรมการ
ผศ.ดร. ธนพล ไชยแสน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	กรรมการ
คุณพิชชาอรฐ์ สิริชีวเกษร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	กรรมการ

รศ.ดร.สังวรณ์ งัดกระโทก	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช	กรรมการ
คุณรสิกา อังกูร	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช	กรรมการ
คุณอินทิรา นาคนัตร์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช	กรรมการ
รศ.ดร.ชนะศึก นิชานนท์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	กรรมการ
ผศ.ดร.ยุธยา อยู่เย็น	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	กรรมการ
ผศ.ดร.นิศานาถ มั่งศิริ	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	กรรมการ
รศ.ดร.สุบิน ยุระรัช	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	กรรมการ
อ.นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	กรรมการ
อ.กิติยานภาลัย ภู่ตระกูล	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์	กรรมการ
รศ.ดร.โกสุม สายใจ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์	กรรมการ
ผศ.ดร.มารยาท โยทองยศ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กรรมการ
คุณปวีณา กุลประสูตร	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กรรมการ
ผศ.ดร.ปฐมทัศน์ จิระเดชะ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	กรรมการ
อ.ประสิทธิชัย เดชขำ	วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง	กรรมการ
รศ.ดร.ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	กรรมการ
คุณปวีณา กิมสุวรรณ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	กรรมการ
ดร.ศิริพงศ์ รักใหม่	วิทยาลัยดุสิตธานี	กรรมการ
ผศ.ดร.สถิตย์พงษ์ มั่นหลำ	วิทยาลัยดุสิตธานี	กรรมการ
คุณพัชรินทร์ อนันตคุณูปกร	วิทยาลัยดุสิตธานี	กรรมการ
รศ.ดร.กัญญามน กาญจนาทวีกูล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	กรรมการ
อาจารย์วรรณพร พุทธภูมิพิทักษ์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	กรรมการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2562

สั่ง ณ วันที่ 12 พฤศจิกายน 2562

(รองศาสตราจารย์ ดร.นิตย์ เพ็ชรรักษ์)

รองอธิการบดีสายงานวิจัยและพัฒนา ปฏิบัติการแทน

อธิการบดี

สารบัญ

หน้า

สารจากอธิการ ก
กำหนดการ ข
ตารางนำเสนอผลงาน ฆ
กองบรรณาธิการ รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ ณ
คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดการประชุม ต

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ 1
ปุณยนุช ฝางคำ

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ 13
สุจิตรา นาโค

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัยที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับการเรียนแบบปกติ 24
นฤมล ขุมทอง

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ระหว่างการสอนโดยบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บ ด้วยโปรแกรม Google site กับการสอนแบบปกติ 34
มยุรา สอนภักดี

การใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านกุดดินจี่ อำเภอนากลาง จังหวัดหนองบัวลำภู 47
กิติยาภรณ์ กล่ำพุทธา

ความเต็มใจจ่ายสำหรับการจ่ายร่วมในระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า 59
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นนทร์ วรพาณิชช์ , ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครนันท์ คิดสม

อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ทัศนคติ และบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร 69
ชวิศา อุ่นยนต์ , รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล 83
อารียา ศรีแจ่ม, ธันย์พัทธ์ ใคร้วานิช

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

เศรษฐกิจผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล 101
อารียา ศรีแจ่ม, สุธาสินี ใคร้วานิช, ธันย์พัทธ์ ใคร้วานิช

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตจังหวัดชลบุรี 114
เจนจิรา ปราณี , จิราภรณ์ ชาวงษ์

126

การประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต (พ.ศ.2489 - 2506) 139
ศุภณัฐ นุตมากุล

การรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของตราสินค้า การรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ศิลปินเกาหลี ที่พยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้า 158
อนุศรา เอนกพัฒนกิจ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร

คุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีนตามทัศนะของนักเรียน 170
อรุณโรจน์ บุญครอง

ความฉลาดทางวัฒนธรรมและอิสระการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร 183
ธรรมพร แพนเกาะ, ปรียานุช อภิบุณโยภาส

ทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในบริษัทเอกชนตั้งอยู่ในจังหวัดนนทบุรี 196
ชนากานต์ มั่นเรืองเดช, ทัดดาว ทับบุรี, ปาริชาต ชัยมีแรง, อิสราภรณ์ ทนุผล

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลของกลุ่มคนวัยทำงาน 208
อาภาพร ภู่ทอง, จิราภรณ์ ชาวงษ์

ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร 219
ดวงใจ ไทยจันทึก, อำนวย ทองโปร่ง

ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียน ในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร 230
เจตจันทร์ ราชสินธ์, อำนวย ทองโปร่ง

กลโกงการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัล 240
พิรุฬห์รัตน์ ศรีแจ่ม, ธันย์พันธ์ ใคร้วานิช

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสดของไทยไปตลาดจีน 252
เมธาพร กิ่งสะกุน, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมกริช ถาวรวันชัย

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

การศึกษาความเป็นได้ในการลงทุนธุรกิจชัยวัฒน์เกสต์เฮาส์ 263
อติญา โอฬารรัตนพันธ์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมกริช ถาวรวันชัย

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าปาเต๊ะ 273
จากวิสาหกิจชุมชน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ถนนคนเดินจังหวัดภูเก็ต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญฑิต ไวว่อง

อิทธิพลของการบริหารจัดการทรัพยากรอาคาร และความพึงพอใจในงานที่มีต่อประสิทธิภาพ 286
ในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชั่นวาย
เอกชัย สมานบุตร, รองศาสตราจารย์ ดร.สุพีชา พาณิชย์ปฐม

อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง 298
และความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานตอนต้นในกรุงเทพมหานคร
เจตน์ กลิ่นบุบผา, รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์

ทักษะความรู้ที่ได้จากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถาประกอบการทางการบัญชี 311
และไม่ใช่ทางการบัญชีของนักศึกษาบัญชี
ชลดา ตันรัตนะ, นภัสวรรณ จินดารัตน์มณี, ภัทรธิดา สาลีสี, อิสราภรณ์ ทนุผล

การพัฒนาหน้าจอโต้ตอบอัจฉริยะด้วย Kinect 323
วัฒนชัย พุทธาประสิทธิ์ผล, อโณชา เหล็งศิริ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ

Nadyeb Web Application: การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันขายอุปกรณ์ตัดเย็บเสื้อผ้า 333
ด้วยเทคโนโลยีประมวลผลภาพ
ชวิศา คงสาหร่าย, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ

บทบาทและกลวิธีการแสดงตัวโกงลิเก 343
คมคาย แสงศักดิ, ชนัย วรรณะลี, นิวัฒน์ สุขประเสริฐ

ระดับความเครียดและผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในองค์การภาครัฐและภาคเอกชน 355
ในเขตกรุงเทพมหานคร
กฤษฎา วันดี, สริตา ผิวเผือก, สุดารัตน์ สิงห์เจริญ, ศรายุทธ์ ยิ้มเรือน

โอกาสการใช้ภาษาอังกฤษกับการพัฒนาความสามารถการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ 367
ในการประกอบอาชีพนักบัญชี
ลิปิการ์ แม่นหมาย, วลัชณัฏฐ์ พีรทัดกิตติวรา, อภิรดี อุดมสุข, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แรงจูงใจ และการดูแลตนเองที่ส่งผลต่อการตัดสิน 381
ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร
ปิยะฉัตร เอี่ยมบุญฤทธิ์, ดร.ชุติมาวดี ทองจีน

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

เปรียบเทียบความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม และกำไรขาดทุนสุทธิ กรณีบริษัทจดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุน 391
พิมพ์ชนก ทับทิมใส

ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะวิชาชีพกับระดับความสุขของนักบัญชี 404
บุญญิสา จันทร์ประสิทธิ์, วราสินี ยันแปว, สโรชา แก้วดวงเล็ก, อิสราภรณ์ ทนุผล

ทางเลือกในการประกอบอาชีพของนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิต ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน 415
กัญญารัตน์ ตาลิก, ณัชชา ธนกิจดำรง, ณัฐสุดา บัวจอม, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล

การเสพติดอินเทอร์เน็ต และปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีความสัมพันธ์กับภาวะโรคซึมเศร้าของคนวัยทำงาน 426
ณัฐเดช ยอแซฟ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนแจ้งวัฒนะ 436
อนุวัฒน์ รักษ์ทอง, จิราภรณ์ ชาวงษ์

กระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC 449
ดร. ธนภัทร จันทร์เจริญ

อิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน 462
มัทนียา ปรีชาธนาดุล, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว

อิทธิพลของการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค 475
พชรวรรณ แจ่มจันทร์, รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์

อิทธิพลการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมพฤติกรรม การเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 487
ภัทราวดี เทพทอง, รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์

การพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 501
บุรัสกร ธรรมขันธ์

การพัฒนาบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สำรหับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 512
นายอมรชัย อินสอน

ปัจจัยที่มีผลต่อตัวจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน 524
พรรณรุ้ง คุ้มพงษ์พันธ์, ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายในการลงโทษผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่าไม้ และที่ดินสาธารณประโยชน์ 540

ปิยังกูร มุกดา

อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค 551

กนิษฐ์นาถ สุขสวัสดิ์ชน, รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่น 564

พงษ์พิชัย ทองนวล

ผลกระทบของการจัดการความรู้ที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม 573

หัตถชัย สามารถ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หฤทัย นำประเสริฐชัย

เงื่อนไขทางสังคมที่ส่งผลต่อการสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี 585

พัชรพร จิรแพศยสุข, รองศาสตรจารย์ ดร. กังสดาล เชาว์วัฒนกุล

กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในประเทศ กรณีศึกษากลุ่มประชากรวัยทำงาน 598

ณัฐชยา ธรรมสิทธิรักษ์, ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับอัตราการฆ่าตัวตาย 609

เพ็ญพิชชา ศรีฟ้า, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี ปัญญสวัสดิ์สุทธิ์

อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืช เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคเพศหญิง 619

กานต์พิชชา ปิ่นบัณฑิตทรัพย์, รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์

การสร้างมูลค่าเพิ่มและกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน กรณีศึกษา : กระเป๋าจากกระสอบ ยี่ห้อ SACKITEM 631

จรรยรัตน์ อุยประเสริฐกุล, ณัฐฐา ไตรวัฒนะวานิช

การเข้าสู่การปฏิบัติธรรมของหญิงไทยกับสมดุลชีวิตการทำงาน : กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร 641

นัชชา จิตรสมบูรณ์, รองศาสตราจารย์ ธนารดี คำยา, รองศาสตราจารย์ สิริกร กาญจนสุนทร

การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง การยอมรับเทคโนโลยี และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 651

ปริยรุพห์ ไผทฉันท์, ดร.ชุติมาวดี ทองจีน

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ความคิดเห็นของประชาชนริมคลองในพื้นที่โครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ บริเวณคอขวดคลองทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 661
ภูมิภัทร วีระเดชากุล, สิริกร กาญจนสุนทร, พูนศักดิ์ ไม้โภคทรัพย์

อิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน 672
นายศุภดา แสนฉลาด, รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์

การอบแห้งขิงด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่สภาวะความดันต่ำ 691
วรพล โพธิ์ศรีทอง, วินัย จันทร์เพ็ง, ขวัญชัย จ้อยเจริญ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคใต้ 702
จิรโมท รัตนวัน , ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล

ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย 713
สกุล ศุภมาร์คภักดี, ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล

การพัฒนาชุดการสอน เรื่องทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี รายวิชาดนตรีสากล ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา 726
ศิลปชัย พิมเนียม, ดร.ชาลินี สุริยนเปล่งแสง, ดร.วรสรณ์ เนตรทิพย์

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 735
ปาริชาติ สุวรรณนุรักษ์

การยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณภาพเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 748
โอภาส คำวิชัย, ดร.ชุติมาวดี ทองจีน

การพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ 759
พัชรี แสงทอง, ณัฏฐกฤษฎ์ เอกวรรณัง

ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและสุขภาวะที่พยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า 775
มุกมณีย์ ภูวงค์, ดร.ชนัดดา เพ็ชรประยูร

ปัจจัยที่มีผลต่อราคาทองคำแท่งในประเทศไทย 792
ปภัส หนูสนั่น, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คมกริช ถาวรวันชัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) 802
ศาตธัช เลขะวณิช, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คมกริช ถาวรวันชัย

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาท ต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา 814
คณพัฒน์ ติรวณิชวงศ์, ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล

การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในวิชา โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ 826
ชลิตา กาพย์แก้ว, ภัทรวรรธน์ จีรพัฒน์ธนธร

การลดพลังงานในระบบปรับอากาศแบบแยกส่วนและระบบระบายอากาศ โดยการระบายความร้อนเครื่องควบแน่นของระบบปรับอากาศด้วยลมระบายอากาศ 838
ชาญวิทย์ วิทยาวิโรจน์, ดร.วินัย จันทร์เพ็ง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณ กลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 849
ทีปกา ชวาลวิทย์ , จิราภรณ์ ชาวงษ์

บทบาทของโคลนบำบัดต่อวิถีสุขสบาย-บทความปริทัศน์ 860
บรรจบ ชุณหสวัสดิกุล, คมสัน ทินกร ณ อยุธยา, มนฤดี กีรติพรานนท์, ภัทรา พลับเจริญสุข, โสนัชดา ปานชี

ปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการเล่นดนตรี 877
ดร. ชาลินี สุริยนเปล่งแสง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน 887
จารุชิต บรมสุข, จิราภรณ์ ชาวงษ์

ปัญหาการกำหนดอายุความในการกระทำความผิดอาญาให้เหมาะสมกับฐานความผิด 905
กัญญ์ณณัฏฐ์ แสนศรี

นวัตกรรมออกแบบและกลยุทธ์ทางการตลาด กรณีศึกษาโครงการ kiddee project กระเป๋าจากถุงน้ำยาล้างไตของกลุ่มแพทย์และอาสาสมัครที่โรงพยาบาลน่าน 917
ธีรพงษ์ ชูกลิ่น, นพรัตน์ สุผามาลา

อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ที่มีต่อทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น 928
เจนจิรา สลาสเรเก่น, รองศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์

พฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ของคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 940
วีรวรรณ เทพธรรม, ธนารดี คำยา

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ปัจจัยด้านการรับรู้ความต้องการ ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน และการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ที่พยากรณ์อาการกลัวตกกระแสของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 951
วรรณวิศา ลาภสมบูรณ์ดี, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ ประจักษ์เนตร

ปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีภายใต้วิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชน 961
เอกลักษณ์ วิริยะยุทมา, พรพรรณ ประจักษ์เนตร

ปัญหาสุขภาพและความต้องการด้านการดูแลสุขภาพของคนไทย 973
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ยุวดี ภักดีวิจิตร

การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย 984
ปรวีย์ เพ็ชยะมาตร์, สาริศา ประทีปช่วง, วัชรมณฑ์ อรัณยะนาค

ระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากร กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม 998
สาธิตย์ มงคลผิวทอง, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ

ค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร 1008
ชัตติยา พงษ์จุ้ย, นราวัลลภ์ อ่วมอั้น, ปภาวดี ชื่นอารมณ์, นภนนท์ หอมสุด

ระบบรายงานสถานะคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์แบบอัตโนมัติ 1018
วรางคณา เกิดพุ่มนาค, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ

กลยุทธิดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล 1029
วรดา ต่อวัฒนกิตติกุล, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิประภา พันธนาเสรี, ณัฐวรรธน์ ศรีสุข

ภูมิปัญญาครูดนตรีไทย ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ 1045
กนกวรรณ สำอางผิว, สาริศา ประทีปช่วง, ดุษฎี มีป้อม

การพัฒนาวีดิทัศน์เรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขในโรงเรียนกวดวิชา 1057
ธนพล กฤตยานนท์, ภัทรวรรธน์ จีรพัฒน์ธนธร

ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 1069
จักรพิสิฐ หนูสุวรรณ, ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล

การสำรวจและสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา 1081
สิริกร โตสติ

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

แสงซินโครตรอน: ศักยภาพและโอกาสของผู้ประกอบการไทยแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารส่งออก 1092
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปิยะวิทย์ ทิพรส, ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์, กุลทิวา โซ่เงิน

ปัญหาการตัดสินใจระยะสั้นของธุรกิจ : ต้นทุนทางเลือก 1104
เพียรใจ โพธิ์ถาวร

การออกแบบกราฟิกเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR : Augmented Reality) 1117
ผ่านหนังสือระบายสี สำหรับเด็กปฐมวัย
กิรติ ศรีสุชาติ, ปรวรรณ ดวงรัตน์ , ธนเดช ธเนศกลจักร

การพัฒนาแหล่งโคลนบำบัดเป็นชุมชน OTOP วิถีสุขสบายแบบไทย 1127
: การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
โสนัชดา ปานชี, บรรจบ ชุณหสวัสดิกุล, พญ.อัมพร กรอบทอง

การจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์ 1142
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมพร โกมารทัต

ความคิดเห็นของนักศึกษาชาวจีนระดับปริญญาตรีในสาธารณรัฐประชาชนจีน 1151
ที่มีต่อการเรียนวัฒนธรรมไทย
ดร.ไพทยา มีสัตย์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี ทองเอม

ผลสัมฤทธิ์ของการเรียนโดยใช้ Project Based Learning ผ่านโครงการ 1165
Asia Young Designer Awards 2019 ในรายวิชาการออกแบบภายใน 3
สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการออกแบบภายใน
นลินา องคสิงห

การใช้แอปพลิเคชันในการจัดการเรียนการสอนผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟาในศตวรรษที่ 21 1176
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัชราภา ตันติชูเวช, ธนาธิป เสือขำ

การศึกษาคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น 1190
โรงเรียนนานาชาติแอสคอต
ดร.พจมาลย์ สกลเกียรติ, หนึ่งฤทัย พาภักดี

การเรียนรู้เชิงรุก: ความท้าทายของครูไทยยุคการศึกษา 4.0 1204
ดร. สุดคนึง นฤพนธ์จิรกุล, สุวัจนา จริตกาย

A Financial Feasibility Study for the Setting-Up of a Legal Translation Agency 1216
: The Case of CRK Translation
จรุงเกียรติ ภูติรัตน์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คมกริช ถาวรวันชัย

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ

A Comparison of Learning Achievement in Thai Subject on Types and Functions of Words of Mathayomsuksa 1 Students at Yamjardwitchanusorn School by Using Workbooks and Traditional Learning

ปุณยนุช ฝางคำ*
Punyanuch Phangkam*
นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชานวัตกรรมหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*
Graduate Student Program in Innovative Curriculum and Learning Management
Faculty of Education Ramkhamhaeng University.*
อีเมล : august_pun@outlook.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพแบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 (2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับการเรียนแบบปกติ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 2 ห้องเรียน ได้มาด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) โดยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/2 จำนวน 30 คน เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/3 จำนวน 30 คน เรียนแบบปกติ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ (1) แบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ (2) แผนการจัดการเรียนรู้ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะและแผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ (3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าทีแบบเป็นอิสระต่อกัน (t-test independent)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. แบบฝึกทักษะ วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีประสิทธิภาพเท่ากับ 82.67/80.75

2. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ที่เรียนวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ โดยใช้แบบฝึกทักษะ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน, การเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ, การเรียนแบบปกติ

Abstract

The purposes of this research were to (1) create and find efficiency of workbooks in Thai Subject on types and functions of words for the Mathayomsuksa 1 students at Yamjardwitchanusorn School, in order to be effective according to the criteria of 80/80. (2) To compare the learning achievement in Thai Subject on types and functions of words of Mathayomsuksa 1 students at Yamjardwitchanusorn School. This research has been studied by using workbooks and traditional learning. The sample population consisted of Mathayomsuksa 1 students at Yamjardwitchanusorn School, Bueng Kum District, Bangkok in the first semester of academic year 2019 who were divided into two classrooms. Used the random cluster sampling technique, the researcher selected the 2 classrooms from 4 classrooms. The type of teaching technique was determined for each classroom, in Mathayomsuksa 1/2 were 30 students who were instructed using the workbooks and in Mathayomsuksa 1/3 were 30 students instructed traditional learning. The research instruments were (1) workbooks in Thai Subject on types and functions of words; (2) lesson plans for learning using for workbooks and traditional lesson plans; and (3) the test of learning achievement in Thai Subject on types and functions of words. Using techniques of descriptive statistics, the researcher analyzed the data collected in terms of mean, percentage, standard deviation and t-test for independent samples.

The research found that

1. The workbooks in Thai Subject on types and functions of words for the Mathayomsuksa 1 students, that the researcher created. The efficiency was equal to 82.67/80.75

2. Mathayomsuksa 1 students at Yamjardwitchanusorn School who learned by using workbooks in Thai Subject on types and functions of words have higher academic achievement than students who studied in a traditional learning at the statistically significant level of .05

Key words: learning achievement, learning by workbooks, traditional learning

บทนำ

ภาษาไทยนั้นเป็นเอกลักษณ์ของชาติ เป็นสมบัติทางวัฒนธรรมอันก่อให้เกิดความเป็นเอกภาพ และเสริมสร้างบุคลิกภาพของคนในชาติให้มีความเป็นไทย เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ทำให้สามารถประกอบกิจธุระและดำรงชีวิตร่วมกันในสังคมได้อย่างสันติสุข และยังเป็นเครื่องมือในการแสวงหาความรู้ ประสบการณ์จากแหล่งข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนาความรู้ กระบวนการคิดวิเคราะห์ วิจารณ์ และสร้างสรรค์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ตลอดจนนำไปใช้ในการพัฒนาอาชีพ นอกจากนี้ยังเป็นสื่อแสดงภูมิปัญญาของบรรพบุรุษด้านวัฒนธรรม ประเพณี และสุนทรียภาพ ซึ่งเป็นสมบัติอันล้ำค่าควรแก่การเรียนรู้ อนุรักษ์ และสืบสานให้คงอยู่คู่ชาติไทย (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551, หน้า 37)

หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ประกอบด้วยสาระและมาตรฐานการเรียนรู้ รวมทั้งตัวชี้วัดที่เกี่ยวกับภาษาไทย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการอ่าน ด้านการเขียน ด้านการฟัง การดูและการพูด ด้านหลักการใช้ภาษา สุดท้ายคือด้านวรรณคดีและวรรณกรรม ซึ่งได้ถ่ายทอดค่านิยม ธรรมเนียมประเพณี เรื่องราวของสังคมในอดีต และความงดงามของภาษา เพื่อให้เกิดความซาบซึ้งและภูมิใจในบรรพบุรุษที่ได้สั่งสมสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551, หน้า 37-38)

สมพงษ์ ศรีพยาต (2553, หน้า 2) กล่าวว่า ทักษะทางภาษาไทยเป็นทักษะพื้นฐานที่สำคัญต่อการศึกษาวิชาอื่น ๆ การสอนภาษาไทยให้มีประสิทธิภาพตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตร ต้องมีการฝึกฝนทั้งการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน เพื่อให้นักเรียนมีสามารถติดต่อสื่อสารอย่างถูกต้อง เพราะหากนักเรียนใช้ภาษาไม่ถูกต้อง นอกจากจะทำให้การสื่อความหมายไม่ตรงตามความต้องการแล้วยังทำให้เสียบุคลิกภาพ ดังนั้นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาภาษาไทยของครูผู้สอนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้นักเรียนซึ่งเป็นอนาคตของชาติไทยมีทักษะทางภาษาไทย และร่วมกันอนุรักษ์ภาษาไทย

การจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่านักเรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือว่านักเรียนมีความสำคัญที่สุด กระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้นักเรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2542, หน้า 15) ดังนั้นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้จำเป็นต้องใช้สื่อต่าง ๆ ประกอบ เช่น บทเรียนสำเร็จรูป วีดิทัศน์ ภาพยนตร์ แบบฝึกทักษะ ภาพถ่าย หุ่นจำลอง และของจริง เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้นักเรียนเกิดความสนใจ มีความกระตือรือร้น นักเรียนมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และเกิดการเรียนรู้ที่ยั่งยืนคงทน (จามรี ศิริภัทร, 2551, หน้า 140-143)

แบบฝึกทักษะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการเรียนการสอน นงนุช สามัญฤทธิ์ (2551, หน้า 41) กล่าวว่า แบบฝึกทักษะมีความสำคัญในการพัฒนาทักษะต่าง ๆ เป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ แบบฝึกทักษะสามารถทำให้นักเรียนมีทักษะได้อย่างสูงสุด เช่นเดียวกับรัตนะ ไชยยศ (2558, หน้า 21) ที่กล่าวว่า ครูผู้สอนสามารถใช้แบบฝึกทักษะเป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนรู้ ทดสอบ หรือทบทวนเพื่อให้นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจจนเกิดทักษะตามจุดประสงค์การเรียนรู้ โดยแบบฝึกทักษะช่วยส่งเสริมทักษะการใช้ภาษาให้ดียิ่งขึ้น นักเรียนเกิดความเพลิดเพลินในการเรียน ที่ตอบสนองความต้องการระหว่าง

บุคคล และแบบฝึกทักษะจะช่วยให้ครูผู้สอนมองเห็นจุดอ่อนหรือจุดบกพร่องของนักเรียนได้ชัดเจน เนื่องจากแบบฝึกทักษะเป็นสื่อที่พัฒนาและเสริมสร้างทักษะด้านต่าง ๆ ให้นักเรียนมีประสบการณ์ สามารถนำความรู้ไปใช้ได้อย่างถูกต้องและเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริงทำให้จดจำสิ่งที่เรียนได้ดียิ่งขึ้น (จาง หญิงหญิง, 2559, หน้า 470) ซึ่งอรวรรณ ทะราศรี (2556, หน้า 13) กล่าวไว้ว่า แบบฝึกทักษะที่ดีควรเป็นสิ่งที่นักเรียนเคยเรียนมาแล้ว มีคำสั่งชัดเจนเข้าใจง่าย เหมาะสมกับความสามารถและวัยของนักเรียน ใช้เวลาในการฝึกที่เหมาะสม มีกิจกรรมหลายรูปแบบ มีภาพที่สวยงามเพื่อกระตุ้นความสนใจของนักเรียน และต้องคำนึงถึงจิตวิทยาการเรียนรู้

ทั้งนี้ปัจจุบันคนไทยติดต่อสื่อสารกันอย่างรวดเร็ว โดยมักจะขาดความละเอียดรอบคอบและไม่คำนึงถึงหลักภาษาไทย เพียงแค่ยึดหลักที่ว่าสามารถสื่อสารเข้าใจกันได้ก็เพียงพอแล้ว (ฟองจันทร์ สุขยิ่ง และคณะ, 2558, หน้า 12) และจากรายงานผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ปีการศึกษา 2561 พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านหลักการใช้ภาษา อยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่าด้านอื่น ๆ (ศศิวิมล ไทรชมภู, 2562, หน้า 7) ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะที่เป็นครูผู้สอนวิชาภาษาไทยชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ภาษาไทยให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย จึงมีความสนใจสร้างแบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ และพัฒนาการใช้ภาษาไทยของนักเรียนให้ถูกต้องตามหลักภาษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพแบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ

แนวคิดทฤษฎี

แบบฝึกทักษะ หมายถึง นวัตกรรมการสอน เครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อเสริมสร้างทักษะต่าง ๆ ให้กับนักเรียนในขณะเรียนหรือหลังเรียนจบแล้ว (ศรีลักษณ์ ผลวัฒนะ และประดับ นาคแก้ว, 2551, หน้า 96) และสมพงษ์ ศรีพยาต (2553, หน้า 41) กล่าวว่า แบบฝึกทักษะ คือ สื่อการเรียนการสอนที่สร้างขึ้นเพื่อฝึกฝนและพัฒนาทักษะต่าง ๆ ให้แก่นักเรียนจนเกิดความเข้าใจโดยมี จุดมุ่งหมายที่ชัดเจน เหมาะสมกับระดับความรู้ความสามารถของนักเรียน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและมีทักษะในการเขียนเพิ่มมากขึ้น และเป็นการแก้ไขปัญหาการเรียนการสอน

สรุปได้ว่า แบบฝึกทักษะ หมายถึง เครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อพัฒนาหรือเสริมสร้างทักษะต่าง ๆ ของนักเรียน ให้มีความรู้ความเข้าในเรื่องที่เรียนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้นักเรียนสามารถศึกษาบทเรียนได้ด้วย

ตนเอง โดยแบบฝึกทักษะสามารถใช้ในระหว่างเรียนหรือหลังเรียน ซึ่งแบบฝึกทักษะจะต้องมีจุดประสงค์การเรียนรู้ที่ชัดเจน และมีความ เหมาะสมกับวัยหรือความรู้ความสามารถของนักเรียน

แบบฝึกทักษะที่ดีต้องมีเนื้อหาที่นักเรียนเคยเรียนมาก่อน เหมาะสมกับวัย ความสามารถหรือความรู้ของผู้เรียน มีคำอธิบายและตัวอย่างสั้น ๆ ที่ทำให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย ใช้เวลาเหมาะสม มีความน่าสนใจและท้าทายให้นักเรียนแสดงความรู้ความสามารถ ฝึกให้คิดได้เร็วและสนุกสนาน ควรมีหลายลักษณะ โดยให้นักเรียนตอบแบบจำกัดและตอบแบบเสรี และศึกษาได้ด้วยตนเอง (คำพวน ประสงค์สันต์, 2553, หน้า 34)

แบบฝึกทักษะเป็นสื่อประกอบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้อย่างหนึ่ง ที่สร้างขึ้นเพื่อฝึกทักษะต่าง ๆ แบบฝึกทักษะมีส่วนช่วยให้ครูผู้สอนประสบความสำเร็จในการสอนได้ แบบฝึกทักษะจึงมีความสำคัญ เช่น เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ได้มากขึ้น มีส่วนช่วยเร้าความสนใจให้นักเรียนฝึกซ้ำบ่อย ๆ ทบทวนบทเรียนด้วยตนเองได้ นอกจากนี้ยังเป็นการลดภาระของครูผู้สอนอีกทางหนึ่ง (พรรณี ชบา, 2550, หน้า 23) และแบบฝึกทักษะเป็นส่วนที่เพิ่มเติมจากหนังสือเรียน ช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม ทำแบบฝึกทักษะตามความสามารถของแต่ละคนจนประสบความสำเร็จ สามารถนำนักเรียนสู่การสรุปความคิดรวบยอด และครูผู้สอนมองเห็นจุดบกพร่องของนักเรียนจนสามารถแก้ไขปัญหาได้ (รัตนะ ไชยยศ, 2558, หน้า 22)

กล่าวโดยสรุป แบบฝึกทักษะมีความสำคัญในการช่วยพัฒนาทักษะต่าง ๆ แก่นักเรียนเนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ทำให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยให้ครูผู้สอนทราบพัฒนาการหรือจุดบกพร่องทางทักษะของนักเรียนอีกด้วย

เครื่องมือและวิธีการดำเนินงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ตรวจสอบความสอดคล้องของแบบฝึกทักษะกับองค์ประกอบที่กำหนด และคุณภาพของแบบฝึกทักษะโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และทดลองใช้เพื่อหาประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะทั้งหมด 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นรายบุคคล จำนวน 3 คน ขั้นกลุ่มย่อย จำนวน 9 คน และขั้นภาคสนาม จำนวน 30 คน ซึ่งแบบฝึกทักษะมีจำนวน 8 ชุด ได้แก่ ส่วนประกอบของประโยค คำนาม คำสรรพนาม คำกริยา คำวิเศษณ์ คำบุพบท คำสันธาน และคำอุทาน ซึ่งใช้ภาพประกอบเพื่อกระตุ้นความสนใจของนักเรียน เป็นแบบฝึกทักษะประเภทเติมคำตอบลงในช่องว่าง จับคู่ และวาดภาพ และมีเฉลยในตอนท้ายของแบบฝึกทักษะแต่ละชุด เพื่อให้นักเรียนสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ด้วยตนเอง

2. แผนการจัดการเรียนรู้ที่ใช้แบบฝึกทักษะและแบบปกติ วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 อย่างละ 8 แผน แผนละ 1 ชั่วโมง รวม 8 ชั่วโมง ที่ตรวจสอบความสอดคล้องของแผนการจัดการเรียนรู้กับจุดประสงค์การเรียนรู้ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

3. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ จำนวน 40 ข้อ เป็นทดสอบแบบปรนัยชนิด 4 ตัวเลือก ที่ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบทดสอบกับจุดประสงค์การเรียนรู้ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และทดลองใช้เพื่อหาค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก

และหาค่าความเชื่อมั่นตามวิธีการของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน โดยใช้สูตร KR-20 ซึ่งแบบทดสอบทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.81

วิธีการดำเนินงานวิจัย มีดังนี้

ผู้วิจัยได้ใช้แบบแผนวิธีการทดลองแบบสองกลุ่มสอบก่อนเรียนและหลังเรียน (Pretest Posttest Control Group Design) มีแบบแผนวิธีการทดลองดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1

แบบแผนวิธีการทดลองในการวิจัย

กลุ่มทดลอง	O_1	X	O_2
กลุ่มควบคุม	O_1	-	O_2

กำหนดให้ X แทน การเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ

O_1 แทน ทดสอบก่อนเรียน

O_2 แทน ทดสอบหลังเรียน

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีขั้นตอนดังนี้

1. นักเรียนกลุ่มทดลอง ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/2 และกลุ่มควบคุม ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 ที่ได้มาด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) ทำแบบทดสอบก่อนเรียน (Pretest) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 40 ข้อ แล้วครูผู้สอนบันทึกคะแนนของนักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม เพื่อนำคะแนนไปทดสอบค่าทีแบบเป็นอิสระต่อกัน (t-test independent) ดังนี้

ตารางที่ 2

ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 กลุ่มทดลองที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะและกลุ่มควบคุมที่เรียนแบบปกติ

Group	n	$\overline{X}$	S.D.	t	Sig.
กลุ่มทดลอง	30	17.63	6.08	-.02	.980
กลุ่มควบคุม	30	17.67	4.65		

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 กลุ่มทดลอง ($\overline{X}$ = 17.63, S.D. = 6.08) มีคะแนนต่ำกว่ากลุ่มควบคุม ($\overline{X}$ = 17.67, S.D. = 4.65) เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของคะแนนด้วยวิธีการทดสอบค่าที พบว่าค่าสถิติ t เท่ากับ -.02 ดังนั้นผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ดำเนินการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ โดยใช้แบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ จำนวน 8 ชุด ๆ ละ 1 วัน (1 ชั่วโมง) กับกลุ่มทดลองจนครบทั้งหมด 8 วัน โดยครูผู้สอนทำการสอน

ทีละเรื่องย่อยแล้วให้นักเรียนทำกิจกรรมในแบบฝึกทักษะทีละกิจกรรม ซึ่งมีเนื้อหาย่อเรื่องนั้น ๆ ภายในแบบฝึกทักษะ เพื่อให้นักเรียนสามารถศึกษาด้วยตนเองอีกครั้งหากยังไม่เข้าใจ และสอนนักเรียนกลุ่มควบคุมแบบปกติ จำนวน 8 วัน ๆ ละ 1 ชั่วโมง

3. นักเรียนกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมทำแบบทดสอบหลังเรียน (Posttest) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 40 ข้อ ครูผู้สอนบันทึกคะแนนของนักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม แล้วนำข้อมูลไปทดสอบค่าทีแบบเป็นอิสระต่อกัน (t-test independent)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. แบบฝึกทักษะ วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ 82.67/80.75 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3

ผลการหาประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะ วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

การทดลอง	จำนวนนักเรียน (คน)	คะแนนระหว่างเรียน (80 คะแนน)		แบบทดสอบหลังเรียน (40 คะแนน)		ประสิทธิภาพ
		ค่าเฉลี่ย	E_1	ค่าเฉลี่ย	E_2	
รายบุคคล	3	58.67	73.33	24.33	60.83	73.33/60.83
กลุ่มย่อย	9	62.00	77.50	29.56	73.90	77.50/73.90
ภาคสนาม	30	66.13	82.67	32.30	80.75	82.67/80.75

จากตารางที่ 3 ผลการหาประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะ วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ตามลำดับขั้นตอนการหาประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะทั้ง 3 ขั้นตอน พบว่า การหาประสิทธิภาพขั้นที่ 1 (แบบรายบุคคล) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 73.33/60.83 ขั้นที่ 2 (แบบกลุ่มย่อย) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 77.50/73.90 และขั้นที่ 3 (แบบภาคสนาม) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 82.67/80.75 ซึ่งประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะ วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ คือ 80/80

2. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4

ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

Group	n	$\overline{X}$	S.D.	t	Sig.
กลุ่มทดลอง	30	34.07	3.36	5.68*	.000
กลุ่มควบคุม	30	27.93	3.74		

*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่าผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 กลุ่มทดลอง ($\overline{X}$ = 34.07, S.D. = 3.36) มีคะแนนสูงกว่ากลุ่มควบคุม ($\overline{X}$ = 27.93, S.D. = 3.74) เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของคะแนนด้วยวิธีการทดสอบค่าที พบว่าค่าสถิติ t เท่ากับ 5.68 ดังนั้นผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนของกลุ่มทดลองสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นได้ตั้งสมมติฐานไว้เท่ากับ 80/80 ผลปรากฏว่าแบบฝึกทักษะมีประสิทธิภาพ 82.67/80.75 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ คือ แบบฝึกทักษะช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ในระหว่างที่เรียนคิดเป็นร้อยละ 82.67 และคะแนนการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคิดเป็นร้อยละ 80.75 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คำพวน ประสงค์สันต์ (2553) ได้อภิปรายผลการวิจัยการพัฒนาแบบฝึกทักษะภาษาไทย เรื่องการเขียนสะกดคำประกอบการเรียนรู้แบบกลุ่มเพื่อนช่วยเพื่อน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ว่าแบบฝึกทักษะช่วยให้นักเรียนพัฒนาทักษะและเกิดการเรียนรู้ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า แบบฝึกทักษะมีประสิทธิภาพเท่ากับ 84.53/83.75 ทั้งยังสอดคล้องกับ อรวรรณ ทะราศรี (2556) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาแบบฝึกทักษะภาษาไทย เรื่องการอ่านและการเขียนโดยใช้ภาพประกอบ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2555 โรงเรียนหนองอ้อวิทยาคม จำนวน 21 คน ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย ผลการศึกษาพบว่า แบบฝึกทักษะภาษาไทย เรื่องการอ่านและการเขียนโดยใช้ภาพประกอบ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85.97/87.62 เพราะแบบฝึกทักษะช่วยพัฒนาและส่งเสริมทักษะของนักเรียน ทั้งนี้เนื่องมาจาก

1.1 แบบฝึกทักษะมีการพัฒนาอย่างเป็นระบบขั้นตอน สร้างตามหลักการและทฤษฎี มีการนำแบบฝึกทักษะที่สร้างไปหาประสิทธิภาพให้ได้ตามเกณฑ์ ตามที่ ดาราณี โพธิ์ไทร (2552, หน้า 77-78) กล่าวว่า ในการสร้างแบบฝึกทักษะต้องศึกษาทฤษฎี เอกสารหลักสูตร งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบฝึก

ทักษะ พัฒนาแบบฝึกให้มีความสอดคล้องกับโครงสร้าง รูปแบบและเนื้อหา และกำหนดจุดประสงค์การเรียนเรียนรู้อย่างชัดเจนเพื่อให้แบบฝึกทักษะมีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.2 แบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเกี่ยวกับความสอดคล้องของแบบฝึกทักษะ โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการสอนภาษาไทย ซึ่งระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญโดยภาพรวมเห็นว่าแบบฝึกทักษะที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ถือว่าเป็นแบบฝึกทักษะที่มีคุณภาพดีมาก สามารถนำไปใช้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 แบบฝึกทักษะที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเหมาะสมกับวัยของนักเรียน การจัดทำเนื้อหาเรียงลำดับจากง่ายไปหายากตามที่ วรรณ แก้วแพรก (อ้างถึงใน ดาราณี โพธิ์ไทร, 2552, หน้า 78) ได้กล่าวไว้ว่า “แบบฝึกทักษะต้องจัดจากง่ายไปหายากและคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล” อันส่งผลให้นักเรียนประสบผลสำเร็จในการทำแบบฝึกทักษะ

1.4 แบบฝึกทักษะที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้นเป็นแบบฝึกทักษะลักษณะสั้น ๆ มีการยกตัวอย่างทำให้เข้าใจง่ายและมีภาพประกอบเพื่อดึงดูดความสนใจ สอดคล้องกับ จาง หญิงหญิง (2559, หน้า 475) ที่กล่าวว่า แบบฝึกทักษะต้องมีรูปแบบที่น่าสนใจ กระตุ้นให้เด็กสนใจใคร่ฝึก ไม่น่าเบื่อ มีวิธีการที่เหมาะสมและคำนึงถึงจิตวิทยาการเรียนรู้

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นิรามัย ไชยรัตน์ (2551, หน้า 37) รชต คำพลแสน (2553, หน้า 101) และสมศักดิ์ มะทะโจทย์ และอุเทน ระวังวงศ์ (2551, หน้า 35) ดังนี้

2.1 แบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ มีการนำกิจกรรมอย่างหลากหลายมาประกอบเข้าด้วยกันอย่างสัมพันธ์กัน ซึ่งได้สร้างแบบเริ่มจากง่ายไปหายาก มีจุดมุ่งหมายในการใช้แบบฝึกทักษะ โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล มีคำชี้แจงที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย เหมาะสมกับความสนใจและความสามารถของนักเรียน และนักเรียนสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง เพื่อให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ที่คงทน ซึ่งสอดคล้องกับ กมล ชูกลิ่น (2550, หน้า 59) ที่กล่าวว่า การสร้างแบบฝึกทักษะต้องเริ่มจากเรื่องที่ง่ายไปยาก มีวัตถุประสงค์ในการฝึกทักษะที่ชัดเจน ใช้เวลาในการฝึกแต่ละครั้งอย่างเหมาะสม และคำนึงถึงความแตกต่างของปัจเจกบุคคล

2.2 แบบฝึกทักษะทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ทำให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจบทเรียนมากยิ่งขึ้น ส่งเสริมทักษะการใช้ภาษา ช่วยเร้าความสนใจของนักเรียน อีกทั้งยังช่วยให้ครูได้ทราบถึงความก้าวหน้าและข้อบกพร่องของนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ รัศมี ประทุมมา (2550, หน้า 13-14) โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ เปิดโอกาสให้นักเรียนได้คิดและแก้ปัญหาด้วยตนเอง ครูผู้สอนทำหน้าที่เป็นเพียงที่ปรึกษา ให้คำแนะนำและชี้แนะของบกพร่องของนักเรียนสอดคล้องกับ ลัดดา พลหาญ (2550, หน้า 66) กล่าวว่า แบบฝึกทักษะสามารถกระตุ้นให้นักเรียนได้พัฒนาทางด้านความคิดและ

พัฒนาทักษะทางด้านการเขียน การใช้แบบฝึกทักษะอย่างต่อเนื่องและแบบฝึกทักษะที่ค่อย ๆ ยากขึ้น เป็นการฝึกให้นักเรียนได้ใช้ความคิดอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นการพัฒนาความคิด ดังนั้นแบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดและหน้าที่ของคำ จึงส่งผลให้นักเรียนที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำไปใช้

1.1 นำเสนอผลการวิจัยต่อผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อส่งเสริมและพัฒนาครูผู้สอนให้มีความรู้เกี่ยวกับการสร้างแบบฝึกทักษะที่หลากหลาย รวมถึงนำแบบฝึกทักษะที่สร้างขึ้นเองไปใช้ในโรงเรียนให้มากขึ้น

1.2 ควรนำแบบฝึกทักษะไปใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในเนื้อหาสาระอื่น ๆ เช่น การเขียน การอ่าน เป็นต้น เนื่องจากเป็นการส่งเสริมให้นักเรียนได้ฝึกทักษะอย่างสม่ำเสมอ พัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง คิดวิเคราะห์และแก้ปัญหาด้วยตนเอง

1.3 ครูผู้สอนควรมีการเสริมแรงทางบวกแก่นักเรียน เช่น การชมเชยหรือให้รางวัล เพื่อให้นักเรียนเกิดเจตคติที่ดีต่อวิชานั้น ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรสร้างแบบฝึกทักษะในกลุ่มสาระการเรียนรู้อื่น ๆ เพราะจากการทำวิจัยและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า แบบฝึกทักษะสามารถนำไปจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้ทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ และแบบฝึกทักษะที่มีประสิทธิภาพสามารถพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนได้

2.2 ควรใช้รูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายร่วมกับการใช้สื่อการเรียนรู้ใหม่ เช่น การเรียนแบบจิ๊กซอว์โดยใช้สื่อ Google Sites หรือการใช้กระบวนการกลุ่มโดยใช้สื่อ QR Code เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบว่าสามารถพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนได้ดีกว่าหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

กมล ชูกลิ่น. (2550). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะการเขียนสะกดคำภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา.

คำพวน ประสงค์สันต์. (2553). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะภาษาไทย เรื่องการเขียนสะกดประกอบการเรียนรู้แบบกลุ่มเพื่อนช่วยเพื่อน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3.* สารนิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

จาง หญิงหญิง. (2559). การพัฒนาแบบฝึกทักษะการเขียนสะกดคำภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีนชั้นปีที่ 3. *Veridian E-Journal, Silpakorn University,* 9(2), 475.

จามรี ศิริภัทร. (2551). การใช้สื่อประกอบการนำเสนออย่างไรให้มีประสิทธิภาพ. *วารสารรามคำแหง,* 25(2), 140-143.

ดาราณี โพธิ์ไทร. (2552). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะภาษาไทย เรื่อง การเขียนสะกดคำที่ไม่ตรงตามตัวสะกดโดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

นงนุช สามัญฤทธิ์. (2551). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านเร็ว สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลนครสวรรค์.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

นิรามัย ไชยรัตน์. (2551*). รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความเชื่อมั่นในการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ เรื่องเลขยกกำลัง ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่มีระดับผลสัมฤทธิ์แตกต่างกันและได้รับการสอนโดยใช้กิจกรรมการเรียนแบบ STAD กับกิจกรรมการเรียนตามคู่มือครูของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนลาดปลาเค้าพิทยาคม.* กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

พรรณี ชะบา. (2550). *การสร้างแบบฝึกเพื่อพัฒนาทักษะการเขียนเชิงสร้างสรรค์ภาษาไทย สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

ฟองจันทร์ สุขยิ่ง, กัลยา สหชาติโกสีย์, ศรีวรรณ ช้อยหิรัญ, ภาสกร เกิดอ่อน และระวีวรรณ อินทรประพันธ์. (2558). *หนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย หลักภาษาและการใช้ภาษา ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1.* กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

รชต คำพลแสน. (2553). *การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชางานเชื่อมโลหะ 1 ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระหว่างรูปแบบการสอนที่จัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมกับการสอนแบบปกติ.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

รัตนะ ไชยยศ. (2558). *การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่องคำนาม ระหว่างการใช้แบบฝึกทักษะกับการใช้ชุดเกมของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนวัดจันทร์ประดิษฐาราม สำนักงานเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

รัศมี ประทุมมา. (2550). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ลัดดา พลหาญ. (2550). *การสร้างแบบฝึกทักษะการเขียนเชิงสร้างสรรค์ในรายวิชาภาษาไทย สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.

ศรีลักษณ์ ผลวัฒนะ และประดับ นาคแก้ว. (2551). *ครูมืออาชีพ การพัฒนาผู้เรียนสู่ผลงานทางวิชาการและกิจกรรมวิทยาศาสตร์พาสนุกเพื่อการคิดวิเคราะห์.* กรุงเทพมหานคร: พี เอ็น เค แอนด์สกายพริ้นติ้ง.

ศศิวิมล ไทรชมภู. (2562). *รายงานผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์ ปีการศึกษา 2561.* กรุงเทพฯ: โรงเรียนแย้มจาดวิชชานุสรณ์.

สมพงษ์ ศรีพยาต. (2553). *การพัฒนาชุดแบบฝึกการเขียนสะกดคำ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สมศักดิ์ มะทะโจทย์ และอุเทน ระวังวงศ์. (2551). *การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง “เซต (SETS)” ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนแจ้ห่มวิทยา จังหวัดลำปาง.* สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2542). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติพุทธศักราช 2542.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

อรวรรณ ทะราศรี. (2556). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะภาษาไทย เรื่องการอ่านและการเขียน โดยใช้ภาพประกอบ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ

A Comparison of Learning Achievement in Thai Subject on Word Formation of Mathayomsuksa 1 Students At Satri Srisuriyothai School That Studied By work books and Traditional Learning

สุจิตรา นาโค*

Sujittra Naco*

สาขาวิชานวัตกรรมหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*

Program in Innovative Curriculum and Learning Management of Education

Ramkhamhaeng University.*

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้*

Graduate students, Master of Innovative Curriculum and Learning Management.

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*

Faculty of Education, Ramkhamhaeng University.

อีเมล 6014442004@ru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพแบบฝึกทักษะ เรื่อง การสร้างคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปี 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัยให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/7 จำนวน 40 คน เป็นกลุ่มทดลอง และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/5 จำนวน 40 คน เป็นกลุ่มควบคุม ซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) รูปแบบวิจัยที่ใช้เป็นวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) แบบฝึกทักษะ เรื่อง การสร้างคำ 2) แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้แบบฝึกทักษะ เรื่อง การสร้างคำ 3) แผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ เรื่อง การสร้างคำ และ 4) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการทดสอบค่าที (t-test) ผลการวิจัยพบว่า

1. แบบฝึกทักษะ เรื่อง การสร้างคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย มีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้โดยมีค่าเท่ากับ 81.83/80.10

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : แบบฝึกทักษะ, การเรียนแบบปกติ , ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

Abstract

The purposes of this research were 1) to create and find the efficiency of work books on Word Formation of mathayomsuksa 1 students in Satri Srisuriyothai School to be effective according to the criteria 80/80. 2) To compare Thai learning achievement on Word Formation of mathayomsuksa 1 students at Satri Srisuriyothai School, Learning by using work books and Traditional Learning. The sample group used in the research was 40 mathayomsuksa 1 room 7 students in experimental group and 40 students in Mathayomsuksa 1 room 5 were control groups, which were obtained by Simple Random Sampling by using the lottery method. The research model used as a Quasi-Experimental Research. The research instruments consisted of ,1) work books in Word Formation ,2) lesson plan for learning using for work books Word Formation ,3) lesson plans for Word Formation through Conventional Learning ,and 4) Learning achievement test in Thai Subject on Word Formation. The statistics used for data analysis were percentage, mean ($\overline{X}$), standard deviation (S.D.) and t-test.

The findings were as follows

1. The work books in Word Formation of mathayomsuksa 1 students in Satri Srisuriyothai School was effective according to the criteria set by 81.83/80.10

2. There was significant difference between learning achievement of thai language word formation of mathayomsuksa 1 students at the .05 level, which mean students' learning achievement of thai language word formation higher than tradition learning.

Key words : work books, Traditional Learning, learning achievement

บทนำ

ภาษาไทยเป็นภาษาประจำชาติและมีความสำคัญมากเพราะคนไทยส่วนมากใช้ภาษาไทยเป็นเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน คนไทยจึงควรตระหนักถึงความสำคัญและการใช้ภาษาไทย ศึกษาหลักเกณฑ์การใช้ภาษา การอ่าน การเขียนให้ถูกต้อง เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน

กระทรวงศึกษาธิการได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาษาไทยในฐานะที่เป็นภาษาประจำชาติและเป็นเครื่องมือสื่อสารของคนในสังคม มุ่งส่งเสริมให้นักเรียนมีความรู้ความสามารถ และมีทักษะในการใช้ภาษาไทยอย่างถูกต้อง จึงได้กำหนดให้วิชาภาษาไทยเป็นวิชาที่นักเรียนทุกคนต้องเรียนและต้องสอบให้ได้จึงกำหนดไว้ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย โดยกำหนดสาระและมาตรฐานการเรียนรู้ไว้จำนวน 5 สาระ ได้แก่ สาระที่ 1 การอ่าน สาระที่ 2 การเขียน สาระที่ 3 การฟัง การดูและการพูด สาระที่ 4 หลักการใช้ภาษาไทย และสาระที่ 5 วรรณคดีและวรรณกรรม (กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา, 2551, หน้า 53) ซึ่งสาระที่ 4 หลักการใช้ภาษาไทย มาตรฐาน ท 4.1 เข้าใจธรรมชาติของภาษาและหลักภาษาไทย การเปลี่ยนแปลงของภาษาและพลังของภาษา ภูมิปัญญาทางภาษาและรักษาภาษาไทยไว้เป็นสมบัติของชาติ ถือเป็นสาระหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากการที่จะใช้ภาษาไทยได้ถูกต้องนั้นจะต้องรู้หลักเกณฑ์และหลักภาษาไทยที่ถูกต้อง เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

การสร้างคำในรายวิชาภาษาไทย เป็นเนื้อหาหนึ่งในหลักภาษาไทย ที่หากนักเรียนมีความรู้ในเรื่องนี้อย่างดีแล้วจะทำให้การเรียนในเรื่องของหลักการใช้ภาษามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แต่ที่ผ่านมานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ทำคะแนนในเนื้อหาการสร้างคำได้น้อยกว่าทักษะอื่น ด้วยเหตุที่เนื้อหาวิชาด้านหลักภาษาในเรื่องของการสร้างคำนั้นเป็นเนื้อหาที่มีมาก และยากต่อการเข้าใจ ทั้งในเรื่องคำมูล คำประสม คำซ้อน คำซ้ำ จึงทำให้ผู้เรียนรู้สึกเบื่อหน่ายกับการเรียนหลักภาษา รวมทั้งผู้สอนนั้นยังยึดตนเองเป็นศูนย์กลางของการเรียนการสอน ขาดกิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อ หรือมีกิจกรรมแต่ไม่น่าสนใจ อีกทั้งมีสื่อที่ไม่หลากหลาย นอกจากนี้การเรียนการสอนจำเป็นต้องมีการฝึกทักษะ เพราะการฝึกทักษะนี้ต้องอาศัยการปฏิบัติด้วยตนเองซ้ำๆ ซึ่งจะส่งผลให้นักเรียนเข้าใจในเนื้อหานั้นได้อย่างชัดเจน (ฉวีวรรณ ผิวผ่อง, 2555, หน้า 1)

การรายงานผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทยของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร ในปีการศึกษา 2561 ที่ผ่านมา พบว่า นักเรียนเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในสาระการเรียนรู้ที่ 4 หลักการใช้ภาษาค่อนข้างต่ำ (โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย, 2561, หน้า 21) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสื่อการเรียนการสอนยังไม่น่าสนใจ และมีการฝึกทักษะที่น้อยเกินไป ดังนั้น ครูผู้สอนจึงต้องปรับเปลี่ยนสื่อการสอนให้น่าสนใจและเน้นฝึกทักษะเพื่อให้นักเรียนมีความเข้าใจที่ชัดเจน จดจำเนื้อหาได้ดี และเพื่อที่จะช่วยพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น

แบบฝึกเป็นสื่อการสอนประเภทหนึ่งที่ครูผู้สอนสร้างขึ้นให้มีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อฝึกทักษะของนักเรียนในเรื่องที่เรียนไปแล้วให้เกิดความชำนาญในเรื่องนั้นยิ่งขึ้น เพราะหากนักเรียนทำแบบฝึกในข้อใดไม่ได้ นักเรียนก็กลับมาทบทวนในสิ่งที่เรียนไปแล้ว เพื่อนำมาช่วยในการทำแบบฝึกให้สำเร็จลุล่วง ดังนั้นแบบฝึกทักษะจึงเป็นเครื่องมือที่ใช้ฝึกปฏิบัติจริงด้วยความสนใจและสนุกสนาน เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทักษะเพิ่มขึ้นและสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ (นางสาววัลยา อ่ำหนองโพธิ, 2557, หน้า 38) ถือได้ว่าแบบฝึกทักษะเป็นนวัตกรรมการเรียนการสอนอย่างหนึ่งที่ผู้สอนจัดทำขึ้นอย่างเป็นระบบ ทำให้นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจดียิ่งขึ้น ช่วยเสริมทักษะทางการใช้ภาษา ช่วยในเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล เนื่องจากนักเรียนมีความสามารถทางภาษาแตกต่างกัน การให้นักเรียนทำแบบฝึกทักษะที่เหมาะสมกับความสามารถจะช่วยให้นักเรียนประสบความสำเร็จในด้านจิตใจมากขึ้น พร้อมทั้งเป็นเครื่องมือวัดและประเมินผลการเรียน ช่วยให้ครูผู้สอนทราบความก้าวหน้าหรือข้อบกพร่องของนักเรียน และช่วยให้นักเรียนประสบผลสำเร็จในการเรียนและถ้าหากนักเรียนได้ฝึกทักษะมากขึ้นก็จะทำให้นักเรียนจดจำเนื้อหาและความรู้ได้ดีขึ้น เพราะการทำและการฝึกซ้ำๆ จะทำให้นักเรียนเกิดการชำนาญ และจดจำได้ดี

ธนวัฒน์ แก้วนิล (2558, หน้า 40) กล่าวถึงประโยชน์ของแบบฝึกทักษะว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญและมีความจำเป็นต่อการเรียนทักษะทางภาษามากเพราะช่วยให้นักเรียนเข้าใจบทเรียนได้ดียิ่งขึ้นนอกจากจะช่วยให้นักเรียนเกิดความสนุกสนานในการเรียนแล้วยังแบ่งเบาภาระของครูและยังทำให้นักเรียนพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มที่ เพิ่มความมั่นใจในการเรียน และทำให้ประสบผลสำเร็จในการเรียน

จากปัญหาที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสร้างและนำแบบฝึกทักษะมาใช้ในกิจกรรมการเรียนการสอนในรายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พร้อมทั้งเป็นแนวทางในการพัฒนาการเรียนการสอนในรายวิชาภาษาไทยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพแบบฝึกทักษะ เรื่องการสร้างคำ ของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปี 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาไทย เรื่องการสร้างคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบฝึกทักษะ เรื่อง การสร้างคำ จำนวน 8 ชุด ใช้ชั่วโมงละ 1 ชุด รวมเป็น 8 ชั่วโมง มีเนื้อหาดังนี้ คำมูล คำประสมระหว่างคำนามกับคำนาม คำประสมระหว่างคำนามกับคำสรรพนาม คำประสมระหว่างคำนามกับกริยา คำประสมระหว่างคำนามกับวิเศษณ์ คำประสมระหว่างคำกริยากับคำกริยา คำซ้อนและคำซ้ำ โดยในแบบฝึกทักษะแต่ละชุดจะมีคำชี้แจงการใช้แบบฝึกทักษะสำหรับครูผู้สอนและนักเรียน ใบความรู้ แบบฝึกทักษะรูปแบบต่างๆ จำนวน 3 แบบฝึก แบบทดสอบหลังเรียน เฉลยแบบฝึกทักษะทั้ง 3 แบบฝึกและเฉลยแบบทดสอบหลังเรียน

2. แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้แบบฝึกทักษะ เรื่อง การสร้างคำ จำนวน 8 แผน รวม 8 ชั่วโมง

3. แผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ เรื่อง การสร้างคำ จำนวน 8 แผน รวม 8 ชั่วโมง

4. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ แบบปรนัย ชนิด 4 ตัวเลือก จำนวน 32 ข้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มอย่างง่ายด้วยวิธีจับสลาก เพื่อให้ได้กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม นักเรียนกลุ่มทดลอง คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/7 จำนวนนักเรียน 40 คน และนักเรียนกลุ่มควบคุม คือ นักเรียนระดับชั้นชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/5 จำนวนนักเรียน 40 คน

2. นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน (Pre-Test) รายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ จำนวน 32 ข้อ ไปใช้ทดสอบก่อนเรียนกับกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม โดยใช้เวลาทั้งหมด 1 ชั่วโมง

3. ตรวจแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมแล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ตารางที่ 1

ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน รายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ ของชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

กลุ่มตัวอย่าง	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig
กลุ่มทดลอง	40	16.18	4.21	-.02	.977
กลุ่มควบคุม	40	16.20	3.56		

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน รายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ ของชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.18 คะแนนกลุ่มควบคุมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.20 เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของคะแนนด้วยวิธีการทดสอบค่าที พบว่า ค่าสถิติ t เท่ากับ -.02 ดังนั้น ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนของนักเรียกลุ่มทดลองสูงกว่ากลุ่มควบคุมไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นำแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้แบบฝึกทักษะ เรื่อง การสร้างคำ จำนวน 8 แผน ไปใช้กับกลุ่มทดลอง และนำแผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ เรื่อง การสร้างคำ จำนวน 8 แผน ไปใช้กับกลุ่มควบคุม โดยทั้งสองกลุ่มใช้ทั้งหมด 8 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง

5. นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน (Post-Test) รายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ จำนวน 32 ข้อ ไปใช้ทดสอบหลังเรียนกับกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมโดยใช้เวลา 1 ชั่วโมง

6. ตรวจแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมแล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. แบบฝึกทักษะ เรื่องการสร้างคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย มีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้โดยมีค่าเท่ากับ 81.83/80.10

ตารางที่ 2

การหาประสิทธิภาพแบบฝึกทักษะ เรื่อง การสร้างคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย

การทดลอง	**จำนวนนักเรียน (คน)**	**คะแนนระหว่างเรียน (40 คะแนน)**		**คะแนนทดสอบหลังเรียน (32 คะแนน)**		**ประสิทธิภาพ**
		ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ (E_1)	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ (E_2)	
รายบุคคล	3	31.33	78.33	24.67	77.08	78.33/77.08
กลุ่มย่อย	9	32.33	80.83	25.56	79.86	80.83/79.86
ภาคสนาม	30	32.73	81.83	25.63	80.10	81.83/80.10

จากตารางที่ 2 การหาประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะ เรื่อง การสร้างคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ตามลำดับการหาค่าประสิทธิภาพแบบฝึกทักษะทั้ง 3 ขั้นตอน พบว่า การหาค่าประสิทธภาพแบบฝึกทักษะขั้นที่ 1 (รายบุคคล) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 78.33/77.08 ขั้นที่ 2 (กลุ่มย่อย) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 80.83/79.86 และขั้นที่ 3 (ภาคสนาม) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.83/80.10 นั่นคือประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะ เรื่อง การสร้างคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 80/80

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาไทย เรื่องการสร้างคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน รายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ ของชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

กลุ่มตัวอย่าง	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig
กลุ่มทดลอง	40	26.13	3.03	5.83	.000*
กลุ่มควบคุม	40	21.55	3.92		

*P< 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า นักเรียนที่ได้เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ (กลุ่มทดลอง) มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 26.13 สูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ (กลุ่มควบคุม) ซึ่งมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 21.55 เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของคะแนนด้วยวิธีการทดสอบค่าที พบว่า ค่าสถิติ t เท่ากับ 5.83 ดังนั้นผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนของนักเรียกลุ่มทดลองสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัย การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แบบฝึกทักษะ เรื่องการสร้างคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 81.83/80.10 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากแบบฝึกทักษะที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้นเป็นไปตามขั้นตอนการสร้างแบบฝึกที่ถูกต้อง ได้ผ่านการตรวจสอบแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องและประเมินความถูกต้องเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญ ผ่านการทดลองใช้เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริง มีเนื้อหาและรูปแบบที่หลากหลายน่าสนใจและมีคำสั่งที่ชัดเจน ใช้ภาษาเหมาะสมกับวัย มีภาพประกอบและมีสีสันดึงดูดความสนใจของนักเรียน สอดคล้องกับการวิจัยของสมพงษ์ ศรีพยาต (2553,บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุดแบบฝึกการเขียนสะกดคำได้ศึกษาการพัฒนาแบบฝึกชุดการเขียนสะกดคำ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผลการวิจัยพบว่า แบบฝึกการเขียนสะกดคำสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 86.90/86.75 และสอดคล้องกับการวิจัยของ ปัญสุธา ย่องลั่น (2557, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ผลของการใช้แบบฝึกทักษะการเขียนกลอนสุภาพในวิชาภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียน

วัดโพธาราม อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า แบบฝึกทักษะ เรื่อง การเขียนกลอนสุภาพมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานเท่ากับ 82.52 /80.47

2. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับเรียนแบบปกติ พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาไทย เรื่องการสร้างคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะสูงกว่านักเรียนเรียนที่เรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราทิพย์ เหลืองเดชานุรักษ์ (2555, บทคัดย่อ) ได้ศึกษา เรื่อง การเปรียบเทียบผลสัฤทธิ์ทางการเรียนและความคงทนในการเรียน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่เรียนด้วยแบบฝึกทักษะการเขียนสะกดคำตามมาตราตัวสะกดกับการเรียนแบบปกติ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะการเขียนสะกดคำตามมาตราตัวสะกดมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ. 01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุธิดา เชื้อฉุน (2555, บทคัดย่อ) ได้ศึกษา เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านการอ่านในใจ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยใช้แบบฝึกทักษะกับการเรียนปกติ ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ ด้านการอ่านในใจของนักเรียนที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ สูงกว่านักเรียนที่เรียนโดยการเรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ. 05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะเรื่องการสร้างคำนั้นตอบสนองต่อความแตกต่างระหว่างบุคคลได้ดี และทำให้นักเรียนได้ฝึกทักษะในเนื้อหานั้นซ้ำๆ จนเกิดความเข้าใจ ทำให้นักเรียนจดจำเนื้อหาได้ดี และมีความแม่นย้ำในเนื้อหา จึงส่งผลให้นักเรียนที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง การสร้างคำสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1.จากผลการวิจัยพบว่า ในการจัดการเรียนรู้โดยแบบฝึกทักษะนักเรียนบางคนยังขาดความรับผิดชอบในการทำแบบฝึกทักษะ จึงไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่อให้เสร็จภายในระยะเวลาที่ครูกำหนดไว้ได้ เพราะฉะนั้นครูควรกำหนดข้อตกลงร่วมกับนักเรียนก่อนการจัดการเรียนการสอน เพื่อฝึกให้นักเรียนมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จภายในเวลาที่กำหนด เช่น การเสริมแรง หรือการให้จับคู่ตรวจแบบฝึกทักษะของเพื่อน

2. จากผลการวิจัยพบว่า แบบฝึกทักษะ เรื่อง การสร้างคำ เป็นแบบฝึกทักษะที่ให้นักเรียนทำด้วยตนเอง จากการสังเกตพฤติกรรมของนักเรียนพบว่า ส่วนมากนักเรียนลงมือทำแบบฝึกทักษะทันที โดยข้ามขั้นตอนการศึกษาใบความรู้ เมื่อพบปัญหาจึงกลับมาศึกษาใบความรู้ใหม่ ดังนั้นก่อนการทำแบบฝึกทักษะครูผู้สอนควรแนะนำนักเรียนให้ปฏิบัติตามขั้นตอนของการใช้แบบฝึกทักษะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยและพัฒนาการจัดการเรียนรู้ใช้แบบฝึกทักษะสำหรับใช้ในการสอนวิชาภาษาไทยในเนื้อหาอื่นๆ เช่น ชนิดและหน้าที่ของคำ ภาษาต่างประเทศในภาษาไทย หรือชนิดของประโยคในภาษาไทยเป็นต้น

2. ควรมีการวิจัยและพัฒนาการจัดการเรียนรู้โดยแบบฝึกทักษะในกลุ่มสาระการเรียนรู้อื่นๆ

3. ควรมีการศึกษาการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับการเรียนแบบอื่นๆ เช่น การเรียนร่วมมือ STAD การจัดการเรียนรู้แบบ 4 MAT เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). **หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขึ้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

ฉวีวรรณ ผิวผ่อง. (2555). **การพัฒนาชุดการสอน เรื่องการสร้างคำในภาษาไทย สำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

ธนวัฒน์ แก้วนิล. (2558). **การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

ปัญสุธา ย่องลั่น. (2557). **ผลของการใช้แบบฝึกทักษะการเขียนกลอนสุภาพในวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนวัดโพธาราม อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา.** วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย. (2561). **ศรีสัมพันธ์.** ราชบุรี : ธรรมรักษ์การพิมพ์.

วราทิพย์ เหลืองเดชานุรักษ์. (2555). **การเปรียบเทียบผลสัฤทธิ์ทางการเรียนแลความคงทนในการเรียน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่เรียนด้วยแบบฝึกทักษะการเขียนสะกดคำตามมาตราตัวสะกดกับการเรียนแบบปกติ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

วัลยา อ่ำหนองโพธิ. (2557). **การพัฒนาแบบฝึกทักษะการเขียนสะกดคำ เรื่อง มาตราตัวสะกด โดยใช้แผนผังความคิดสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการนิเทศ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สมพงษ์ ศรีพยาต. (2553). **การพัฒนาแบบฝึกชุดการเขียนสะกดคำ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6**. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาหลักสูตรและการสูตร มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อนุธิดา เชื้อฉุน. (2555). **การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ ด้านการอ่านในใจ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยใช้แบบฝึกทักษะกับการเรียนปกติ.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับการเรียนแบบปกติ

A Comparison of Learning Achievement in Thai Subject on thai parts of speech of Mathayomsuksa 1 Students At Satri Srisuriyothai School by work books and Traditional Learning

นฤมล ขุมทอง*

Naruemol Khumtong*

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้*

Graduate students, Master of Innovative Curriculum and Learning Management.

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*

Faculty of Education, Ramkhamhaeng University.

อีเมล nareumol@suriyothai.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพแบบฝึกทักษะ เรื่อง ชนิดของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 และ 2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับการเรียนแบบปกติ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/3 จำนวน 40 คน เป็นกลุ่มทดลอง และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/4 จำนวน 40 คน เป็นกลุ่มควบคุม ซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 1) แบบฝึกทักษะ เรื่อง ชนิดของคำ 2) แผนการจัดการเรียนรู้ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ เรื่อง ชนิดของคำ 3) แผนการจัดการเรียนรู้ที่เรียนแบบปกติ เรื่อง ชนิดของคำ และ 4) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ เป็นแบบปรนัยชนิด 4 ตัวเลือก จำนวน 32 ข้อ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการทดสอบค่า t แบบเป็นอิสระต่อกัน (t-test independent)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. แบบฝึกทักษะ เรื่อง ชนิดของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย มีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้โดยมีค่าเท่ากับ 81.17/80.63

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : แบบฝึกทักษะ, การเรียนแบบปกติ, ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

Abstract

The purposes of this research were 1) to create and find the efficiency of work books on thai parts of speech of mathayomsuksa 1 students in Satri Srisuriyothai School to be effective according to the criteria 80/80. 2) To compare Thai learning achievement on thai parts of speech of mathayomsuksa 1 students at Satri Srisuriyothai School, Learning by work books and Traditional Learning. The sample group used in the research was 40 mathayomsuksa 1 room 3 students in experimental group and 40 students in Mathayomsuksa 1 room 4 were control groups, which were obtained by Simple Random Sampling. The research instruments consisted of 1) work books in thai parts of speech 2) lesson plans for learning using for work books thai parts of speech 3) lesson plans for thai parts of speech through of the Traditional Learning and 4) the test of learning achievement in Thai Subject on thai parts of speech as an optional answer, 32 items. The statistics used for data analysis were percentage, mean ($\bar{x}$), standard deviation (S.D.) and t-test for independent samples.

The findings of the study were to

1. The work books in thai parts of speech of mathayomsuksa 1 students in Satri Satri Srisuriyothai School was effective according to the criteria set by 80.33/81.04

2. Result of Learning Achievement in the Thai Subject of mathayomsuksa 1 Students at Satri Srisuriyothai School That studied by work books was higher than the students who studied in regular style with statistically significance at the level of .05

Key words : work books, Traditional Learning, learning achievement

บทนำ

ภาษาไทยเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติ เป็นสมบัติทางวัฒนธรรมอันก่อให้เกิดความเป็นเอกภาพ และความเป็นไทย เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจต่อกัน อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์จากแหล่งข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อพัฒนาความรู้ ความคิด ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นอกจากนี้ภาษาไทยยังเป็นสื่อที่แสดงถึงภูมิปัญญาของบรรพบุรุษด้านวัฒนธรรมและประเพณี ดังนั้นภาษาไทยจึงเป็นสมบัติของชาติที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ และสืบสานให้คงอยู่ต่อไป (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551, หน้า 37)

หลักการใช้ภาษาไทย มีความสำคัญอย่างมากในการเรียนรู้เกี่ยวกับการศึกษาธรรมชาติและกฎเกณฑ์ของภาษาไทย การใช้ภาษาให้ถูกต้องเหมาะสมกับโอกาสและบุคคล การแต่งบทประพันธ์ประเภทต่าง ๆ และอิทธิพลของภาษาต่างประเทศในภาษาไทย (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551, หน้า 1-2)

การเรียนรู้หลักภาษาไทย และหลักเกณฑ์ในการใช้ภาษาไทยจนสามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้เรียนจำเป็นต้องตระหนักถึงความสำคัญของหลักภาษาไทยเป็นอันดับแรก เพราะถ้าเห็นความสำคัญแล้วย่อมทำให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ และจดจำหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ของหลักภาษาไทย ซึ่งมีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นความรู้และต้องอาศัยการท่องจำและการฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง ดังที่ปรีชา ช้างขวัญยืน (2560 หน้า 2) กล่าวถึงความสำคัญของภาษาไทยไว้ว่า “ผู้ที่จะใช้ภาษาไทยได้ดี จะต้องเข้าใจหลักภาษาไทยได้เป็นอย่างดี” และอิสรีย์ น้อยมิ่ง (2557 หน้า 2) กล่าวถึงความสำคัญของการเรียนหลักภาษาไว้ว่า ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักภาษามากเท่าใด การใช้ภาษาก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้น ผู้ที่มีความรู้ทางหลักภาษาดีจึงเป็นผู้ที่ได้เปรียบในการใช้ภาษาติดต่อสื่อสาร หลักภาษาจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องมีการจัดการเรียนการสอนเพื่อประโยชน์สำหรับนักเรียนในการใช้ภาษาในชีวิตประจำวัน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาหาความรู้

จากการรายงานผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร ในปีการศึกษา 2561 ที่ผ่านมา พบว่า นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านหลักการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่าด้านการอ่าน การเขียนและการฟัง (โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย, 2561, หน้า 21) ซึ่งปัญหานี้ควรเป็นหน้าที่ของครูผู้สอนที่จะต้องแก้ไขพัฒนาระดับความสามารถของนักเรียนให้ดีขึ้น การแก้ปัญหาความสามารถทางหลักภาษาไทยของนักเรียนให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ควรจะพิจารณาจากสาเหตุต่าง ๆ ซึ่งสาเหตุหนึ่งที่น่าจะเป็นสาเหตุลำดับต้นคือ นักเรียนมีความเบื่อหน่าย และรู้สึกว่าหลักภาษาเป็นเรื่องที่ยาก และไม่ชอบการเรียนหลักภาษา รวมถึงมีความรู้สึกว่าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนหลักภาษา ดังนั้นครูผู้สอนต้องปรับทัศนคติของนักเรียนเกี่ยวกับความสำคัญและประโยชน์ของการเรียนหลักภาษาไทยเสียก่อน จากนั้นครูผู้สอนควร

คิดหาวิธีการสอนหรือสื่อการเรียนการสอนที่จะช่วยกระตุ้นความสนใจของนักเรียน (นารถนารี อินฒะสอน, 2559, หน้า 5)

ไชยวัฒน์ อารีโรจน์ (2557, หน้า 60-63) กล่าวว่า แบบฝึกทักษะ คือ สื่อการเรียนการสอนประเภทหนึ่งที่ใช้ประกอบการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งให้นักเรียนฝึกปฏิบัติด้วยตนเอง โดยทำกิจกรรมตามคำแนะนำหรือคำสั่งในแบบฝึก ซึ่งครูอาจจะให้ทำหลังจากจบบทเรียนในแต่ละบทหรือใช้ทบทวนหลังจากจบบทเรียนเพื่อมุ่งเสริมทักษะต่าง ๆ ของนักเรียนให้เกิดความชำนาญในการใช้ทักษะดังกล่าวได้ดีขึ้น แบบฝึกที่ดีนั้นควรเป็นแบบฝึกที่มีความหลากหลาย มีความยากง่ายสลับกันไป ทั้งนี้เพื่ออาจช่วยในการผ่อนคลายในการทำแบบฝึกความรู้ในเรื่องนั้น ๆ นอกจากนี้แบบฝึกที่ดีต้องสามารถทำให้ผู้เรียนได้ประโยชน์ มีความรู้จนถึงขั้นของการสังเคราะห์แล้วนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ แบบฝึกมีประโยชน์ต่อตัวครูและนักเรียนแบบฝึกจะเป็นเครื่องช่วยให้นักเรียนได้ฝึกฝนทักษะความคิดและการใช้ภาษาได้ดียิ่งขึ้น ช่วยในเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคลช่วยให้ครูประหยัดเวลาและแรงงาน ช่วยให้ครูมองเห็นจุดเด่นและปัญหาต่าง ๆ ของนักเรียนได้ชัดเจน ซึ่งครูสามารถดำเนินการปรับปรุงแก้ไขปัญหานั้น ๆ ได้ทันท่วงทีและนอกจากนั้นช่วยให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ

จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาค้นคว้าเพื่อพัฒนา “แบบฝึกทักษะ” ที่ผู้วิจัยคิดว่าจะเป็นสื่อทางการศึกษาที่มีคุณค่าทางการจัดการเรียนการสอนหลายประการ เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ครูดำเนินการสอนไปตามลำดับขั้นตอน ช่วยถ่ายทอดประสบการณ์ที่ซับซ้อน และเป็นนามธรรมได้สูง ช่วยให้การเรียนการสอนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และมีส่วนช่วยให้นักเรียนพัฒนาตนเองอย่างเต็มศักยภาพ ซึ่งหลักภาษาไทยเป็นเรื่องเกี่ยวกับที่เป็นนามธรรม การนำสื่อการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในกิจกรรมการเรียนการสอนก็จะยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ให้สูงยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพแบบฝึกทักษะ เรื่อง ชนิดของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับการเรียนแบบปกติ

เครื่องมือและวิธีการดำเนินงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แบบฝึกทักษะเรื่องชนิดของคำ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 8 ชุด ประกอบด้วย คำนาม คำสรรพนาม คำกริยา คำวิเศษณ์ คำบุพบท คำสันธาน คำอุทาน และสรุปชนิดของคำในภาษาไทย ซึ่งตรวจสอบความสอดคล้องของแบบฝึกทักษะกับองค์ประกอบที่กำหนด และคุณภาพของแบบฝึกทักษะโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และทดลองใช้เพื่อหาประสิทธิภาพ 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นรายบุคคล จำนวน 3 คน ขั้นกลุ่มย่อย จำนวน 9 คน และขั้นภาคสนาม จำนวน 30 คน ลักษณะของแบบฝึกทักษะเป็นประเภทตอบคำถามสั้น ๆ เติมคำในช่องว่าง จับคู่ วงกลม ระบายสี มีแบบทดสอบท้ายเล่ม และเฉลยของทุกแบบฝึกในเล่ม

2. แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้แบบฝึกทักษะและแบบปกติ วิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ อย่างละ 8 แผน แผนละ 1 ชั่วโมง รวม 8 ชั่วโมง ซึ่งตรวจสอบความสอดคล้องของแผนการจัดการเรียนรู้กับจุดประสงค์การเรียนรู้ และคุณภาพของแผนการจัดการเรียนรู้ โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน

3. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดของคำ จำนวน 32 ข้อ เป็นแบบทดสอบแบบปรนัยชนิด 4 ตัวเลือก ที่ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์การเรียนรู้ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และทดลองใช้เพื่อหาค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก และหาค่าความเชื่อมั่นตามวิธีการของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน โดยใช้สูตร KR-20 ซึ่งแบบทดสอบทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89

วิธีดำเนินการวิจัย

1. แบ่งนักเรียนออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลองได้แก่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/3 จำนวน 40 คน ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้แบบฝึกทักษะเรื่องชนิดของคำ กลุ่มควบคุม เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1/4 จำนวน 40 คน โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบปกติ

2. ทดสอบก่อนเรียน (Pre-Test) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ชนิดของคำ จำนวน 32 ข้อ ตรวจและเก็บคะแนนเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำคะแนนไปทดสอบค่าทีแบบเป็นอิสระต่อกัน (t-test independent) ดังนี้

ตารางที่ 1

ผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียน วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

Group	n	$\bar{x}$	S.D.	t	Sig.
กลุ่มทดลอง	40	16.00	3.57	0.18	.859
กลุ่มควบคุม	40	15.85	3.92		

จากตาราง 1 พบว่าผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 กลุ่มทดลอง ($\bar{X}$= 16.00, S.D. = 3.57) มีคะแนนต่ำกว่ากลุ่มควบคุม ($\bar{X}$ = 15.85, S.D. = 3.92) เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของคะแนนด้วยวิธีการทดสอบค่าที พบว่าค่าสถิติ t เท่ากับ 0.18 ดังนั้นผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ตามแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง ชนิดของคำ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 8 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้แบบฝึกทักษะกับกลุ่มทดลอง

4. ดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ตามแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง ชนิดของคำ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 8 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติกับกลุ่มควบคุม

5. ทำการทดสอบหลังเรียน (Post-Test) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ชนิดของคำ 32 ข้อ แล้วบันทึกคะแนนของนักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม นำข้อมูลไปทดสอบค่าทีแบบเป็นอิสระต่อกัน (t-test independent)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. แบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีประสิทธิภาพ (E1/E2) เท่ากับ 83.00/81.09 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2

ผลการหาประสิทธิภาพแบบฝึกทักษะ วิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

การทดลอง	จำนวนนักเรียน (คน)	คะแนนระหว่างเรียน (40 คะแนน)		แบบทดสอบหลังเรียน (32 คะแนน)		ประสิทธิภาพ
		ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ (E_1)	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ (E_2)	
รายบุคคล	3	30.33	75.83	21.00	65.63	75.83/65.63
กลุ่มย่อย	9	32.44	81.11	25.33	79.17	81.11/79.17
ภาคสนาม	30	32.47	81.17	25.80	80.63	81.17/80.63

จากตารางที่ 2 ผลการหาประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะ วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดของคำ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ตามลำดับขั้นตอนการหาประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะทั้ง 3 ขั้นตอน พบว่า การหาประสิทธิภาพขั้นที่ 1 (แบบรายบุคคล) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 75.83/65.63 ขั้นที่ 2 (แบบกลุ่มย่อย) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.11/79.17

และขั้นที่ 3 (แบบภาคสนาม) มีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.17/80.63 ซึ่งประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะ วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดของคำ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ คือ 80/80

2. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดของคำ มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3

ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ ของนักเรียนที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับการเรียนแบบปกติ

Group	n	$\bar{x}$	S.D.	t	Sig.
กลุ่มทดลอง	40	25.95	2.19	8.35	*.000
กลุ่มควบคุม	40	20.20	3.76		

*p < .05

จากตารางที่ 3 พบว่าผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน วิชาภาษาไทย เรื่องชนิดและหน้าที่ของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 กลุ่มทดลอง ($\bar{x}$ = 25.95, S.D. = 2.19) มีคะแนนสูงกว่ากลุ่มควบคุม ($\bar{x}$ = 20.20, S.D. = 3.76) เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของคะแนนด้วยวิธีการทดสอบค่าที พบว่าค่าสถิติ t เท่ากับ 8.35 ดังนั้นผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนของกลุ่มทดลองสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลจากการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับการเรียนแบบปกติ สามารถอภิปรายผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แบบฝึกทักษะ เรื่อง ชนิดของคำ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.17/80.63 ตามเกณฑ์กำหนดไว้ ทั้งนี้เนื่องมาจากแบบฝึกทักษะ เรื่อง ชนิดของคำ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ได้พัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบ โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย และรวบรวมข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้วิจัยที่เป็นผู้สอนรายวิชาภาษาไทยในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ได้นำปัญหาที่พบมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์เพื่อกำหนดเนื้อหาที่ใช้ในแบบฝึกทักษะ สอดคล้องกับ

ดารณี ฤทธิธรรม (2556, บทคัดย่อ) ได้พัฒนาแบบฝึกเสริมทักษะภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพแบบฝึกเสริมทักษะภาษาไทย ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 ผลการวิจัยพบว่า แบบฝึกที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ 85.90/87.25 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับ สุนันท์ ธาราศักดิ์ (2558, บทคัดย่อ) ได้พัฒนาแบบฝึกทักษะแต่งบทร้อยกรองประเภทกาพย์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะ ตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า แบบฝึกทักษะการแต่งบทร้อยกรองประเภทกาพย์ มีประสิทธิภาพ 89.03/83.75 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 80/80

2. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะ เรื่อง ชนิดของคำ พบว่านักเรียนที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะเนื้อหาของแบบฝึกทักษะวิชาภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เป็นไปตามลำดับขั้นตอนการเรียนรู้ เพื่อให้นักเรียนเข้าใจและทำแบบฝึกได้ด้วยตนเอง อีกทั้งแบบฝึกเสริมทักษะภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เป็นสื่อการเรียนการสอนที่สร้างขึ้นเพื่อเสริมทักษะ สอดคล้องกับ วัฒนา สาลีรัมย์ (2550, บทคัดย่อ) ได้พัฒนาแบบฝึกการอ่านในใจ วิชาภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านการอ่านในใจของนักเรียนโดยใช้แบบฝึกการอ่านในใจกับการสอนปกติ ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ด้านการอ่านในใจของนักเรียนที่เรียนโดยใช้แบบฝึกอ่านในใจสูงกว่านักเรียนที่เรียนโดยการสอนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ จริยา วิไธสง (2555, บทคัดย่อ) ได้พัฒนาแบบฝึกทักษะกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย เรื่อง การแจกลูกประสมคำ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ และการเรียนแบบปกติ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. แบบฝึกแบบฝึกทักษะภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เป็นเครื่องมือทางการเรียนที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทำด้วยตนเอง ดังนั้นก่อนการใช้แบบฝึกเพื่อให้การเรียนการสอนเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ครูต้องเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับบทเรียนก่อน เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ ศึกษาแผนการจัดการเรียนรู้ล่วงหน้า เพื่อให้ข้อชี้แนะนักเรียนขณะปฏิบัติกิจกรรม อีกทั้งแบบฝึกควรมีความชัดเจน มีการอธิบายอย่างชัดเจน อ่านแล้วเข้าใจง่าย เพื่อให้นักเรียนสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง

2. ข้อสังเกตจากการทดลองพบว่า ระยะเวลาของการทำแบบฝึกทักษะภาษาไทย เรื่องชนิดของคำ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ยังไม่มีความเหมาะสมเท่าที่ควร จึงควรปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้มีความยากง่ายเหมาะสมกับนักเรียนและเพิ่มระยะเวลาในการทำแบบฝึกให้มากขึ้น

3. แบบฝึกทักษะภาษาไทย เรื่อง ชนิดของคำ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 สามารถใช้เป็นสื่อในการสอนซ่อมเสริมสำหรับนักเรียนที่เรียนช้า โดยครูควรเฉลยแบบฝึกที่ถูกต้องในและกิจกรรมทันที หลังจากที่นักเรียนทำแบบฝึกสิ้นสุด เพื่อให้นักเรียนได้แก้ไขข้อผิดพลาด และจดจำสิ่งที่ถูกต้องจะได้พัฒนาความสามารถในการอ่าน การเขียนของตนได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยและพัฒนาแบบฝึกโดยนำไปเปรียบเทียบกับสื่อการเรียนการสอนรูปแบบอื่น เช่น ชุดการสอน บทเรียนสำเร็จรูป เป็นต้น เพื่อนำไปใช้เป็นเทคนิคในการพัฒนาสื่อการสอนที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไป

2. ควรมีการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับการเรียนแบบปกติ ในเนื้อหาอื่น ๆ เช่น การอ่านจับใจความ การแต่งคำประพันธ์ การเขียนเรียงความ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการ. (2546). **หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2545**. กรุงเทพฯ : องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). **แนวทางการนำมาตรฐานหลักสูตรไปสู่การออกแบบการจัดการเรียนรู้และการวัดประเมินตามสภาพจริง**. กรุงเทพฯ : คุรุสภาลาดพร้าว.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). **หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา.

จริยา วิไธสง. (2555). **การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคงทนในการเรียนรู้ เรื่องการแจกลูกประสมคำของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ที่เรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะและการเรียนแบบปกติ**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

ไชยวัฒน์ อารีโรจน์. (2557). **การพัฒนาแบบฝึกทักษะการพูดรายงานการศึกษาค้นคว้าสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสอนภาษาไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ดารณี ฤทธิธรรม. (2556). **การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้แบบฝึกเสริมทักษะภาษาไทย**

เรื่องชนิดของคำ. สารนิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.

นารถนรี อินฒะสอน. (2559). **การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทย เรื่องชนิดของคำของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่ได้รับการสอนโดยการการเรียนแบบร่วมมือเทคนิค TAI กับการสอนแบบปกติ**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสอนภาษาไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปรีชา ช้างขวัญยืน. (2560). **ปรีชาวิทรรศน์ : มุมมองภาษาไทย**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย. (2561). **ศรีสัมพันธ์**. ราชบุรี : ธรรมรักษ์การพิมพ์.

วัฒนา สาลีรัมย์. (2550). **การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านการอ่านในใจวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ที่สอนโดยใช้แบบฝึกกับการสอนแบบปกติ**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

สุนันท์ ธาราศักดิ์. (2558) **การใช้แบบฝึกทักษะแต่งบทร้อยกรองประเภทกาพย์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่**. การศึกษาอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยนเรศวร.

อิสรีย์ น้อยมิ่ง. (2557). **การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง การสร้างคำในภาษาไทยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่จัดการเรียนรู้ด้วยจิ๊กซอว์ (Jigsaw) ร่วมกับบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสอนภาษาไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ระหว่างการสอนโดยบทเรียนคอมพิวเตอร์ ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site กับการสอนแบบปกติ

Compare the learning achievement in Social Studies on law in daily life of mathayomsuksa 2 students by using web-based computer lesson via Google site program and normal teaching method.

มยุรา สอนภักดี

Mayura Sonphakdi

นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชานวัตกรรมหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*

Graduate Student Program in Innovative Curriculum and Learning Management

Faculty of Education Ramkhamhaeng University. *

อีเมล : mayura@nmrsw2.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างและหาประสิทธิภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ระหว่างการสอนโดยบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site กับการสอนแบบปกติ กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย โดยวิธีจับสลาก กลุ่มทดลองคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/3 จำนวนนักเรียน 45 คน และกลุ่มควบคุม คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/8 จำนวนนักเรียน 45 คน ของโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ สตรีวิทยา ๒ กรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย (1) บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 (2) แผนการจัดการเรียนรู้ โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site และแบบปกติ (3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 แบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ จากการหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ (KR-20) มีค่าเท่ากับ 0.939 แบบแผนการทดลองที่ใช้เป็นแบบ Randomized Control Group Pretest-Posttest Design สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า t ผลการวิจัย พบว่า

1. บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยมีค่าเท่ากับ 82.17/80.08

2. นักเรียนกลุ่มทดลองที่ได้รับการสอน โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน สูงกว่านักเรียนกลุ่มควบคุมที่ได้รับการสอนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site , ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาสังคมศึกษา

Abstract

The purpose of this research was to 1) create and find the efficiency of web-based computer lessons via Google site program on the law in daily life of mattayomsuksa 2 students to be effective according to the criteria of 80/80 2) to compare the learning achievement in Social Studies on law in daily life of mathayomsuksa 2 students by using web-based computer lesson via Google site program and normal teaching method. The samples were obtained by sample random sampling by lottery method. The random results showed that the experimental group was mathayomsuksa 2 room 3 students, amount 45 students and the control group were 45 mathayomsuksa 2 room 8 students of Nawamintrachinuthit Satriwittaya 2 School, Bangkok. The research instruments were (1) web-based computer lessons via Google site program on the law in daily life of mattayomsuksa 2 students (2) web-based computer lessons via Google site program on the law in daily life lesson plan and normal lesson plan (3) the test of learning achievement in social studies on law in daily life of mathayomsuksa 2 multiple choice type with 4 choices of 40 items from the evaluation of the complete reliability (KR-20) is equal to 0.939. The experimental pattern was Randomized Control Group Pretest-Posttest Design. The statistics used for data analysis consisted of percentage, mean, standard deviation and testing the t value. The research found that

(1) The web-based computer lessons via Google site program on the law in daily life of mathayomsuksa 2 students with efficiency in accordance with the specified criteria which is equal to 82.17/80.08

(2) The students taught by using web-based computer lessons via Google site program on the law in daily life had significantly higher learning achievement than the students being taught by normal statistical methods at the level of .05

Keywords : web-based computer lessons via Google site program , Learning Achievement in Social Studies

บทนำ

การจัดการเรียนรู้โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บเป็นวิธีการหนึ่งที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน นักเรียนสามารถใช้เวลาใดก็ได้ สถานที่ใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับความพร้อมของนักเรียน โดยไม่จำกัดการปฏิสัมพันธ์ไว้แต่เพียงในห้องเรียน ผู้สอนสามารถให้ผลย้อนกลับแก่นักเรียนได้ทันที โดยไม่ต้องรอให้ถึงเวลาเรียน (พัทธพล ฟุ้งจันทึก, 2553) ซึ่งการจัดการเรียนการสอนในปัจจุบันได้นำโปรแกรมสำเร็จรูป โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยสอน การเรียนการสอนทางไกลและการเรียนการสอนผ่านเครือข่ายออนไลน์ (ทิศนา แขมมณี, 2556) เข้ามาเป็นสื่อช่วยในการเรียนการสอนให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาสภาพปัญหาการจัดการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ในภาพรวมส่วนใหญ่ยังไม่บรรลุจุดมุ่งหมายของหลักสูตร ครูยังคงเน้นการบรรยายเนื้อหาเป็นหลัก ไม่มีรูปแบบการสอน เทคนิควิธีการสอน กระบวนการจัดการเรียนการสอนไม่แปลกใหม่และไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ทำให้นักเรียนเกิดความเครียด และรู้สึกเบื่อหน่ายต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการของผู้เรียนเป็นอย่างมาก (ทรงภพ เตชะตานนท์, 2551) และจากสภาพเนื้อหาที่มีจำนวนมากของสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ทำให้ครูส่วนใหญ่ไม่ชำนาญในเนื้อหา การนำวิธีสอนมาจัดการเรียนรู้ทำให้ไม่ตรงกับเป้าหมายของศาสตร์แต่ละสาระนั้น ๆ ส่งผลให้การจัดการเรียนการสอนสาระสังคมศึกษา ไม่บรรลุจุดมุ่งหมายที่แท้จริง ปัญหาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของกนกพรรณ เติมสมเกตุ (อ้างจาก เพ็ญพนอ พ่วงแพ, 2557) ที่กล่าวถึงปัญหาด้านกิจกรรมการเรียนการสอนสังคมศึกษา พบว่าครูส่วนใหญ่เน้นกระบวนการสอนแบบบรรยายเนื้อหามากกว่าการจัดกิจกรรม เนื่องจากธรรมชาติของสาระสังคมศึกษามีเนื้อหากว้างหลากหลาย และการที่ครูสอนเนื้อหาจากหนังสือเรียนทำให้การสอนและวัดผลประเมินผลของครูง่าย และสภาพปัญหาการเรียนการสอนสังคมศึกษาส่วนใหญ่ เกิดจากตัวครูที่ไม่เปลี่ยนวิธีสอน เน้นเนื้อหาวิชาสอนโดยวิธีบรรยาย มีการนำวิธีใหม่ ๆ มาใช้ในการจัดการเรียนการสอนน้อยมาก

จากการวิจัย เรื่องการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บ ด้วยโปรแกรม Google site ตามแนวทฤษฎีสร้างสรรค์ความรู้ เรื่องหลักการทำโครงงานคอมพิวเตอร์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังการเรียนรู้จากบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ตามแนวทฤษฎีสร้างสรรค์ความรู้ เรื่องหลักการทำโครงงานคอมพิวเตอร์ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 กับเกณฑ์ร้อยละ 70 ได้ผลสรุปคือ นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการเรียนการสอน ใช้เป็นเทคนิคเพื่อกระตุ้นความสนใจและพัฒนาการเรียนรู้ โดยเลือกใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site โดยการสร้างและหาประสิทธิภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 และเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้น

มัธยมศึกษาปีที่ 2 ระหว่างการสอนโดยบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site กับการสอนแบบปกติ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพ บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ระหว่างการสอนโดยบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site กับการเรียนแบบปกติ

สมมติฐานของการวิจัย

1. บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่เรียนจากการสอนโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site สูงกว่าการสอนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ สตรีวิทยา ๒ กรุงเทพมหานคร จำนวน 12 ห้องเรียน จำนวนนักเรียน 532 คน

กลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มตัวอย่างเพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 2 ห้องเรียน ซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างง่ายโดยวิธีจับสลาก เพื่อให้ได้กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ผลการสุ่มพบว่า กลุ่มทดลอง คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/3 จำนวนนักเรียน 45 คน และนักเรียนกลุ่มควบคุม คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/8 จำนวนนักเรียน 45 คน

2. กลุ่มตัวอย่างเพื่อหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ได้จากวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 42 คน โดยคละนักเรียนที่ผลการเรียนวิชาสังคมศึกษา เก่ง ปานกลาง และอ่อน ดังนี้

2.1 กลุ่มทดลองแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (1: 1: 1) เป็นการทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/11 จำนวน 3 คน เป็นนักเรียนที่ไม่เคยเรียนเนื้อหานี้มาก่อน

2.2 กลุ่มทดลองกลุ่มเล็ก (3: 3: 3) เป็นการทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/11 จำนวน 9 คน เป็นนักเรียนที่ไม่เคยเรียนเนื้อหานี้มาก่อน

2.3 กลุ่มทดลองกลุ่มภาคสนาม (10: 10: 10) เป็นการทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/1 จำนวน 30 คน เป็นนักเรียนที่ไม่เคยเรียนเนื้อหานี้มาก่อน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site แผนการจัดการเรียนรู้ โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site และแผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 แบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ

1. ขั้นตอนในการสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มีดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา เกี่ยวกับประเภทและวิธีการสร้างขั้นตอนในการสร้างประโยชน์ของบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site

1.2 สร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site โดยใช้การนำเสนอที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับเนื้อหาของวิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

1.3 นำบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องขององค์ประกอบภายในของบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site (IOC) และตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ผลการตรวจสอบมีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเสร็จสมบูรณ์แล้วไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ สตรีวิทยา ๒ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1.3.1 นำบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ไปทดลองใช้กับนักเรียนทดลองหนึ่งต่อหนึ่ง จำนวน 3 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง พบว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มีประสิทธิภาพ 80.83/80.00 จากนั้นผู้วิจัยนำบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มาปรับปรุงแก้ไข

1.3.2 นำบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ไปทดลองใช้กับนักเรียนทดลองกลุ่มเล็ก จำนวน 9 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง พบว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มีประสิทธิภาพ 81.94/80.00 จากนั้นผู้วิจัยนำบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มาปรับปรุงแก้ไข

1.3.3 นำบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ไปทดลองใช้กับนักเรียนทดลองภาคสนาม จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง พบว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มีประสิทธิภาพ 82.17/80.08

1.4 ผู้วิจัยนำบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ที่มีประสิทธิภาพไปใช้จริงกับนักเรียนกลุ่มทดลองจำนวน 45 คน

2. ขั้นตอนในการสร้างแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site จำนวน 10 แผนการจัดการเรียนรู้ และแผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ จำนวน 10 แผนการจัดการเรียนรู้ วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีดังนี้

2.1 ศึกษาหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และสถานศึกษากลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน

2.2 ศึกษาขั้นตอนการเขียนแผนการจัดการเรียนรู้และดำเนินการเขียนแผนการจัดการเรียนรู้

2.3 นำแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน และแผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบภายในของแผนการจัดการเรียนรู้ โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ด้านสาระสำคัญ จุดประสงค์การเรียนรู้ กระบวนการจัดการเรียนรู้ สื่อและแหล่งการเรียนรู้ การวัดผลและประเมินผล ตามรูปแบบของดัชนีความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่ต้องการวัด (IOC) ผลการประเมินมีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00

2.4 นำแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปใช้กับนักเรียนกลุ่มทดลองและนำแผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปใช้กับนักเรียนกลุ่มควบคุม

3. ขั้นตอนการสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 แบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ มีดังนี้

3.1 ศึกษาจากเอกสาร ตำรา เกี่ยวกับวิธีการ ขั้นตอนของการสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดี

3.2 ศึกษาเนื้อหาเรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

3.3 วิเคราะห์จุดประสงค์การเรียนรู้ที่นำมาใช้ในการกำหนดขอบเขตของเนื้อหาแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน

3.4 สร้างตารางวิเคราะห์จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมและผังการสร้างข้อสอบ โดยจำแนกตามลำดับกระบวนการด้านพุทธิพิสัย

3.5 สร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 80 ข้อ โดยต้องการใช้จริงจำนวน 40 ข้อ

3.6 นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์การเรียนรู้ (IOC) โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้ ซึ่งผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า ข้อคำถามที่อยู่ในเกณฑ์คัดเลือกไว้ใช้ได้มีจำนวน 78 ข้อ

3.7 นำแบบทดสอบที่มีค่า IOC ผ่านเกณฑ์ 0.50 ไปทดลองใช้ (try out) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3/7 จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง แล้วคัดเลือกแบบทดสอบข้อที่มีค่าความยากง่าย (p) ระหว่าง 0.20 ถึง 0.80 และค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.20 ถึง 1.00 ซึ่งคัดเลือกไว้จำนวน 40 ข้อ

3.8 นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ที่คัดเลือกไว้ทั้ง 40 ข้อ ไปทดลองใช้ (try out) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3/1 จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างแล้วทำการวิเคราะห์หาคุณภาพของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยแบบทดสอบมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.939

การรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยเตรียมสถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการทดลอง

2. ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มอย่างง่ายโดยวิธีจับสลาก เพื่อให้ได้กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

3. ผู้วิจัยนำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน จำนวน 40 ข้อ ให้นักเรียนกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมทำแบบทดสอบก่อนเรียน (pre-test) โดยใช้เวลาในการทำแบบทดสอบ 1 ชั่วโมง และบันทึกคะแนนสอบก่อนเรียน

4. ผู้วิจัยดำเนินการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ดังนี้

4.1 นักเรียนกลุ่มทดลอง ผู้วิจัยจัดกิจกรรมการเรียนการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง จำนวน 10 ชั่วโมง

4.2 นักเรียนกลุ่มควบคุม ผู้วิจัยจัดกิจกรรมการเรียนการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง จำนวน 10 ชั่วโมง

5. ผู้วิจัยนำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน จำนวน 40 ข้อ ให้นักเรียนกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมทำแบบทดสอบหลังเรียน (post-test) โดยใช้เวลาในการทำแบบทดสอบ 1 ชั่วโมง และบันทึกคะแนนสอบหลังเรียน

6. ผู้วิจัยนำผลการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวันของนักเรียนกลุ่มทดลองและนักเรียนกลุ่มควบคุมมาทำการเปรียบเทียบกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำคะแนนจากการทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม มาทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบโดยใช้สถิติ ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D.$) และ สถิติทดสอบ t-test

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

การทดลอง	จำนวนนักเรียน	แบบทดสอบระหว่างเรียน (คะแนนเต็ม 80 คะแนน)		แบบทดสอบหลังเรียน (คะแนนเต็ม 40 คะแนน)		เกณฑ์ประสิทธิภาพ (E_1/E_2)
		คะแนนเฉลี่ย	ร้อยละ	คะแนนเฉลี่ย	ร้อยละ	
หนึ่งต่อหนึ่ง	3	64.67	80.83	32.00	80.00	80.83/80.00
กลุ่มเล็ก	9	65.56	81.94	32.00	80.00	81.94/80.00
ภาคสนาม	30	65.73	82.17	32.03	80.08	82.17/80.08

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ปรากฏว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มีค่าประสิทธิภาพเท่ากับ 82.17/80.08 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ประสิทธิภาพ 80/80 ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวันของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site

การทดสอบ	N	$\overline{X}$	S.D.	t	Sig.
ก่อนเรียน	45	16.64	2.55	179.624*	.000
หลังเรียน	45	31.56	2.40		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบก่อนเรียนของนักเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.64 คะแนน ผลการทดสอบหลังเรียนของนักเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 31.56 คะแนน เมื่อเปรียบเทียบแล้วปรากฏว่า นักเรียนมีค่าเฉลี่ยจากการทดสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนเท่ากับ 14.91 คะแนน และจากการทดสอบสถิติ t พบว่า ค่าเฉลี่ยการทดสอบระหว่างก่อนเรียนกับหลังเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน วิชาสังคมศึกษา เรื่อง กฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการสอนแบบปกติ ระหว่างก่อนเรียนกับหลังเรียน

การทดสอบ	N	$\overline{X}$	S.D.	t	Sig.
ก่อนเรียน	45	16.78	2.38	97.092*	.000
หลังเรียน	45	29.33	2.94		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบก่อนเรียนของนักเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.78 คะแนน ผลการทดสอบหลังเรียนของนักเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 29.33 คะแนน เมื่อเปรียบเทียบแล้วปรากฏว่า นักเรียนมีค่าเฉลี่ยจากการทดสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนเท่ากับ 12.56 คะแนน และจากการทดสอบสถิติ t พบว่า ค่าเฉลี่ยการทดสอบระหว่างก่อนเรียนกับหลังเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (หลังเรียน) วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ระหว่างการสอนโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site กับการสอนแบบปกติ

การทดสอบ	n	$\overline{x}$	$S.D.$	t	Sig.
กลุ่มทดลอง	45	31.56	2.40	3.930*	.000
กลุ่มควบคุม	45	29.33	2.94		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 นักเรียนกลุ่มทดลองมีผลการทดสอบ เฉลี่ยเท่ากับ 31.56 คะแนน นักเรียนกลุ่มควบคุมมีผลการทดสอบ เฉลี่ยเท่ากับ 29.33 คะแนน เมื่อเปรียบเทียบแล้วปรากฏว่า นักเรียนกลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยจากการทดสอบสูงกว่านักเรียนกลุ่มควบคุมเท่ากับ 2.22 คะแนน และจากการทดสอบสถิติ t พบว่า ค่าเฉลี่ยการทดสอบระหว่างนักเรียนกลุ่มทดลองและนักเรียนกลุ่มควบคุมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า นักเรียนที่เรียนด้วยการสอนโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน สูงกว่านักเรียนที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีค่าประสิทธิภาพ 82.17/80.08 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ประสิทธิภาพ 80/80 ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้อาจเพราะผู้วิจัยได้สร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน

โดยมีการจัดเนื้อหาบทเรียนเป็นส่วนประกอบต่าง ๆ ดังนี้ ส่วนที่ 1 คือ หน้าแรก ประกอบด้วยชื่อเรื่องและให้นักเรียนได้ลงทะเบียนทุกครั้งก่อนเริ่มบทเรียน เพื่อเป็นการตรวจสอบเวลาเรียนของนักเรียน ส่วนที่ 2 คือ จุดประสงค์การเรียนรู้ ประกอบด้วยสาระสำคัญที่นักเรียนต้องเรียนและแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้ของเรื่อง ส่วนที่ 3 คือ เนื้อหา ประกอบด้วยเนื้อหาต่างๆ ของเรื่อง เพื่อให้นักเรียนได้ศึกษา ส่วนที่ 4 คือ สรุปบทเรียน ประกอบด้วย กิจกรรม คำถาม ให้นักเรียนได้เรียนรู้และบันทึกผลการเรียนรู้ เพื่อสรุปความรู้ที่ได้ศึกษา ส่วนที่ 5 คือ แบบทดสอบหลังเรียน ประกอบด้วย แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 8 ข้อ

ซึ่งการออกแบบส่วนประกอบของบทเรียนสอดคล้องกับแนวคิดของสกินเนอร์ที่ว่า “ถ้าแบ่งเนื้อหาวิชาที่จะถ่ายทอดให้นักเรียนเป็นตอน ๆ ทีละน้อย เหมาะสมกับวุฒิภาวะของนักเรียน นักเรียนก็จะรับความรู้ได้ดีกว่าการให้ความแก่ผู้เรียนครั้งละมาก ๆ” และแนวคิดของลินซ์และฮอร์ตัน (Lynch and Horton) (อ้างอิงจาก ถนอมพร เลาหจรัสแสง. 2545 : 125) ลักษณะเรียงลำดับของด้านเนื้อหาว่ามีความสอดคล้องของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังกับเนื้อหาที่น่าสนใจ มีคุณค่าต่อการเรียนรู้ มีการเรียงลำดับความสำคัญที่เหมาะสม มีความยากง่าย และมีความถูกต้องของภาษาที่ใช้ ด้านสีของตัวอักษรขนาดหน้าจอของบทเรียนและพื้นหลังของบทเรียน นอกจากนี้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site วิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน ก่อนนำไปใช้ทดลองได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพและทดสอบหาประสิทธิภาพตามที่ ฉลองชัย สุรวัฒนบูรณ์ (2528 : 213) กล่าวว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บที่ผลิตได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำไปทดสอบหาประสิทธิภาพ เพื่อเป็นหลักประกันว่าเป็นบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บที่มีประสิทธิผลในการเรียนการสอน เพื่อปรับปรุงแล้วนำไปทดลองสอนจริง แล้วนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข ซึ่งการหาประสิทธิภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ผู้วิจัยได้หาประสิทธิภาพแบบการทดลองหนึ่งต่อหนึ่ง ปรากฏว่าประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มีค่าเท่ากับ 80.83/80.00 แบบการทดลองกลุ่มเล็ก ปรากฏว่าประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มีค่าเท่ากับ 81.94/80.00 และแบบการทดลองภาคสนาม ผลปรากฏว่าประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มีค่าเท่ากับ 82.17/80.08 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80.00/80.00 ที่ผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ไว้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของเกียรติชัย เพ็ญวิจิตร (2558 : 85) ผลการจัดการเรียนรู้ด้วยบทเรียน เรื่องคลื่น โดยใช้โปรแกรมกูเกิ้ลไซต์ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 สามารถอภิปรายผลว่า เรื่องคลื่น โดยใช้โปรแกรมกูเกิ้ลไซต์ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ 81.52/83.70 ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 และผลการวิจัยของ ลัดดาวรรณ ศรีฉิม (2558 : 92) เรื่องการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google Site ตามแนวทฤษฎีสร้างสรรค์ความรู้ เรื่อง หลักการทำโครงงานคอมพิวเตอร์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ (E1/E2) เท่ากับ 86.13.87.83 สูงกว่าเกณฑ์ 85/85 ที่กำหนดไว้

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่ได้รับการสอนใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site หลังเรียนสูงกว่านักเรียนที่ได้รับการสอนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้

อาจเพราะการเรียนการสอนเรียนใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site เป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง สามารถสร้างองค์ความรู้ และพัฒนาผลการเรียนของผู้เรียนให้สูงขึ้น และเพราะบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site เป็นรูปแบบการเรียน การสอนที่แปลกใหม่ ทันสมัย น่าสนใจ เป็นการกระตุ้นให้ผู้เรียนสนใจการเรียนมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ปริญญา อินทรา (ที่อ้างจาก บุญญานี เพชรสีเงิน : 2560) ได้สร้างและหาประสิทธิภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่องวงจรอิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น สำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่มีรูปแบบน่าสนใจ มีความชัดเจน มีรูปแบบดึงดูดใจผู้เรียนจะสามารถดึงดูดผู้เรียนให้เกิดความสนใจที่จะศึกษาและทำความเข้าใจในเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลทำให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจในบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนอยู่ในระดับมาก ซึ่งจะเห็นได้ว่าเมื่อมีการนำสื่อที่มีรูปแบบที่สามารถดึงดูดความสนใจผู้เรียนมาใช้ประกอบการจัดการเรียนการสอนจะทำให้ผู้เรียนมีความสุขและสนุกกับการเรียนรู้อย่างไม่เบื่อหน่าย และสอดคลองกับลัดดาวรรณ ศรีฉิม (2558 : 96) บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google Site ตามแนวทฤษฎีสร้างสรรค์ความรู้ กระตุ้นความสนใจทำให้ผู้เรียนเกิดความอยากรู้อยากเห็น ทำให้มีความกระตือรือร้นที่จะค้นหาความรู้ สร้างความรู้ใหม่ด้วยตนเองโดยการเชื่อมโยงประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิมที่มีอยู่กับความรู้ใหม่ แล้วกระตุ้นให้ผู้เรียนนั้น ต้องการเรียนรู้และค้นพบคำตอบด้วยตนเองอย่างมีความสุข และเมื่อผู้เรียนมีความสุขในการเรียนรู้จึงส่งผลให้มีความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บในระดับมากที่สุด จากที่กล่าวมาส่งผลให้นักเรียนที่เรียนด้วยการสอนโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสังคมศึกษา เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน สูงกว่านักเรียนที่เรียนด้วยการสอนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่สอดคล้องกับวิจัยของ ลัดดาวรรณ ศรีฉิม (2558 : 91) การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังการเรียนรู้จากบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google Site ตามแนวทฤษฎีสร้างสรรค์ความรู้ เรื่องหลักการทำโครงงานคอมพิวเตอร์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 กับเกณฑ์ร้อยละ 70 พบว่า นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และวิจัยในชั้นเรียนของ ทิพวัลย์ กาญจนนิมมาน (2560 : 12) ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังการเรียนรู้จากบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google Site วิชาการเป็นผู้ประกอบการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ห้อง 11 สาขางานธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อกับเกณฑ์ร้อยละ 70 พบว่านักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ควรจัดเนื้อหาในบทเรียนให้สอดคล้องกับหลักสูตรและลักษณะของวิชา เหมาะสมกับวัยของผู้เรียน

1.2 การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ผู้สอนควรนำ

เว็บ Google Classroom มาใช้ควบคู่ เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนหรือผู้เรียนกับผู้เรียนมากขึ้น รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถตอบโต้ ขอความช่วยเหลือได้มากขึ้น

1.3 การจัดการเรียนการสอนโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ผู้สอนควรอบรมคุณธรรมและจริยธรรมให้กับผู้สอนเรียนก่อน โดยเฉพาะความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ เนื่องจากการทำแบบทดสอบ ผู้เรียนสามารถดูเฉลยจากผู้เรียนที่ส่งข้อมูลแบบทดสอบก่อนได้ จึงควรกำหนดเวลาที่ใช้ในการส่งพร้อมกัน

1.4 การจัดการเรียนการสอนโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site สามารถกระตุ้นความสนใจของผู้เรียนเพียงระยะเวลาสั้น ๆ ดังนั้น การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ไม่ควรมีเนื้อหามากจนเกินไป อาจสร้างความเบื่อหน่าย แก่ผู้เรียนได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site เพื่อสนองการเรียนรู้ของผู้เรียนที่มีความแตกต่าง เช่น สร้างเพื่อให้ผู้เรียนได้ศึกษาเพิ่มเติมด้วยตนเองที่บ้าน มอบหมายงานนอกเวลา จัดแหล่งเรียนรู้ไว้เพื่อให้ผู้เรียนสืบค้นเพิ่มเติมอย่างไม่จำกัดเวลา

2.2 ควรมีการศึกษาความคงทนในการเรียนรู้ของนักเรียนที่เรียนโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบทเรียนบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google site ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

เกียรติชัย เพ็ญวิจิตร. (2560). *ผลการจัดการเรียนรู้ด้วยบทเรียน เรื่องคลื่น โดยใช้โปรแกรมกูเกิ้ลไซต์ ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

ฉลองชัย สุรวัฒนบูรณ์. (2528*). การเลือกและการใช้สื่อการสอน*. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทิพวัลย์ กาญจนนิมมาน. (2560). *การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บไซต์ด้วยโปรแกรม ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ห้อง 11 สาขางานธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อ วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์*. วิจัยในชั้นเรียน วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์.

ทรงภพ เตชะตานนท์. (2551). *การเปรียบเทียบผลการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมเรื่องภูมิศาสตร์ประเทศไทย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ 4 MATและการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ผังความคิด*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ทิศนา แขมมณี. (2556*). ศาสตร์การสอน องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ.* (พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนอมพร เลาหจรัสแสง. (2545). *หลักการออกแบบและการสร้างเว็บเพื่อการเรียนการสอน.* กรุงเทพฯ : อรุณกราฟิก

บุญญานี เพชรสีเงิน. (2560). *การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วย Google Site รายวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

พัทธพล ฟุ้งจันทึก. (2553). *การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บ วิชาฮาร์ดแวร์และยูทิลิตี้เบื้องต้น*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร.

เพ็ญพนอ พ่วงแพ. (2557). *การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้สังคมศึกษา สำหรับนักศึกษาวิชาชีพครู.* วิทยานิพนธ์การศึกษาปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลัดดาวรรณ ศรีฉิม. (2558). *การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังการเรียนรู้จากบทเรียนคอมพิวเตอร์ผ่านเว็บด้วยโปรแกรม Google Site ตามแนวทฤษฎีสร้างสรรค์ความรู้ เรื่องหลักการทำโครงงานคอมพิวเตอร์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

การใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านกุดดินจี่ อำเภอนากลาง จังหวัดหนองบัวลำภู

The Use of 3D Pop-up Book : Body Systems of Mathayomsuksa 2 Students, Ban Kut Din Ji School, Na Klang District, Nong Bua Lamphu Province

กิติยาภรณ์ กล่ำพุทธา*
Kitiyaporn Klamputtha*
นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้*
Graduate students, Master of Innovative Curriculum and Learning Management.
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*
Faculty of Education, Ramkhamhaeng University.
อีเมล kitiyaporn.nam@gmail.com

บทคัดย่อ

จากปัญหาพบว่าปัจจุบันนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านกุดดินจี่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ เรื่อง ระบบในร่างกาย รวมถึงผลการทดสอบแห่งชาติรายวิชาวิทยาศาสตร์ก็อยู่ในระดับต่ำ จึงได้ทำการศึกษาสื่อการสอนหนังสือสามมิติ(Pop-Up) เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เรื่อง ระบบในร่างกาย ให้นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ได้ดีมากยิ่งขึ้น การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 (2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านกุดดินจี่ (3) เพื่อศึกษาเจตคติของนักเรียนที่เรียนสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : เรื่องระบบในร่างกาย โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้ คือ 1) ทดสอบก่อนใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิทยาศาสตร์ เรื่องระบบในร่างกาย จำนวน 40 ข้อ กับกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านกุดดินจี่ จำนวน 30 คน 2) ใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ตามแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 6 แผน และสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย 3) เมื่อเสร็จสิ้นการทดลอง ทำการทดสอบหลังการใช้สื่อการสอน : ระบบในร่างกาย โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิทยาศาสตร์เรื่องระบบในร่างกาย จำนวน 40 ข้อ 4) ทำแบบวัดเจตคติต่อการเรียนวิทยาศาสตร์ เรื่องสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย นำไปหาค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า (1) สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 82.44/81.75 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80 (2) นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคะแนนเฉลี่ยหลังการ

เรียนด้วยสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ (3) นักเรียนมีเจตคติต่อการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ด้วยการเรียนจากสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

Abstract

From the current problem situation, it was found that mathayomsuksa two students in Ban Kut Din Ji School had Science academic achievement on Body Systems including the national test results, are low. Therefore, the researcher has studied the teaching media Pop-up Book for the development of teaching and learning about Body Systems provide students with a better understanding of this subject. The purposes of this research were (1) to develop instructional teaching media Pop-up Book: Body Systems of mathayomsuksa two students with efficiency according to the criteria 80/80. (2) To compare the pre and post learning achievement test by using teaching media Pop-up Book : Body Systems of mathayomsuksa 2 students at Ban Kut Din Ji School. (3) to study the attitudes of students studying science on Body Systems. The research processes are as follows: 1) The test was conducted before using the teaching media Pop-up Book by using the science academic achievement test on the Body Systems in the amount of 40 items to the simple group used in the research was 30 students in mathayomsuksa 2. 2) using teaching media Pop-up Book. Then, Taught mathayomsuksa 2 students according to 6 lesson plan and teaching media Pop-up Book. 3) When the experiment is finished, Conducted the tests after using the instructional media by using the science achievement test on the body systems, amount 40 4) students to do the attitude test on science learning on teaching media Pop-up Book: Body systems analysis by means and standard deviation. The results of the study showed that teaching media Pop-up Book: Body Systems of mathayomsuksa 2 students with efficiency equal to 82.44 / 81.75 which is higher than the specified criteria 80/80. Students had higher academic achievement scores after learning than before learning with statistically significant at the level of .05. The students' attitudes towards science learning by learning from teaching media Pop-up Book: body systems was at the highest level.

---

*โรงเรียนบ้านกุดดินจี่ หมู่ 11 ตำบลกุดดินจี่ อำเภอนากลาง จังหวัดหนองบัวลำภู 39350 โทร : 063-7940367 E:mail kitiyaporn.nam@gmail.com

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่ 2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240 โทร: 084 - 1048302 E:mail peak_um@hotmail.com

คำสำคัญ ได้แก่ (1) สื่อการสอน (2) เจตคติต่อวิชาวิทยาศาสตร์(3) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (4) หนังสือสามมิติ(3D Pop-up Book)

บทนำ

ปัจจุบันนี้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้เข้ามาเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คนในยุคปัจจุบันและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมากในอนาคต ดังนั้นคนในยุคยุคปัจจุบันจึงควรมี ความคิดที่เป็นเหตุเป็นผล มีวิจารณญาณ มีการคิดวิเคราะห์ โดยใช้ข้อมูลและประจักษ์พยานที่ตรวจสอบได้ วิทยาศาสตร์เป็นวัฒนธรรมโลกสมัยใหม่จึงเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ ทุกคนจึงต้องได้รับพัฒนาเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ นำไปใช้อย่างมีเหตุผล ถ้าสามารถนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้อย่างถูกวิธี รู้จักคิดอย่างมีเหตุผลและเข้าใจหลักเกณฑ์ของธรรมชาติ ซึ่งนั่นก็คือการคิด และรู้อย่างนักวิทยาศาสตร์ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 นั้นมุ่งเน้นที่จะพัฒนาผู้เรียนในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีตามมาตรฐาน ให้ผู้เรียนได้พัฒนาความรู้ต่างๆ อย่างเต็มศักยภาพ เพราะหากขาดความรู้และทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) อาจจะส่งให้ผู้เรียนมีปัญหาในการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น และไม่สามารถประกอบอาชีพตามที่ผู้เรียนหรือผู้ปกครองคาดหวังไว้ได้ เนื่องจากอนาคตวิทยาศาสตร์จะเข้ามีมีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวัน(อิศรา แนวบุตร, 2560) อีกทั้งผู้วิจัยได้พบว่าผลสัมฤทธิ์และผลการทดสอบแห่งชาติรายวิชาวิทยาศาสตร์ เรื่อง ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านกุดดินจี่อยู่เกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ (โรงเรียนบ้านกุดดินจี่, 2561)

จากปัญหาที่กล่าวมานั้นผู้วิจัยจึงหาแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยคิดหาวิธีการที่จะพัฒนา เรื่อง ระบบในร่างกาย ให้ดีขึ้น เพื่อช่วยให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านกุดดินจี่ มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ได้ดีมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์วิชาวิทยาศาสตร์ เรื่อง ระบบในร่างกาย นั้นเพิ่มขึ้น

วินัดดา อุทัยรัตน์ (2555) กล่าวว่า วรรณคดีไทยส่วนใหญ่แต่งด้วยคำประพันธ์ประเภทร้อยกรอง ทำให้คนส่วนใหญ่คิดว่า “อ่านยาก” เป็นผลให้วรรณคดีไทยไม่ได้รับความสนใจจากเยาวชนเท่าที่ควร (ผู้จัดการออนไลน์ 2553) ดังนั้น เราควรจะปลูกฝังให้เด็กอ่านวรรณคดีไทย โดยเริ่มต้นจากการปลูกฝังนิสัยรักการอ่าน ซึ่งต้องกระทำตั้งแต่ผู้อ่านอายุน้อย เพราะการอ่านเป็นสิ่งที่ต้องฝึกฝนต้องอ่านจนกระทั่งเกิดเป็นนิสัย (ฉวีวรรณ คูหาภินันทน์ 2542) เด็กในช่วงชั้นการเรียนที่ 1 (ป.1 - ป.3) เป็นวัยเริ่มต้นการศึกษา โดยตามธรรมชาติเด็กวัยนี้จะมีความอยากรู้อยากเห็นเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ถ้าเด็กได้หนังสือที่อยากอ่านก็จะแสดงความสนใจออกมาทันที ซึ่งจะส่งผลให้เด็กอ่านและทำความเข้าใจเรื่องได้ง่ายขึ้น ทำให้เกิดความพึงพอใจในการอ่าน ส่งผลให้เด็กรักการอ่านวรรณคดีไทยนอกจากเนื้อเรื่องตามที่กล่าวมาแล้ว ทางด้านภาพประกอบก็เป็นสื่ออีกอย่างหนึ่ง ที่ทำให้เด็กเกิดความพึงพอใจที่จะอ่านวรรณคดีได้เช่นกัน โดยเฉพาะภาพประกอบแบบสามมิติ (Pop-up) คือภาพประกอบที่มีลักษณะคล้ายของเล่น เมื่อเปิดภาพจะยกตั้งขึ้นจากพื้นลักษณะดังกล่าวน่าจะสามารถดึงดูด

ความสนใจของเด็กให้มีต่อการอ่านหนังสือได้ ดังนั้นผู้วิจัยจะใช้แนวทางนี้ในการนำมาใช้ชักจูงให้เด็กสนใจการอ่านวรรณคดีไทย

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำสื่อการสอนหนังสือสามมิติ เรื่อง ระบบในร่างกาย เนื่องจากเป็นสื่อที่เป็นรูปภาพทำให้ผู้เรียนได้เข้าใจระบบในร่างกายซึ่งไม่สามารถมองเห็นได้จากภายนอก และมีกิจกรรมให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านกุดดินจี่ มีความรู้ความเข้าใจและส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์วิชาวิทยาศาสตร์ เรื่อง ระบบในร่างกาย นั้นเพิ่มขึ้น และก่อให้เกิดความรู้ที่คงทนเพื่อต่อยอดในระดับชั้นที่สูงขึ้นไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกายของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านกุดดินจี่

3. เพื่อศึกษาเจตคติของนักเรียนที่เรียนโดยใช้ สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : เรื่องระบบในร่างกาย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

ประชากร

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านกุดดินจี่ อำเภอนากลาง จังหวัดหนองบัวลำภู ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 3 ห้อง จำนวน 85 คน

กลุ่มตัวอย่าง

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านกุดดินจี่ อำเภอนากลาง จังหวัดหนองบัวลำภู กำลังกำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 1 ห้อง นักเรียน 30 คน ที่ยังไม่เคยเรียนเรื่องระบบในร่างกาย โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มอย่างง่าย การแบ่งกลุ่มรายบุคคล กลุ่มย่อย ภาคสนาม โดยคละนักเรียน เก่ง ปานกลาง อ่อน

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย คือ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 โดยใช้เวลาในการทดลองจำนวน 12 ชั่วโมง โดยผู้ศึกษาทำการทดลองเอง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย แบบวัดผลสมฤทธิ์ทางการเรียน แบบวัดเจตคติต่อการเรียนวิทยาศาสตร์

1. สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีเนื้อหาประกอบด้วย 6 เรื่อง

เรื่องที่ 1 ระบบย่อยอาหาร

เรื่องที่ 2 ระบบหมุนเวียนเลือด

เรื่องที่ 3 ระบบหายใจ

เรื่องที่ 4 ระบบขับถ่าย

เรื่องที่ 5 ระบบสืบพันธุ์

เรื่องที่ 6 ระบบประสาท

การสร้างและการหาคุณภาพของสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1.1 สร้างสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย โดยในแต่ละระบบจะมีภาพสามมิติของระบบนั้นๆ และมีหมายเลข และกิจกรรมที่เป็นคำสั่งให้นักเรียนทำตาม มีคิวอาร์โค้ดให้นักเรียนได้แสกนเข้าไปเพื่อศึกษาหน้าที่ของระบบต่างๆในร่างกายทีละระบบ มีแบบทดสอบท้ายบท บทละ 10 ข้อ และสร้างแบบประเมิน สื่อการสอน : ระบบในร่างกาย เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและความสอดคล้อง IOC ได้ 1.00

1.2 นำสื่อการสอนหนังสือสามมิติ: ระบบในร่างกาย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ไปหาค่าประสิทธิภาพตามความสัมพันธ์ ระหว่างกระบวนการและผลลัพธ์ โดยเฉลี่ย 80/80 ตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การหาประสิทธิภาพรายบุคคล

ขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยนำสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/3 (1:1:1) จำนวน 3 คน โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ด้วยการจับสลาก โดยคละนักเรียน เก่ง ปานกลาง อ่อน

ขั้นที่ 2 การหาประสิทธิภาพเป็นกลุ่ม

ขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยนำสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/3 (3:3:3) จำนวน 9 โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ด้วยการจับสลาก โดยคละนักเรียน เก่ง ปานกลาง อ่อน

ขั้นที่ 3 การหาประสิทธิภาพภาคสนาม

ขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยนำสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/2 จำนวน 3 คน จำนวน 30 คน

2. แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 6 แผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 12 ชั่วโมง

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 ระบบย่อยอาหาร	จำนวน 2 ชั่วโมง
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2 ระบบหมุนเวียนเลือด	จำนวน 2 ชั่วโมง
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3 ระบบหายใจ	จำนวน 2 ชั่วโมง
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4 ระบบขับถ่าย	จำนวน 2 ชั่วโมง
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5 ระบบสืบพันธ์	จำนวน 2 ชั่วโมง
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 6 ระบบประสาท	จำนวน 2 ชั่วโมง

ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน การวิเคราะห์ความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ เพื่อประเมินความเหมาะสมระหว่าง สาระสำคัญ จุดประสงค์การเรียนรู้ กระบวนการจัดการเรียนรู้ สื่อและแหล่งเรียนรู้ การวัดและประเมินผล โดยมีค่าเฉลี่ยด้านสาระสำคัญ 4.89 ด้านจุดประสงค์การเรียนรู้ 4.58 ด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ 4.58 สื่อและแหล่งเรียนรู้ 4.60 การวัดและประเมินผล 4.70 ทุกด้านมีความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้อยู่ในระดับมากที่สุด

3. แบบวัดผลสมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน เรื่องระบบในร่างกาย ของชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 แบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 60 ข้อ นำไปให้ผู้เชียวชาญตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับจุดประสงค์การเรียนรู้ (IOC) มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.50 -1.00 จำนวน 52 ข้อ และต่ำกว่า 0.5 จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3,16,24.27,30,46,49 และนำไปหาค่าความยากง่ายของข้อสอบ (p) หาค่าอำนาจจำแนกของข้อสอบ (r) หาค่าความชื่อมั่นของข้อสอบได้ 0.768 โดยใช้สูตร KR-20 ของ คูเดอร์ – ริชาร์ดสัน จากนั้นนำมาคัดให้เหลือ 40 ข้อ การแปลค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ระหว่าง 0.00 – 1.00 ยิ่งใกล้ 1.00 ยิ่งมีความเชื่อมั่นสูง เกณฑ์การแปลผลความเชื่อมั่นดังนี้

0.00 - 0.20	ความเชื่อมั่นต่ำมาก/ไม่มีเลย
0.21 - 0.40	ความเชื่อมั่นต่ำ
0.40 - 0.69	ความเชื่อมั่นปานกลาง
0.70 - 1.00	ความเชื่อมั่นสูง

4. แบบวัดเจตคติต่อการเรียนวิทยาศาสตร์ เป็นแบบวัดความรู้สึกของผู้เรียนที่มีต่อการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ เรื่องระบบในร่างกาย มีจำนวน 10 ข้อ นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน วิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบวัดเจตคติ

วิธีการเก็บกวบรวมข้อมูล

1. ทำการทดสอบก่อนใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย (Pretest) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิทยาศาสตร์เรื่องระบบในร่างกาย จำนวน 40 ข้อ กับกลุ่มนักเรียนตัวอย่างแล้วเก็บรวบรวมข้อมูลผลการทดสอบก่อนการใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ดำเนินการใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย สอนกลุ่มนักเรียนกลุ่มตัวอย่างด้วยตัวผู้วิจัยเองตามแผนการจัดการเรียนรู้และสื่อการสอน : ระบบในร่างกาย ทั้ง 6 แผนการจัดการเรียนรู้และสื่อการสอน : ระบบในร่างกาย โดยใช้เวลา 12 ชั่วโมง

3. เมื่อเสร็จสิ้นการทดลอง ผู้วิจัยทำการทดสอบหลังการใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย (Posttest) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิทยาศาสตร์เรื่องระบบในร่างกาย จำนวน 40 ข้อ ชุดเดิม โดยมีการสลับตัวเลือก กับกลุ่มนักเรียนตัวอย่างแล้วเก็บรวบรวมข้อมูลผลการทดสอบหลังการใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนเรียนและหลังเรียน ด้วยการทดสอบค่าสถิติ t-test (Dependent Samples t-test)

4. ให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างทำแบบวัดเจตคติต่อการเรียนวิทยาศาสตร์ เรื่องสื่อการสอน : ระบบในร่างกาย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 แล้วเก็บรวบรวมผลนำไปวิเคราะห์เคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์หาประสิทธิภาพของสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย เรื่องระบบในร่างกาย ตามเกณฑ์ 80/80 จากสูตร E_1/E_2 โดย E_1 เป็นประสิทธิภาพของกระบวนการจัดกิจกรรม คิดจากร้อยละคะแนนแบบทดสอบของแต่ละแผนการจัดการเรียนรู้ของวิจัย รวม 6 แผนการจัดการเรียนรู้ E_2 เป็นประสิทธิภาพของผลรวม คิดจากร้อยละคะแนนแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์หลังเรียน

2. เปรียบเทียบคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ยที่ได้จากการทดสอบก่อนเรียนละหลังเรียน ด้วยการทดสอบค่าสถิติ t (Dependent Samples t-test) โดยกำหนดค่าสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

3. วิเคราะห์เจตคติของนักเรียนที่มีต่อวิชาวิทยาศาสตร์ เรื่องระบบในร่างกาย โดยทำการวิเคราะห์แบบรายบุคคล ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ประสิทธิภาพของสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

	จำนวนนักเรียน	คะแนนระหว่างเรียน (E1) คะแนนเต็ม 60 คะแนน		คะแนนทดสอบหลังเรียน (E2) คะแนนเต็ม 40 คะแนน	
		คะแนนเฉลี่ย	คิดเป็นร้อยละ	คะแนนเฉลี่ย	คิดเป็นร้อยละ
รายบุคคล	3	46.89	78.15	32.00	80.00
กลุ่มย่อย	10	47.50	79.16	32.20	80.50
ภาคสนาม	30	49.47	82.44	32.70	81.75

จากตารางตารางที่ 1 สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 รายบุคคล มีประสิทธิภาพเท่ากับ 78.15/80.00 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80 กลุ่มย่อย มีประสิทธิภาพเท่ากับ 79.16/80.50 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80 ภาคสนามมีประสิทธิภาพเท่ากับ 82.44/81.75 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80

ตารางที่ 2 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังการเรียนด้วยสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

	คะแนนเต็ม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t	Sig
ก่อนเรียน	40	30	19.87	2.49	- 28.903	0.000*
หลังเรียน	40	30	32.87	1.87		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางตารางที่ 2 แสดงว่านักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน คะแนนเฉลี่ย 19.87 หลังเรียนคะแนนเฉลี่ย 32.87 หลังการเรียนด้วยสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 เจตคติของนักเรียนที่มีต่อรายวิชาวิทยาศาสตร์ เรื่องระบบในร่างกายโดยใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
1. เรียนวิทยาศาสตร์ทำให้คิดเป็นเหตุเป็นผล	4.70	2.89	มากที่สุด

ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
2. วิชาวิทยาศาสตร์สอนให้ไม่ให้เชื่อเรื่องงมงาย	4.53	2.17	มากที่สุด
3. การทดลองวิทยาศาสตร์เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ	4.54	3.05	มากที่สุด
4. วิชาวิทยาศาสตร์สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.78	2.76	มากที่สุด
5. วิชาวิทยาศาสตร์มีความน่าสนใจ	4.77	3.01	มากที่สุด
6. วิทยาศาสตร์เป็นพื้นฐานในการศึกษาต่อระดับสูง	4.03	2.59	มาก
7. การทดลองทางวิทยาศาสตร์เป็นเรื่องสนุกและน่าตื่นเต้น	4.70	2.25	มากที่สุด
8. การสืบค้นข้อมูลทางวิทยาศาสตร์จะได้ความรู้ใหม่ๆอยู่เสมอ	4.66	2.77	มากที่สุด
9. วิชาวิทยาศาสตร์ช่วยให้เป็นคนช่างสังเกต	4.80	3.24	มากที่สุด
10. นักเรียนเรียนวิทยาศาสตร์ด้วยความสุข	4.70	3.10	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.62	2.78	มากที่สุด

จากตาราง 4.6 พบว่า นักเรียนมีเจตคติต่อรายวิชาวิทยาศาสตร์เรื่องระบบในร่างกาย โดยใช้สื่อการสอน : ระบบในร่างกาย เรื่องระบบในร่างกาย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ซึ่งหมายถึง มีเจคติต่อรายวิชาวิทยาศาสตร์ เรื่องระบบในร่างกาย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มากที่สุด คือข้อ 9 ข้อที่น้อยที่สุดคือข้อ 6

อภิปรายผล

1. สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 พบว่ามีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ของความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการและผลลัพธ์ เท่ากับ 82.44/81.75 ซึ่งสูงกว่า

เกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80 นั่นคือ นักเรียนที่เรียนด้วยสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีค่าเฉลี่ยของคะแนนการทำแบบทดสอบระหว่างเรียน คิดเป็นร้อยละ 82.44 และค่าเฉลี่ยของคะแนนการทำแบบทดสอบหลังเรียนได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 81.75 แสดงให้เห็นว่า การสร้างสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนสูง สาเหตุที่ทำให้ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ เป็นผลเนื่องมาจาก สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่เป็นสื่อที่มีลักษณะของกิจกรรมการเรียนการสอนโดยใช้รูปแบบ การเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมได้ลงมือทำกิจกรรมด้วยตนเอง มีองค์ประกอบที่สมบูรณ์ ได้แก่ สาระสำคัญ วัตถุประสงค์ เนื้อหา กิจกรรมหรือกระบวนการเรียนรู้ การวัดประเมินผล ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้มีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน โดยเฉพาะกิจกรรมหรือกระบวนการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมและมีบทบาทในกิจกรรม จึงทำให้สามารถเข้าใจเนื้อหาและลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี ซึ่งกิจกรรมที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สอดคล้องกับ รังสินันท์ แก้วประสงค์ (2559) พบว่า หนังสือสามมิติร่วมกับเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดเรื่องระบบสุริยะ ที่สร้างขึ้นมีค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพ เท่ากับ 80.25/85.25 ผลการทดลองพบว่า หนังสือสามมิติร่วมกับเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดได้รับการออกแบบเพื่อให้สร้างความสนใจให้เกิดขึ้นในตัวผู้เรียนให้ผู้เรียนมีความตื่นเต้นและกระตือรือร้นที่จะศึกษาเรียนรู้ด้วยตัวเองเพิ่มเติมจากเนื้อหาเดิมที่อยู่ในหนังสือ

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียนโดยใช้ สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังการเรียนมีคะแนนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าการจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ส่งผลให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นเนื่องมาจากสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย กิจกรรมการเรียนรู้นี้ มีประโยชน์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่เรียนรู้ได้เร็ว – ช้า ตามศักยภาพของนักเรียนกระตุ้นให้นักเรียนมีความอยากรู้อยากเรียนซึ่งสอดคล้องกับ บุญธิดา คมวิศวศาสตร์ (2559) ที่พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาบรรจุภัณฑ์ ที่ใช้ชุดสื่อการสอนหนังสือสามมิติ (Pop-Up) วิชาบรรจุภัณฑ์เรื่องวัสดุบรรจุภัณฑ์ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และได้กล่าวว่า การสร้างแรงจูงใจจะส่งผลให้สัมฤทธิ์ผลทางการเรียนของผู้เรียนดีขึ้น เนื่องจากนักเรียนสามารถปฏิบัติกิจกรรมตามที่กำหนดไว้ในกิจกรรม จึงทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในระดับที่ดีขึ้น

3. ผลการประเมินเจตคติของนักเรียนที่มีต่อวิชาวิทยาศาสตร์ ด้วยสื่อการสอน : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 พบว่า นักเรียนมีเจตคติอยู่ในระดับมากที่สุด ผลเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่ากิจกรรมการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ ด้วยสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติได้จริง เพื่อให้เกิดประสบการณ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันและใช้เป็นพื้นฐานในการเรียนต่อในอนาคต โดยจากผลการประเมินเจตคติของนักเรียนที่มีต่อวิชาวิทยาศาสตร์ ด้วยสื่อการสอน : ระบบในร่างกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 นั้น พบว่า ในหัวข้อวิชาวิทยาศาสตร์สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.78 วิชาวิทยาศาสตร์มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.77 และ วิชา

วิทยาศาสตร์ช่วยให้เป็นคนช่างสังเกต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.80 ซึ่งเป็นหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด_จึงสอดคล้องกับคณารักษ์ โชติจันทึก (2553) ที่ศึกษาเจตคติต่อการเรียนเรื่อง การพัฒนาสื่อการเรียนการสอนเรื่องอัตราของปฏิกิริยาเคมี และการไทเทรตกรด-เบส ในวิชาปฏิบัติการเคมีทั่วไป พบว่า นักศึกษามีเจตคติต่อการเรียนหลังใช้สื่อการเรียนการสอน อยู่ในระดับดี(X= 4.46) โดยกล่าวว่า อาจเป็นเพราะว่านักศึกษามีอิสระในการเรียนรู้ด้วยตนเองซึ่งมีอิสระที่เปลี่ยนจากการฟังครูบรรยายมาเป็นการศึกษาจากสื่ออาจเป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีแปลกไปจากเดิม

ข้อเสนอแนะ

1. ครูผู้สอนควรเตรียมตัวก่อนการใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย โดยศึกษาแผนการจัดการเรียนรู้คู่มือครู สื่อการเรียนการสอน รายละเอียดของสื่อการสอน : ระบบในร่างกาย ศึกษาแผนการจัดการเรียนรู้ คู่มือครู สื่อการเรียนการสอน รายละเอียดของชุดกิจกรรมให้เข้าใจ ตลอดจนจัดเตรียมสื่อการเรียนการสอนให้ครบตามที่ระบุไว้ในแผน

2. การนำสื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ไปใช้ในการจัดกิจกรรมารเรียนการสอนนั้น ครูผู้สอนต้องชี้แจงเกี่ยวกับขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ว่านักเรียนและครูมีบทบาทอย่างไรและเป็นการเรียนในลักษณะที่นักเรียนเรียนรู้ด้วยตนเอง ในบางครั้งกิจกรรมบางขั้นตอนมีปัญหา นักเรียนไม่สามารถทำได้ นักเรียนควรซักถามครูผู้สอนและควรแก้ไขตรงไหน เพื่อที่จะทำให้กิจกรรมนั้นสามารถปฏิบัติตามขั้นตอนอื่นต่อไป

3. ในระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้สื่อการสอนหนังสือสามมิติ : ระบบในร่างกาย ครูผู้สอนต้องคอยสังเกตและแนะนำในบางส่วนที่คิดว่าจะเป็นปัญหาต่อกลุ่มของนักเรียน เพื่อให้การเรียนการสอนบรรลุตามจุดประสงค์ของการวิจัย

คำขอบคุณ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยรามคำแหง และคณาจารย์ทุกท่านที่มอบโอกาสให้ได้ศึกษาและขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัมพร วจนะ ที่คอยให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนวทางและช่วยเหลือ แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). **หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551.** กรุงเทพฯ : ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

คณารักษ์ โชติจันทึก (2553). **การพัฒนาสื่อการเรียนการสอนเรื่องอัตราของปฏิกิริยาเคมี และการไทเทรตกรด-เบส ในวิชาปฏิบัติการเคมีทั่วไป.** หมวดคณิตศาสตร์-วิทยาศาสตร์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ฉวีวรรณ คูหาภินันทน์. (2542). **การอ่านและการส่งเสริมการอ่าน**. กรุงเทพฯ: โสภณการพิมพ์.

ผู้จัดการออนไลน์. (2553)**. ทำไม! เด็กไทยไม่ชอบอ่านวรรณคดี. [ออนไลน์].** สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2554. จาก www.manager.co.th.

บุญธิดา คมวิศวศาสตร์. (2559). **ศึกษาการออกแบบหนังสือสามมิติ เรื่อง สุดสาคร สำหรับนักเรียนช่วงชั้นที่ 1.** วิจัยในชั้นเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาพณิชยการเชียงราย

รังสินันท์ แก้วประสงค์. (2559). **หนังสือสามมิติร่วมกับเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดเรื่องระบบสุริยะ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษามหาวิทยาลัยนเรศวร.

วินัดดา อุทัยรัตน์. (2555). **ศึกษาการออกแบบหนังสือสามมิติ เรื่อง สุดสาคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

อิศรา แนวบุตร. (2560). **การศึกษาการใช้สื่อการสอน : ชุดการทดลองการต่อวงจรไฟฟ้าพื้นฐาน ของชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนเพี้ยนพินอนุสรณ์ เขตบางนา กรุงเทพมหานคร.** การศึกษาอิสระหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขานวัตกรรมหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ความเต็มใจจ่ายสำหรับการจ่ายร่วมในระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า

Willingness to pay for co-payment in the universal health insurance system

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นนทร์ วรพาณิชช์, ปร.ด.
Asst .Prof. Non Vorlapanit, Ph.D.
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Faculty of Economics, Kasetsart University
อีเมล์ : dr.nonv@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อัครนันท์ คิดสม, ปร.ด.
Asst .Prof. Akaranant Kidsom, Ph.D.
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Faculty of Economics, Kasetsart University
อีเมล์ : akidsom@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องความเต็มใจจ่ายสำหรับการจ่ายร่วมในระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเต็มใจจ่ายของตัวอย่างสำหรับการเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ต้องการ โดยใช้การสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่อายุ 15 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการสุขภาพตามสิทธิของระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้าในโรงพยาบาลของรัฐ จำนวน 500 ราย วิเคราะห์ข้อมูลความเต็มใจจ่ายโดยประยุกต์ใช้วิธี Contingent Valuation Method (CVM) แบบ Closed-Ended

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาวะความเสี่ยงด้านสุขภาพด้านการป้องกันและการควบคุมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากการใช้บริการเฉลี่ย 826.09 บาท/ครั้ง และมีความยินดีจ่ายนอกเหนือจากการใช้สิทธิฯ เฉลี่ย 2,312.52 บาท/คน/ปี เพื่อสุขภาพของตนเองและครอบครัว และเพื่อช่วยทำให้การให้บริการการประกันสุขภาพในภาพรวมดีขึ้น ในขณะที่กลุ่มที่ไม่ยินดีจ่ายโดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่ามีรายได้น้อย แต่เต็มใจที่จะจ่ายถ้ามีรายได้มากขึ้น และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการประกันสุขภาพถ้วนหน้านี้ เป็นสวัสดิการที่ภาครัฐควรจัดให้กับประชาชน

คำสำคัญ : ความเต็มใจจ่าย, ระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า, บัตรทอง

Abstract

Research on willingness to pay for co-payment in the universal health insurance system is to study the willingness to pay for access to needed medical care. The questionnaire was conducted with 500 samples of over 15 years who used the health services according to the universal health insurance coverage. This research is applied the Contingent Valuation Method (CVM) with closed- Ended.

The results of the study revealed that the samples had moderate level of health risk in prevention and control. The average additional cost of service is 826.09 baht / time. The samples have willingness to pay in addition to exercising the average 2,312.52 baht / person / year for their own health and family and to help improve overall health insurance services while the majority of those who were not willing to pay were cited as having low incomes and the costs of this universal health insurance being a welfare that the government should provide to the people

Abstract: willingness to pay, universal health insurance, gold card

บทนำ

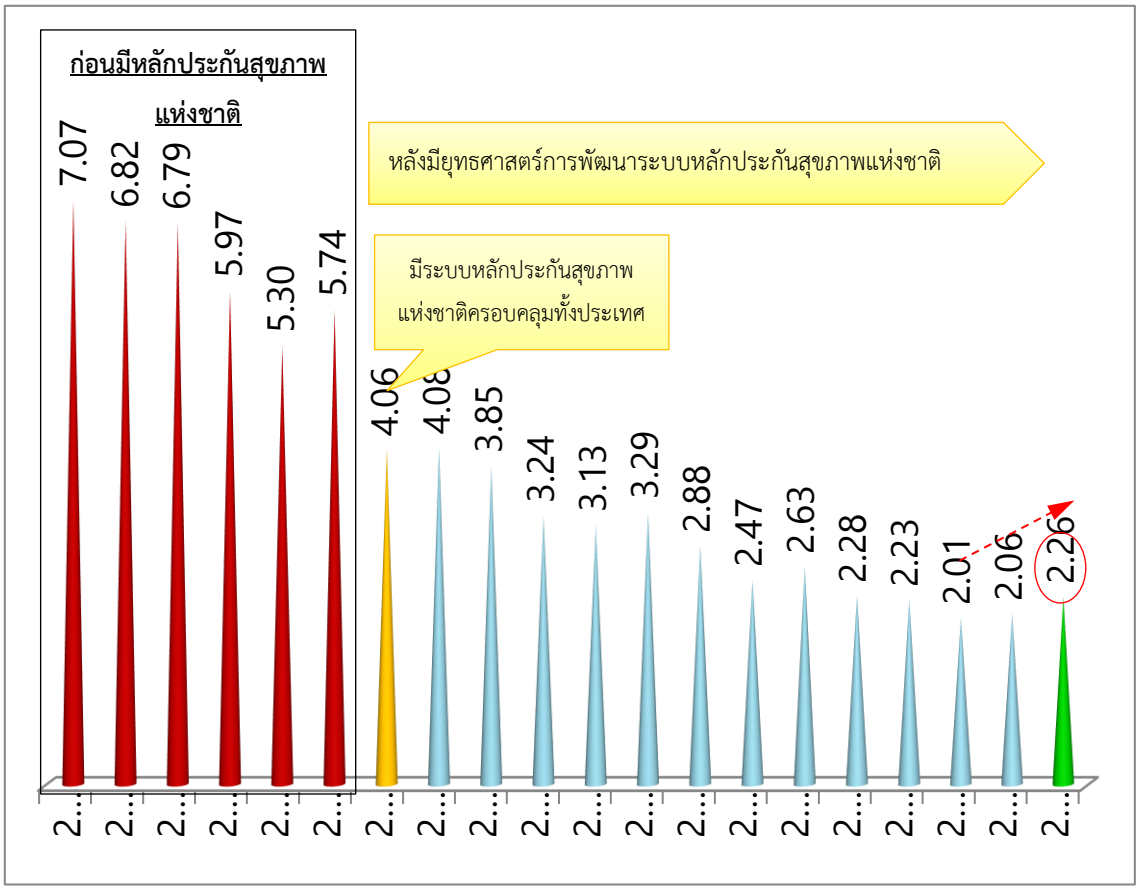
สิทธิหลักประกันสุขภาพ” หรือที่รู้จักกันในนาม “สิทธิ 30 บาท หรือสิทธิบัตรทอง” เป็นสิทธิตามกฎหมายที่คนไทยมีสิทธิเข้าถึงบริการด้านการแพทย์และสาธารณสุข เป็นการคุ้มครองบุคคลที่เป็นคนไทยที่มีเลขประจำตัวประชาชน 13 หลัก ที่ไม่ได้รับสิทธิสวัสดิการข้าราชการ หรือจากสิทธิประกันสังคม หรือสิทธิสวัสดิการรัฐวิสาหกิจหรือสิทธิอื่นๆ จากทางภาครัฐ ให้สามารถได้รับบริการสาธารณสุขที่จำเป็นต่อสุขภาพและการดำรงชีวิตตาม พ.ร.บ.หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2545 โดยมีสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติทำหน้าที่บริหารจัดการระบบเพื่อการเข้าถึงบริการสาธารณสุขที่มีมาตรฐานอย่างทั่วถึง ปัจจุบันมีผู้ใช้สิทธิหลักประกันสุขภาพจำนวนกว่า 48 ล้านคน ในประเทศไทย

โดยการใช้สิทธิหลักประกันสุขภาพ กรณีทั่วไป ได้แก่ 1. ติดต่อที่หน่วยบริการปฐมภูมิ / หน่วยบริการประจำ ของผู้มีสิทธิหลักประกันสุขภาพ 2. แจ้งความจำนงใช้สิทธิหลักประกันสุขภาพก่อนรับบริการ 3. แสดงบัตรประจำตัวประชาชนหรือบัตรประจำตัวที่มีรูปถ่ายที่ทางราชการออกให้ สำหรับเด็กแสดงสำเนาสูติบัตร (ใบเกิด) หรือกรณีอุบัติเหตุ หรือเจ็บป่วยฉุกเฉิน หากผู้มีสิทธิหลักประกันสุขภาพได้รับอุบัติเหตุหรือภาวะเจ็บป่วย

ฉุกเฉินสามารถใช้สิทธิหลักประกันสุขภาพเข้ารับบริการที่หน่วยบริการของรัฐหรือเอกชนที่เข้าร่วมโครงการที่อยู่ใกล้ที่สุดได้ตามความจำเป็นซึ่งสามารถเข้ารับบริการได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง

กรณีเจ็บป่วยฉุกเฉินถึงแก่ชีวิต ผู้ป่วยหรือผู้ที่ได้รับบาดเจ็บที่มีอาการบ่งชี้ว่าจะเป็นอาการที่คุกคามต่อการทำงานของอวัยวะที่สำคัญในร่างกายได้แก่ หัวใจ สมอง การหายใจ ต้องได้รับการรักษาและดูแลติดตามอย่างใกล้ชิด เพราะอาจทำให้เสียชีวิตได้รวดเร็ว จำเป็นต้องได้รับการรักษาอย่างทันท่วงทีเพื่อการรอดชีวิต สามารถเข้ารักษาพยาบาลได้ทุกโรงพยาบาลที่ใกล้ที่สุดได้ โดยใช้บัตรประจำตัวประชาชน ในการแสดงตนเพื่อเข้ารับบริการ ซึ่งจะได้รับการรักษาโดยไม่ถูกปฏิเสธและไม่ต้องสำรองจ่ายก่อน ผู้ป่วยเจ็บป่วยฉุกเฉินถึงแก่ชีวิตจะได้รับการรักษาจนอาการพ้นวิกฤติ จากนั้นโรงพยาบาลที่ให้การรักษาจะส่งตัวผู้ป่วยกลับไปยังหน่วยบริการประจำ หรือโรงพยาบาลในระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าที่พร้อมให้การรักษาต่อไป

ข้อมูลจากรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลของ สปสช. (2562) พบว่า รายจ่ายค่ารักษาพยาบาลเป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดวิกฤติทางการเงินในภาคครัวเรือน โดยก่อนมีหลักประกันสุขภาพแห่งชาติครัวเรือนที่เกิดวิกฤติทางการเงินจากสาเหตุนี้มีประมาณร้อยละ 7.07 และภายหลังจากที่มีหลักประกันสุขภาพแห่งชาติครอบคลุมทั้งประเทศแล้วในปี พ.ศ. 2545 ทำให้สัดส่วนนี้ลดลงเหลือประมาณร้อยละ 4.06 และปรับตัวลดลงเรื่อย ๆ ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2558 สัดส่วนครัวเรือนที่เกิดวิกฤติทางการเงินจากรายจ่ายค่ารักษาพยาบาลกลับมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น จากร้อยละ 2.01 มาเป็นร้อยละ 2.26 ในปี พ.ศ. 2560 หรือประมาณ 4.8 แสนครัวเรือน ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้ว่า รายจ่ายค่ารักษาพยาบาลในส่วนที่นอกเหนือจากความคุ้มครองตามสวัสดิการของรัฐ และเป็นส่วนที่สร้างภาระทางการเงินให้กับประชาชนมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 สัดส่วนครัวเรือนที่เกิดวิกฤติทางการเงินจากการจ่ายค่ารักษาพยาบาล (ร้อยละ)

ที่มา: สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ, 2562

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาความเต็มใจจ่ายสำหรับการจ่ายร่วมในระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้าของผู้ที่มีสิทธิหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า หรือสิทธิบัตรทองเพื่อให้สามารถนำไปพัฒนาแนวนโยบายให้ในกรณีที่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการรักษาพยาบาลในส่วนที่นอกเหนือจากความคุ้มครองตามสวัสดิการของรัฐจะไม่เป็นการสร้างภาระทางการเงินให้กับประชาชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาถึงระดับความเต็มใจจ่ายสำหรับสำหรับการจ่ายร่วมในระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้าหรือสิทธิบัตรทองในการเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ต้องการ

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจะเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 รายโดยคัดกรองคุณสมบัติ คือ มีสิทธิบัตรทองและใช้สิทธิบัตรทองในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาระหว่างช่วงเดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ. 2562 โดยใช้แบบสอบถามที่แบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วยข้อคำถามจำนวน 21 ข้อ และ ส่วนที่ 2 ข้อมูลค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเพิ่มเติมจากสิทธิบัตรทอง (ประกันสุขภาพถ้วนหน้า) และความเต็มใจจ่ายเพื่อเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ต้องการ นอกเหนือจากการใช้สิทธิบัตรทอง 30 บาทรักษาทุกโรค

ข้อคำถามเพื่อใช้สำรวจความเต็มใจจ่ายเพื่อเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ต้องการ นอกเหนือจากการใช้สิทธิบัตรทอง 30 บาทรักษาทุกโรค ได้กำหนดค่าเริ่มต้นไว้ที่ 2,000 บาท (Starting Bid) ซึ่งมาจากผลการวิจัยที่ได้จากงานวิจัยเรื่องรายจ่ายส่วนเพิ่มของสิทธิหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า โดยนนทร์และอัครนันท์ (2561) ระบุว่าค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเพิ่มเติมด้วยการใช้สิทธิบัตรทองในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านเฉลี่ยอยู่ที่ 1,926.67 บาท/ครั้ง

โดยข้อคำถามในส่วนนี้ กำหนดให้เป็นคำถามปลายปิดแบบ 3 ขั้น (Closed-Ended) จากค่าเริ่มต้น 2,000 บาท และปรับเพิ่ม/ลด ครั้งละ 500 บาท โดยหากกลุ่มตัวอย่างยอมรับค่าเริ่มต้น ในการสอบถามจะเพิ่มจำนวนเงินขึ้นครั้งละ 500 บาท อีก 2 ครั้ง และในขณะเดียวกัน หากกลุ่มตัวอย่างปฏิเสธค่าเริ่มต้น ในการสอบถามจะลดจำนวนเงินลงครั้งละ 500 บาท อีก 2 ครั้ง นอกจากนี้ ยังได้กำหนดให้มีคำถามปลายเปิด (Open-Ended) เพื่อให้สามารถระบุค่าความเต็มใจจ่ายได้อย่างอิสระ เพื่อให้ทราบค่าเงินที่กลุ่มตัวอย่างยินดีจ่ายสูงสุดหากอยู่นอกเหนือจากค่าที่กำหนด

ตารางที่ 1 ความน่าจะเป็นของค่าความเต็มใจจ่าย

ค่าเริ่มต้น (บาท/คน/ครั้ง)	จำนวนเงินครั้งที่สอง (B_U หรือ B_L)	จำนวนเงินครั้งที่สาม (B_U หรือ B_L)	ค่าความน่าจะเป็น	ค่าขอบล่าง (Lower Bound)	ค่าขอบบน (Upper Bound)
2,000	2,500	3,000	Pr(YYY)	3,000	∞
			Pr(YYN)	2,500	3,000
		1,000	Pr(YNN)	2,000	2,500
	1,500		Pr(NYN)	1,500	2,000
			Pr(NNY)	1,000	1,500
			Pr(NNN)	0	1,000

การวิเคราะห์ข้อมูลความเต็มใจจ่ายจะวิเคราะห์ 2 แนวทาง ได้แก่ 1) ความเต็มใจจ่ายที่การคำนวนค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ด้วยการคูณค่าความเต็มใจจ่ายในช่วงต่าง ๆ และ 2) การวิเคราะห์โดย

การทดสอบรูปแบบการกระจายของความเต็มใจจ่าย ในรูปแบบต่างๆ และประมาณการความเต็มใจจ่ายตามรูปแบบการกระจายที่เหมาะสม

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามหรือกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นเพศหญิงร้อยละ 60 และเพศชายร้อยละ 40 อายุเฉลี่ยอยู่ที่ 34 ปี น้ำหนักตัวเฉลี่ยอยู่ที่ 59 กิโลกรัม และมีส่วนสูงเฉลี่ยอยู่ที่ 163 เซนติเมตร โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดร้อยละ 59.8 สมรสแล้วร้อยละ 33.2 และมีสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ ร้อยละ 7.0 นอกจากนี้ วุฒิการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าร้อยละ 30.4 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 26.9 และอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 14.6 ในขณะที่วุฒิการศึกษาระดับตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป เป็นระดับการศึกษาที่มีน้อยที่สุดประมาณร้อยละ 1.8 นอกจากนี้อาชีพของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่จะเป็นการประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปร้อยละ 32.2 รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 25.0 และ 23.2 ตามลำดับ โดยอาชีพที่มีเป็นส่วนน้อยคือพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 3.8 ทั้งนี้

กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ปัจจุบันพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ/ปริมณฑลร้อยละ 95.2 และต่างจังหวัดร้อยละ 4.4 โดยมีสถานะเป็นบุตรของหัวหน้าครัวเรือนร้อยละ 50.6 และเป็นหัวหน้าครัวเรือนร้อยละ 30.6 ตลอดจนจำนวนสมาชิกในครัวเรือนทั้งหมดเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 4 คน โดยแต่ละครัวเรือนมีจำนวนสมาชิกที่กำลังศึกษาอยู่เฉลี่ย 1 – 2 คน มีสมาชิกครัวเรือนที่อายุต่ำกว่า 5 ปี เฉลี่ย 1 คน มีจำนวนสมาชิกที่อายุมากกว่า 65 ปี เฉลี่ย 1 – 2 คน มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ไม่ได้ทำงาน หรือไม่มีรายได้ในครอบครัวเฉลี่ย 1 – 2 คน และมีจำนวนสมาชิกครอบครัวที่เป็นผู้พิการในครอบครัวเฉลี่ย 1 คน โดยเฉลี่ยแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 13,541.52 บาท/เดือน และรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน (รวมทั้งครอบครัว) อยู่ที่ประมาณ 33,554.61 บาท/เดือน

ความเต็มใจจ่ายร่วมเพื่อเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ต้องการ นอกเหนือจากการใช้สิทธิบัตรทอง 30 บาทรักษาทุกโรค จากกลุ่มตัวอย่างที่มีความยินดีจ่าย โดยอาศัยการคำนวนค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ด้วยการคูณค่าความเต็มใจจ่ายในช่วงต่าง ๆ ที่ได้จากข้อคำตอบในแบบสอบถาม เข้ากับความถี่ที่สังเกตเห็นได้ และนำผลรวมของผลคูณดังกล่าวหารด้วยความถี่รวมทั้งหมดของจำนวนตัวอย่างที่เก็บได้ ซึ่งทำให้ได้ค่าเฉลี่ยเลขคณิตตามปกติดังตารางที่ 2 พบว่า จำนวนเงินที่ยอมจ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 2,313.75 บาท

ตารางที่ 2 ความยินดีจ่ายเพื่อเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ต้องการ นอกเหนือจากการใช้สิทธิบัตรทอง 30 บาท รักษาทุกโรค

คำตอบ	จำนวนเงินยอมจ่ายสูงสุด (1)	ความถี่ (2)	(1) x (2)
<u>กรณียินดีจ่ายเงินเริ่มต้น</u>			
Yes, Yes, Yes	3,000	100	300,000
Yes, Yes, No	2,500	55	137,500
Yes, No, No	2,000	241	482,000
<u>กรณีไม่ยินดีจ่ายเงินเริ่มต้น</u>			
No, Yes, Yes	1,500	4	6,000
No, No, Yes	1,000	0	-
รวม		**400**	925,500
จำนวนเงินที่ยอมจ่ายเฉลี่ย (บาท)			2,313.75

ความเต็มใจจ่ายที่เหมาะสมกับรูปแบบการกระจายของข้อมูล ได้ผลดังตารางที่ 3 แสดงค่า Log-likelihood ของสมมติฐานการกระจายแบบต่างๆ โดยเกณฑ์การตัดสินคือ Maximum Log-likelihood ได้ผลลัพธ์ ดังนี้

ตารางที่ 3: ค่า Log-likelihood ของสมมติฐานการกระจายแบบต่างๆ

Distribution	Log-likelihood
Log-Normal	120.27
Logistic	104.45
Weibull	80.25

จากตารางข้างต้น ผลการประมาณการค่า Log-likelihood สูงสุด จากการพิสูจน์การกระจายเชิงประจักษ์ (EDT) คือ การกระจายแบบ Log-Normal

การประมาณการค่าเฉลี่ย (กรณี Log-Normal) ในกรณีที่ให้การกระจายของความเต็มใจจ่ายมีลักษณะเป็น Log-normal ดังนั้น หากให้ค่า Natural Log ของความเต็มใจจ่าย (X) มีการกระจาย ดังนี้ $\ln(X) \sim N(\mu, \sigma^2)$ ดังนั้น Probability Density Function สามารถแสดงได้ คือ

$$= \frac{1}{x} \cdot \frac{1}{\sigma\sqrt{2\pi}} \exp\left(-\frac{(\ln x - \mu)^2}{2\sigma^2} \right)$$

โดยมีค่ากลาง (Arithmetic Mean) คือ

$$E(X) = e^{(\mu+\frac{1}{2}\sigma^2)}$$

การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปให้ค่าประมาณการ Parameter μ และ σ กรณีมีการกระจายแบบ Log-Normal ดังนี้

ตารางที่ 4: ค่าประมาณการ Parameter μ และ σ

Method: Maximum Likelihood - d.f. corrected (Exact Solution)

Parameter	Value	Std. Error	z-Statistic	Prob.
MU (μ)	7.730074	0.008968	861.9655	0.0000
SIGMA (σ)	0.179359	0.006349	28.24889	0.0000
Log likelihood	120.2704	Mean dependent var.		7.730074
No. of Coefficients	2	S.D. dependent var.		0.179359

โดยที่ $MWTP = E(X) = e^{(\mu+\frac{1}{2}\sigma^2)}$ นั่นคือ $MWTP = e^{(7.7300+\frac{1}{2}\cdot 0.1794^2)}$ = 2,312.52 บาท

จะเห็นได้ว่าผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลความเต็มใจจ่ายทั้ง 2 แนวทาง ได้แก่ 1) ความเต็มใจจ่ายที่การคำนวนค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ได้ค่าเฉลี่ยความเต็มใจจ่าย 2,313.75 บาท และ 2) การวิเคราะห์โดยการทดสอบเพื่อหารูปแบบการกระจายของความเต็มใจจ่ายที่เหมาะสมได้ค่าเฉลี่ยความเต็มใจจ่าย 2,312.52 บาท ซึ่งมีค่าที่ใกล้เคียงกัน และหากวิเคราะห์ร่วมกับผลจากงานวิจัยเรื่องรายจ่ายส่วนเพิ่มของสิทธิหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า โดยนนทร์และอัครนันท์ (2561) ระบุว่าค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเพิ่มเติมด้วยการใช้สิทธิบัตรทองในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านเฉลี่ยอยู่ที่ 1,926.67 บาท จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเต็มใจจ่ายมากกว่าค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเพิ่มเติมที่เกิดขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ความยินดีจ่ายเพื่อเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ต้องการ นอกเหนือจากการใช้สิทธิบัตรทอง 30 บาทรักษาทุกโรค เฉลี่ยยินดีจ่ายอยู่ที่ประมาณ 2,313.75 บาท/คน/ปี เพื่อให้สามารถเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ต้องการ โดยยอมจ่ายเพื่อสุขภาพของตนเองและครอบครัว ในขณะที่กลุ่มที่ไม่ยินดีจ่าย ให้

เหตุผลโดยส่วนใหญ่ว่ามีรายได้น้อย แต่เต็มใจที่จะจ่ายถ้ามีรายได้มากขึ้น สะท้อนให้เห็นได้ว่า ประชาชนส่วนใหญ่ยินดีจ่ายเพื่อการเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ดีและตามที่ต้องการ หากการจ่ายเพิ่มเติมนั้นไม่กระทบต่อภาระทางการเงินของตนเองและครอบครัว ฉะนั้น ภาครัฐควรดำเนินนโยบายและมาตรการเกี่ยวกับสวัสดิการทางด้านสาธารณสุขและการประกันสุขภาพถ้วนหน้าในรูปแบบตัวเลือก เช่น ระบบหลักประกันทางเลือกเสริม (Optional supplemental insurance) ระบบการจ่ายร่วมแบบทางการ (Co-payment) กับประชาชนที่มีอำนาจการใช้จ่ายเพียงพอแบกรับภาระในส่วนนี้ เพื่อการเข้าถึงบริการและการรักษาพยาบาลที่ขยายขอบเขตได้กว้างขึ้น และรัฐจะสามารถจัดสรรงบประมาณในส่วนนี้ให้กับประชาชนที่มีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงและที่อยู่ห่างไกลได้เพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

นิดา พุฒิพิริยะ. 2552. การประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อป้องกันน้ำท่วมในเขต ตำบลบ่อช้างคลาน จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ . 2562. ผลการดำเนินงาน รายงานประจำปี 2562. [Online] Available: https://www.nhso.go.th/FrontEnd/page-about_result.aspx. [1 April 2019]

อัครนันท์ คิดสม และนนทร์ วรพาณิชช์. 2561. รายจ่ายส่วนเพิ่มของสิทธิหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Consumers Health Forum of Australia. 2014. Empty Pockets: Why Co-payments are not the solution Report by Jennifer Doggett. [Online] Available: https://www.aph.gov.au/DocumentStore.ashx?id=c0c23e07-3b53-47e4-bb64-040cf8c5f648&subId=252509. [1 April 2019]

Fredrik Carlssona and Peter Martinsson. 2003. Design techniques for stated preferencemethods in health economics. Health Economics. 12: 281–294. [Online]. Available: https://doi.org/10.1002/hec.729. [1 April 2019]

Joseph Kutzin and Susan P Spaerkes. 2016. Health systems strengthening, universal health coverage, health security and resilience. Bull World Health Organ. 2016 Jan 1; 94(1): 2. doi: 10.2471/BLT.15.165050.

L. Venkatachalam. 2004. The contingent valuation method: a review. Environmental Impact Assessment Review. Vol 24, Issue 1, January 2004, Pages 89-124.

Michael Ahlheim and Wolfgang Buchholz. n.d.. WTP or WTA-Is that the Question? Reflections on the Difference between “Willingness To Pay” and “Willingness to Accept”.

Ogasawara.K and Abe.T. 2013. WTP (willingness to pay) for tele-health consultation service in Hokkaido, Japan.Stud Health Technol Inform. 2013;192:1026. [Online]. Available: http://ebooks.iospress. [1 April 2019]

อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ทัศนคติ และบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร

Influences of Online Marketing Communication, Attitude, And Subjective Norms on Sustainable Tourism Intention Among Generation Y Consumers in Bangkok

ชวิศา อุ่นยนต์[1*] และ นธกฤต วันต๊ะเมล์[2]

Chavisa Ounyon[1*] and Nottakrit Vantamay[2]

สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์[*]

Major of Communication and Information, Humanities Faculty, Kasetsart University.[*]

นิสิตระดับมหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์[1]

Master's student, Department of Communication and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University.[1]

รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์[2]

Associate Professor, Department of Communication and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University.[2]

อีเมล์ : chavisa.o@ku.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ทัศนคติ และบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)เพื่อศึกษาการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารการตลาดออนไลน์ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในกรุงเทพมหานคร 2)เพื่อศึกษาอิทธิพลของเครื่องมือสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในกรุงเทพมหานคร 3)เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในกรุงเทพมหานคร และ 4)เพื่อศึกษาอิทธิพลของบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน เป็นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ทั้งเพศหญิงและเพศชาย อายุระหว่าง 19 – 39 ปี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ โดยกำหนดสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1)ค่าเฉลี่ยโดยรวมของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ2.07 (S.D.= 0.839) เมื่อพิจารณาแยกค่าเฉลี่ยตามเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ได้พบว่า การสื่อสารออนไลน์ผ่านYouTubeเท่ากับ 2.22 (S.D.= 0.839) การสื่อสารออนไลน์ผ่านFacebook เท่ากับ 2.30 (S.D.= 0.886) การสื่อสารออนไลน์ผ่านTwitterเท่ากับ 1.86 (S.D.= 0.873) การสื่อสารออนไลน์ผ่านInstagramเท่ากับ 2.04 (S.D.= 0.91) การสื่อสารออนไลน์ผ่านLineเท่ากับ 1.90 (S.D.= 0.888**)** การสื่อสารออนไลน์ผ่านWebsiteเท่ากับ 2.17 (S.D.= 0.932) การสื่อสารออนไลน์ผ่านWebboardเท่ากับ 2.01 (S.D.= 0.912) ค่าเฉลี่ยโดยรวมของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (S.D.= 0.810) ค่าเฉลี่ยโดยรวมของบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 (S.D.= 0.743) และค่าเฉลี่ยโดยรวมของความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 (S.D.= 0.754) 2)การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Twitter (β=0.062), การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Line (β=0.260) และการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Website (β=0.267) มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3)การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Website (β=0.228) มีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง 4)การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook (β=0.184), การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Line (β=0.240) และการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Website (β=0.221) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 5) ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (β=0.710) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 6)บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (β=0.253) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยดังกล่าวมีประโยชน์ต่อภาครัฐและภาคเอกชนในการวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การสื่อสารการตลาดออนไลน์, ทัศนคติ, บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, ความตั้งใจ

Abstract

This research aims 1) to study exposure of online marketing communication, attitude, subjective norms, and sustainable tourism intention among generation Y consumers in Bangkok, 2) to study the influence of online marketing communication tools on attitude, subjective norms, and sustainable tourism intention among generation Y consumers in Bangkok, 3) to study the influence of attitude on sustainable tourism intention among generation Y consumers in Bangkok, and 4) to study the influence of subjective norms on sustainable tourism intention among generation Y consumers in Bangkok. It is a survey research with questionnaires. The sample is 400 consumers aged between 19 - 38 years old in Bangkok. The analysis was conducted by frequency distribution, percentage, mean, standard deviations, Simple Regression Analysis, and Multiple Regression Analysis at a statistically significant level of .05. The research found that 1) Mean of exposure online is 2.07, attitude is 3.94, subjective norms is 3.05 and sustainable tourism intention is 3.80, 2) Twitter (β=0.062), Line (β=0.260), and Website (β=0.267) have influence on attitude, Website (β=0.228) has influence on subjective norms, Facebook (β=0.184), Line (β=0.240), and Website (β=0.221) have influence on sustainable tourism intention, 3)Attitude (β=0.710) has influence on sustainable tourism intention, and 4) Subjective norms (β=0.253) has influence on sustainable tourism intention.

Keywords : Online Marketing Communication, Attitude, Subjective norms, Sustainable tourism, Intention

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศไทยอย่างมาก เป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ เรียกได้ว่าเป็น “อุตสาหกรรมความหวังของคนไทย” จากแผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2560 – 2564 ระบุว่า ในปีพ.ศ. 2559 ระบุว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 82.5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 20.6 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไทยทั้งหมด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ในขณะที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม รายได้เข้าชุมชนอย่างทั่วถึง และให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวแบบ “วิถีไทย” เป็นตัวขับเคลื่อน ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 4 ของโลก เมืองรองที่มีการขยายตัวสูงสุด 2 อันดับแรก คือ ราชบุรี และชัยนาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

การตระหนักถึงผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยวนี้จึงเกิดเป็น “แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” การประชุม Earth Summit เพื่อกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวยั่งยืนที่กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อปี พ.ศ. 2535 เพื่อความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ ไม่ว่าจุดประสงค์ปลายทางจะเป็นที่ใด หรือจะเป็นกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็ก ทั้งในเมืองและชนบท (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) ผู้วิจัยสามารถสรุปใจความได้ว่าในมุมของการพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นจะต้องมีครบทั้ง 3 มิติอย่างครอบคลุมถึงจะเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างความยั่งยืนแก่คนในปัจจุบันและอนาคต มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม มิติทางสิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย นั่นมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและตัดสินใจเลือกที่พัก รวมถึงการเดินทางในช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น กลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายด้วยเหตุผลที่ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความใส่ใจเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความคิดที่ดีในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม และยังเป็นกลุ่มที่ชอบการแบ่งปันประสบการณ์จากการไปเที่ยวด้วยการสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพราะมองว่าเรื่องของการท่องเที่ยวไม่ใช่แค่การเที่ยวธรรมดา แต่เป็นการมองหาวัตถุดิบในการสร้างเนื้อหาเพื่อแชร์ต่อในโลกออนไลน์ (แบรนด์เอจ, 2560)

ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (A Theory of Reasoned Action หรือ TRA) ซึ่ง Ajzen and Fishbein (1980) ได้อธิบายไว้ว่าเป็นวิธีการที่ใช้ในการทำนายพฤติกรรมของบุคคลว่า บุคคลจะตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมใดล้วนกระทำด้วยเหตุผล เนื่องจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล เชื่อว่าการที่บุคคลแสดงพฤติกรรมใดพฤติกรรมนึงบุคคลมีเหตุและผลในการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังได้เพิ่มตัวแปรการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารการตลาดออนไลน์ด้วยนั้น งานวิจัยนี้จึงให้ความสำคัญกับ การเปิดรับเครื่องมือการตลาดออนไลน์ทั้ง 7 เครื่องมือนั้น คือ YouTube, Facebook , Twitter, Instagram, Line, Website, Webbord

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารการตลาดออนไลน์ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงและความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่นYในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของเครื่องมือสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในกรุงเทพมหานคร

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questions) โดยการให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบด้วยตนเอง ในการช่วยศึกษาการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ทั้งเพศหญิงและเพศชาย (ผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ.2524 - 2543) อายุระหว่าง 19– 38 ปี จำนวน 400 คน การสุ่มกลุ่มตัวอย่างขั้นที่1) ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling)โดยพิจารณาแบ่งเขตของกรุงเทพมหานคร และขั้นที่2) ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Proportional Stratified Sampling) โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการคำนวณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชั่นวายในแต่ละเขตตามสัดส่วนจริงโดยใช้วิธี โดยคำนวณอัตราส่วนร้อยละประชากรในแต่ละเขตนั้น ๆ โดยเก็บข้อมูลจาก 10 เขต คละทั้งเพศหญิงและชาย ในแต่ละเขตจบครบ 400 คน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ โดยกำหนดสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1) ผลข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีจำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 มีสัดส่วนอายุที่เท่ากันจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 จนครบ 400 คน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 74.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34

2) การเปิดรับเครื่องมือสื่อสารการตลาดออนไลน์ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงและความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่นYในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผลข้อมูล
1.การเปิดรับเครื่องมือสื่อสารการตลาดออนไลน์	2.22	0.839	ต่ำ
2.ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3.94	0.810	สูง
3.บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง	3.05	0.743	ปานกลาง
4.ความตั้งใจต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	3.80	0.754	สูง
ค่าเฉลี่ยรวม = 3.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.52 การแปลผลข้อมูล = ปานกลาง			

หมายเหตุ: การให้คะแนนเป็นแบบ Likert Scale น้อยที่สุด=1 ไปจน มากที่สุด= 5 คะแนน การแปลความหมายข้อมูลผู้วิจัยใช้การแปลความหมายดังนี้ 1.00-1.49 = ต่ำที่สุด,1.5-2.49=ต่ำ,2.50-3.49=ปานกลาง,3.50-4.49=สูง,4.50-5.00=สูงที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.52 เมื่อพิจารณาอย่างละเอียดพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คือ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.810 รองลงมา คือ ความตั้งใจต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.754 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด คือ เครื่องมือสื่อสารการตลาดออนไลน์อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.839

3) อิทธิพลของเครื่องมือสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในกรุงเทพมหานคร

3.1) สมมติฐานที่ 1 (H1) การเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบปกติเพื่อแสดงการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มตัวอย่าง (n=400)

ตัวแปรอิสระ	b	β	t	Sig.t
1.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง YouTube	0.102	0.106	1.276	0.203
2.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook	0.131	0.143	1.685	0.093
3.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Twitter	0.058	0.062	0.826	0.409*
4.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Instagram	0.032	0.036	0.445	0.657
5.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Line	0.237	0.260	3.237	0.001*

6.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Web board	0.103	0.116	1.579	0.115
7.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Website	0.232	0.267	3.550	0.000*
R =0.319 , Adjusted R^2= 0.086 , F =6.361 , Sig. F = 0.000*				

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว ได้แก่ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง YouTube,Facebook,Twitter,Instagram ,Line,Web board,Website มีความสามารถในการอธิบายความแปนผันของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ร้อยละ 8.6 (Adjusted R^2= 0.086) และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ ให้คงที่แล้ว มีเพียงตัวแปรอิสระ 3 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Twitter (β=0.062) การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Line (β=0.260) การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Website (β=0.267) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัวนี้มีความสัมพันธ์ที่แท้จริงกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.2) สมมติฐานที่ 2 (H2) การเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบปกติเพื่อแสดงการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงของกลุ่มตัวอย่าง (n=400)

ตัวแปรอิสระ	b	β	t	Sig.t
1.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง YouTube	0.087	0.99	1.203	0.230
2.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook	0.014	0.016	0.196	0.845
3.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Twitter	0.038	0.044	0.588	0.557
4.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Instagram	0.116	0.141	1.779	0.076
5.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Line	0.016	0.19	0.234	0.815
6.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Web board	0.088	0.108	1.488	0.138
7.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Website	0.182	0.228	3.062	0.002*
R =0.342 , Adjusted R^2=0.101, F = 7.439, Sig. F = .000*				

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว ได้แก่ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง YouTube,Facebook,Twitter,Instagram,Line,Web board,Website มีความสามารถในการอธิบายความแปนผันของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ร้อยละ 10.1 (Adjusted R^2= 0.101) และเมื่อควบคุม

อิทธิพลของตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ ให้คงที่แล้ว มีเพียงตัวแปรอิสระ 1 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ Website (β=0.228) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าตัวแปร 1 ตัวนี้มีความสัมพันธ์ที่แท้จริงกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.3) สมมติฐานที่ 3 (H3) การเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบปกติเพื่อแสดงการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มตัวอย่าง (n=400)

ตัวแปรอิสระ	b	β	t	Sig.t
1.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง YouTube	0.044	0.049	0.593	0.554
2.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook	0.156	0.184	2.154	0.032*
3.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Twitter	0.062	0.072	0.943	0.346
4.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Instagram	0.050	0.060	0.744	0.457
5.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Line	0.204	0.240	2.970	0.003*
6.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Web board	0.048	0.058	0.781	0.435
7.การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Website	0.179	0.221	2.928	0.004*
R = 0.308, Adjusted R^2= 0.079 ,F = 5.871 ,Sig. F = .000*				

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว ได้แก่ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง YouTube,Facebook,Twitter,Instagram ,Line,Web board,Website มีความสามารถในการอธิบายความแปนผันของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ร้อยละ 7.9 (Adjusted R^2= 0.079) และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ ให้คงที่แล้ว มีเพียงตัวแปรอิสระ 3 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ Facebook (β=0.184) Line (β=0.240) Website (β=0.221) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัวนี้มีความสัมพันธ์ที่แท้จริงกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4) อิทธิพลของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 (H4) ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายเพื่อแสดงทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มตัวอย่าง (n=400)

สมมติฐาน	a	b	t	r (Beta)	Sig
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร	1.186	0.661	20.130	0.710	.000*
R^2 = 0.504, F= 405.226, Sig F = 0.000*					

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 เมื่อนำผลการวิจัยมาพิจารณา พบว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า Beta เท่ากับ 0.710 ซึ่งทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถอธิบายการแปรผันต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 50.4 (R^2 = 0.504)

5) อิทธิพลของบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 (H5) บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายเพื่อแสดงบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มตัวอย่าง (n=400)

สมมติฐาน	a	b	t	r (Beta)	Sig
บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร	3.011	0.257	5.215	0.253	0.000*
R^2 = 0.064, F = 27.193, Sig F = 0.000*					

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 เมื่อนำผลการวิจัยมาพิจารณา พบว่า บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า Beta เท่ากับ 0.253 ซึ่งบรรทัดฐานทางสังคมสามารถอธิบายการแปรผันต่อความ

ตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 6.4 (R^2 = 0.064)

อภิปรายผล

ผู้วิจัยขอแบ่งการอภิปรายผลตามสมมติฐาน ดังนี้

1. การเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร (สมมติฐานที่ 1)

ผลการทดสอบการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ ให้คงที่แล้ว มีเพียงตัวแปรอิสระ 3 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Twitter (β=0.062) การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Line (β=0.260) การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Website (β=0.267) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัวนี้มีความสัมพันธ์ที่แท้จริงกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งนธกฤต วันต๊ะเมล์ (2557) ได้กล่าวถึงการสื่อสารการตลาดออนไลน์ไว้ว่าการตลาดออนไลน์ เป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคปัจจุบัน เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารการตลาดโดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจเป็นการเชื่อมต่อโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ การสื่อสารการตลาดออนไลน์เป็นการสื่อสารสองทิศทางและสามารถเปิดรับข่าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่จำกัดเวลาและไม่จำกัดสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนาภรณ์ ไพศิลป์ (2556) เรื่องประสิทธิภาพการทำนายการสื่อสารการตลาดผ่านแอพพลิเคชั่นไลน์ของอุตสาหกรรมการบินด้านค่าเฉลี่ยรวมการเปิดรับรูปแบบของข้อความการสื่อสารการตลาดผ่านแอพพลิเคชั่นของอุตสาหกรรมการบิน มีการเปิดรับรูปแบบของข้อความในระดับปานกลางโดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับรูปแบบของข้อความการสื่อสารการตลาดผ่านแอพพลิเคชั่นไลน์ของอุตสาหกรรมการบินประเภทรูปภาพมากที่สุด รองลงมา คือ ข้อความและวิดีโอ

2. การเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร (สมมติฐานที่ 2)

ผลการทดสอบการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เมื่อควบคุมอิทธิพลชองตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ ให้คงที่แล้ว มีเพียงตัวแปรอิสระ 1 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ Website (β=0.228) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าตัวแปร 1 ตัวนี้มีความสัมพันธ์ที่แท้จริงกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับภิเษก ชัยนิรันดร์ (2552) ได้อธิบายไว้ว่าการใช้เว็บไซต์

เป็นเครื่องมือในการทำประชาสัมพันธ์มีประโยชน์อย่างมาก อาทิ เว็บไซต์เป็นเครื่องมือที่ต้นทุนต่ำเมื่อเทียบกับการใช้แผ่นพับหรือจดหมายข่าวเพื่อแจกลูกค้าหรือสื่อมวลชนต่าง ๆ แต่ดีมีประสิทธิภาพมากกว่าเนื่องจากมีการให้ข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสมพงษ์ เส้งมณีย์ (2556) เรื่องประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานออนไลน์ ที่มีต่อทัศนคติ พฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จังหวัดจันทบุรีด้านการเปิดรับข่าวสารเครื่องมือการสื่อสารการตลาดโฆษณาออนไลน์มากที่สุดคือ เว็บไซต์การท่องเที่ยว รองลงมาการโฆษณาในเครื่องมือสืบค้น และการนำเสนอทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีของกลุ่มตัวอย่างพบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อจังหวัดจันทบุรีอยู่ในระดับสูง โดยมีทัศนคติต่อจังหวัดจันบุรีสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้มากที่สุด รองลงมาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีมีความหลากหลาย และสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีได้รับความนิยมเป็นช่วงกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีมีราคาไม่สูง

3. การเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร (สมมติฐานที่ 3)

เมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ ให้คงที่แล้ว มีเพียงตัวแปรอิสระ 3 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ Facebook (β=0.184) Line (β=0.240) Website (β=0.221) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัวนี้มีความสัมพันธ์ที่แท้จริงกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับวิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ (2554) ได้อธิบายไว้ว่า Facebook ได้มีอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้ชีวิตที่ช่วยให้คนได้มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ได้แบ่งปันประสบการณ์ ความสนใจของเรื่องราวต่าง ๆ ระหว่างคนที่มีความคิดเห็นเหมือน ๆ กัน ได้พูดคุย แลกเปลี่ยนสิ่งใหม่ ๆ ที่มีความหมาย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของบงกช ขุนวิทยา (2556) เรื่องประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ด้านพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค พบว่า เนื้อหาบนเฟซบุ๊คแฟนเพจมีความน่าเชื่อถือในระดับสูงและเมื่อพิจารณาเป็นรายเนื้อหา พบว่าเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาประเภทผลิตภัณฑ์รองลงมา ได้แก่ เนื้อหาประเภทข่าวสารหรือเหตุการณ์ในปัจจุบัน และเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือน้อยที่สุด ได้แก่ เนื้อหาประเภทไลฟ์สไตล์และเนื้อหาประเภทข้อคิดในการดำเนินชีวิต เนื้อหาบนเฟซบุ๊คแฟนเพจทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับสูง และเมื่อพิจารณาเป็นรายเนื้อหาพบว่าเนื้อหาที่ทำให้ตัดสินใจซื้อมากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาประเภทรายการส่งเสริมการขายและกิจกรรมการตลาดที่มีอยู่ในขณะนั้น รองลงมาได้แก่ เนื้อหาประเภทผลิตภัณฑ์

4. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร (สมมติฐานที่ 4)

เมื่อนำผลการวิจัยมาพิจารณา พบว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีค่า Beta เท่ากับ 0.710 ซึ่งทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถอธิบายการแปรผันต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 50.4 (R^2 = 0.504) ซึ่งสอดคล้องกับ Ajzen and Fishbein (1980) ที่ได้อธิบายไว้ว่าบุคคลจะมีการประเมินคุณค่าของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น หากบุคคลเชื่อว่าพฤติกรรมนั้นจะส่งผลดีต่อตนหรือผลบวกตามมา บุคคลจะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น อย่างไรก็ตามในทางตรงกันข้ามหากบุคคลประเมินผลแล้วว่าจะได้ผลเชิงลบ บุคคลจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้นเช่นกัน หรือต่อต้านการกระทำพฤติกรรมนั้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลอยไพลิน เนียมเนตร (2558) เรื่อง ในด้านความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างทัศนคติกับความตั้งใจสนับสนุนธุรกิจน้ำมันของผู้บริโภค พบว่า ทัศนคติที่มีต่อธุรกิจน้ำมันของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสนับสนุนธุรกิจน้ำมันของผู้บริโภคเนื่องจากความตั้งใจซื้อเป็นกระบวนการที่มีความเกี่ยวข้องกับสภาพจิตใจ ซึ่งจะบ่งบอกถึงแผนการของผู้บริโภคที่จะซื้อตราสินค้าใดสิ่งสิ่งหนึ่งๆ โดยที่ความตั้งใจซื้อเกิดมากจากทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า รวมไปถึงความมั่นใจของผู้บริโภคในการประเมินตราสินค้านั้นๆ

5. บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร (สมมติฐานที่ 5)

เมื่อนำผลการวิจัยมาพิจารณา พบว่า บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีค่า Beta เท่ากับ 0.253 ซึ่งบรรทัดฐานทางสังคมสามารถอธิบายการแปรผันต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 6.4 (R^2 = 0.064) ซึ่งสอดคล้องกับ Assael (1995) ที่ได้อธิบายไว้ว่ากลุ่มผู้คนที่มีอิทธิพลกับบุคคลมีอิทธิพลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความเชื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรม นักการตลาดมักใช้กลุ่มอ้างอิงในการโฆษณาสินค้า เช่น โฆษณาอาหารเช้าได้มีการถ่ายทอดด้วยเรื่องราวของครอบครัว และสอดคล้องงานวิจัยของกัลญา กนกวิมาน (2559) เรื่องรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ในกรุงเทพมหานคร ในด้านของบุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยตัดสินใจด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 65.80 รองลงมาได้รับอิทธิพบจากครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 24.50 และซื้อสินค้าโดยมีอิทธิพลจากพนักงานขายคิดเป็นร้อยละ 5

ข้อเสนอแนะ

1.จากผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าการเปิดรับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ในประเด็นของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยังอยู่ในระดับที่น้อย รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญการสร้างเนื้อหาอันจะก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสื่อสารผ่านเครื่องมือการตลาดตลาดออนไลน์ เนื่องจากในปัจจุบันการสื่อสารการตลาดออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทัศนคติที่ดีในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์

2.ผู้บริโภคควรให้ความสนใจในการให้ความสำคัญถึงการท่องเที่ยวที่จะส่งผลดีต่อสังคม อาทิ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ได้ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์อยู่ในระดับน้อย ซึ่งผู้บริโภคควรหันมาใส่ใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจะนำไปสู่การบริโภคที่ยั่งยืนที่จะกลับมาเป็นผลที่ดีแก่ผู้บริโภคเอง

3.สำหรับงานวิจัยในในครั้งต่อไปสามารถวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิเคราะห์เนื้อหาของสารในการสื่อสารผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดออนไลน์ เพื่อทราบถึงลักษณะของสารที่ใช้สื่อสารว่ามีผลต่อการเปิดรับและความตั้งใจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ปี 2560-2564. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กัลญา กนกวิมาน. (2559). รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์สในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กาญจนาภรณ์ ไพศิลป์. (2556). ประสิทธิภาพการทำนายการสื่อสารการตลาดผ่านแอพพลิเคชั่นไลน์ของอุตสาหกรรมการบิน. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นธกฤต วันต๊ะเมล์. (2557). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บงกช ขุนวิทยา. (2556). ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัวบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

แบรนด์เอจ. (2560). ททท.เจ๊าะแจ๊ะ Gen Y สร้างคอนเทนต์ดึงกลุ่มเบบี้บูมเที่ยวไทย. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2562, จาก www.brandage.com/article/798

พลอยไพลิน เนียมเนตร. (2558). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับทัศนคติและความตั้งใจสนับสนุนธุรกิจน้ำมันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมพงษ์ เส้งมณีย์. (2556). ประสิทธิภาพของสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติ พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภิเษก ชัยนิรันดร์. (2552). Marketing click: กลเม็ดเคล็ดลับการตลาดออนไลน์. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์. (2554). iMarketing 10.0 : 10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก. กรุงเทพมหานคร: โปรวิชั่น.

Ajzen, I. and M. Fishbein. (1980). Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior. New Jersey: Prentice-Hall.

Assael, H. (1995). Consumer Behavior and Marketing Action. (5th ed). Ohio: South-Western College.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล

FACTORS AFFECTING ACCESS TECHNOLOGY OF THE ELDERLY IN THE DIGITAL AGE

อารียา ศรีแจ่ม* และธันย์พัทธ์ ใคร้วานิช

สถาบันเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี

*corresponding author e-mail: areeyaa1993@gmaiL.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 549 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ (MANOVA) ผลการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุมีวัตถุประสงค์ในการเข้าถึงเทคโนโลยีดังนี้ (1) ค้นหาข้อมูล (2) ความบันเทิง (3) การทำงาน/ธุรกิจ (4) อ่านข่าวสารประจำวัน (5) ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ (6) สื่อสารระหว่างเพื่อนฝูง (7) เผยแพร่ตัวตนหรือผลงานตนเอง มี แอปพลิเคชันที่เลือกใช้หลายรูปแบบ คือ (1) Line (2) Facebook (3) Facebook Messenger (4) Mobile Banking (5) Lazada/Shopee และมีการทำกิจกรรมหลายประเภท เช่น (1) ส่งข้อความ-แชท (2) ดูวิดีโอ (3) เล่นเกม (4) Mobile Banking (5) ค้นหาสถานที่ การเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุมีประโยชน์ ทั้งทางด้านการให้เนื้อหาข่าวสารที่มีประโยชน์และรวดเร็วทำให้เป็นคนทันสมัย และเป็นเครื่องมือช่วยแก้เหงาได้ดี

คำสำคัญ : เครือข่ายสังคมออนไลน์ การเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ

Abstract

The factors affecting access technology of the elderly in the digital age with sample number 549. The research tool is a questionnaire. Analyze the data by statistical analysis of variance (Multivariate Analysis of Variance: MANOVA). The results of the research found that the elderly use the technology accessibility of the elderly (1) information (2) entertainment (3) work / business (4) reading news (5) financial transactions (6) online communication (7) technology. Applications that use many forms (1) Line (2) Facebook (3) Facebook Messenger (4) Mobile banking (5) Lazada/Shoppee and many activities are as follows (1) Messenger (2) Video (3) Games (4) Mobile Banking (5) Mobile Map. Therefore believe that access to technology for the elderly

thought that it was useful for providing useful and fast news content, making them trendy and relieving from loneliness.

Keywords: social network, technology accessing of elder

บทนำ

ประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) โดยจากข้อมูลของ United Nations World Population Ageing พบว่า หลังจากปี 2552 ประชากรที่อยู่ในวัยพึ่งพิง ได้แก่ เด็กและผู้สูงอายุจะมีจำนวนมากกว่าประชากรในวัยแรงงาน และในปี 2560 จะเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ที่ประชากรเด็กน้อยกว่าผู้สูงอายุ สถานการณ์นี้เป็นผลมาจากการลดภาวะเจริญพันธ์อย่างรวดเร็ว และการลดลงอย่างต่อเนื่องของระดับการตายของประชากร (มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ, 2558) จากการคาดการณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติคาดการณ์ว่าปริมาณประชากร ไทยที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไปในปี 2568 จะมีสัดส่วนเพิ่มเป็นร้อยละ 20 ของประชากรไทย เทียบกับปี 2543 ที่มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 9.4 ซึ่งก็หมายความว่า ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) โดยสมบูรณ์แบบ ดังนั้นการก้าวขึ้นสู่สังคมผู้สูงอายุย่อมจะส่งผลให้วิถีชีวิตและพฤติกรรมของผู้คนในสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงไป

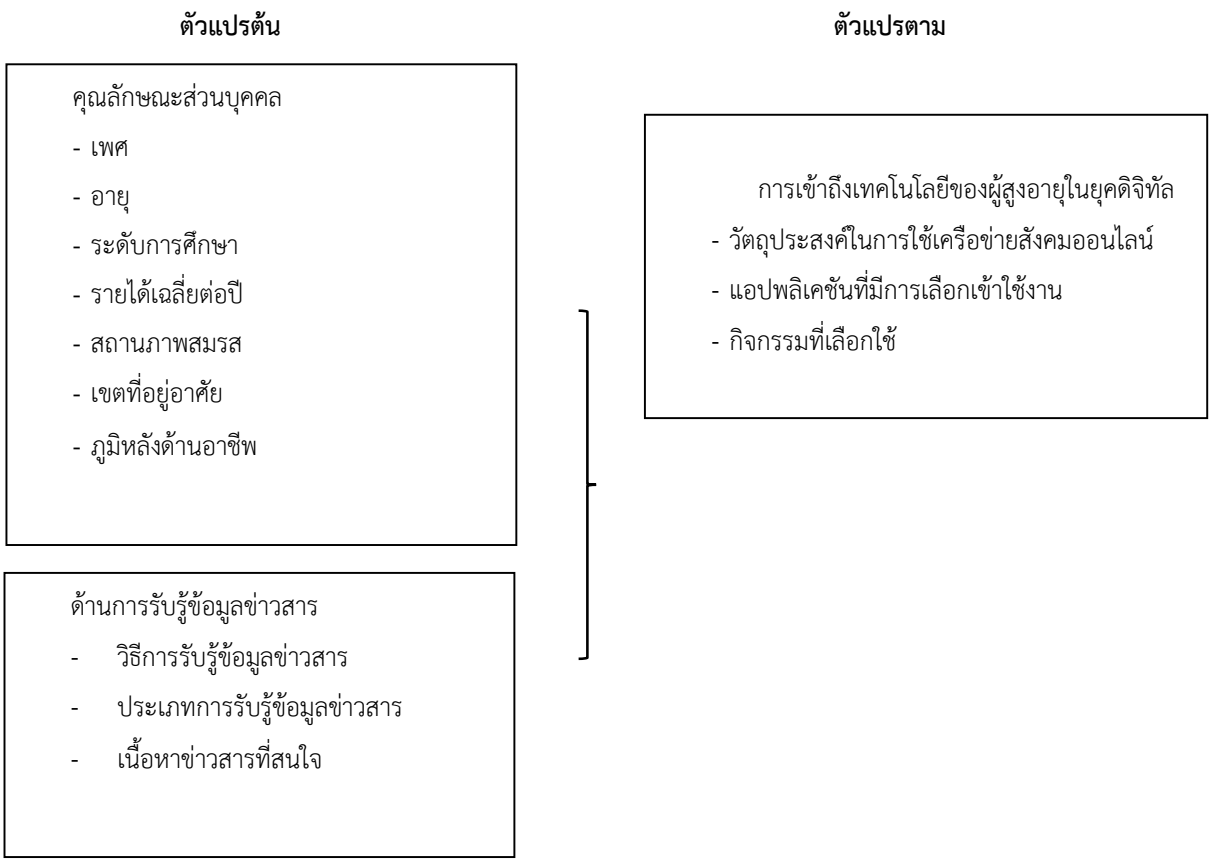
การเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเป็นฐานรากในการพัฒนาการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการพัฒนาทางสังคมในด้านต่าง ๆ ควบคู่กันไป ความก้าวหน้าและนวัตกรรมของเทคโนโลยีดิจิทัล ยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง รูปแบบ กระบวนการ โครงสร้าง ทางด้านกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สื่อสังคมออนไลน์ จึงกลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในปัจจุบัน (พัชรภรณ์ ไกรชุมพล, 2555)

จากอดีตถึงปัจจุบันการติดต่อสื่อสารมีการพัฒนามาเรื่อย ๆ เนื่องจากเทคโนโลยีมีความทันสมัยมากขึ้น ทำให้เกิด “Social Media” หรือ สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารที่สามารถโต้ตอบได้หลายทิศทางโดยผ่านอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์สามารถทำให้ผู้คนที่อยู่ไกลกันสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้คนนิยมใช้กันมาก ได้แก่ ไลน์ เฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์ เป็นต้น (Nations, 2017)

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการเข้าถึงการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ คือ การค้นหาข้อมูลความบันเทิง การทำงาน/ธุรกิจ การอ่านข่าวสารประจำวัน ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ การสื่อสารระหว่างเพื่อนฝูง เผยแพร่ตัวตนหรือผลงานตนเอง ของกลุ่มผู้สูงอายุ

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดงานวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่ม ซึ่งจากแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 549 ชุด นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมเพื่อ

ประกอบการวิเคราะห์และประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยสถิติด้วยการหาความสัมพันธ์ MANOVA

ขอบเขตในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นบุคลที่เตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ ที่มีอายุ 55ปีขึ้นไป จำนวน 549 คน

ขอบเขตเนื้อหา การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เครือข่ายสังคมออนไลน์เนื้อหาข่าวสารที่สนใจบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัย

การทดสอบข้อตกลงในการใช้ สถิติ MANOVA จะต้องหาความสัมพันธ์ของตัวแปรตาม 2 ตัวขึ้นไป ดังแสดงในตาราง

ตารางที่1 แสดงจำนวนร้อยละของผูตอบแบบสอบถามลักษณะทั่วไป

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	281	51.2
หญิง	268	48.8
รวม	**549**	**100.0**
อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
55-60ปี	327	59.6
61-65ปี	172	31.3
66ปีขึ้นไป	50	9.1
รวม	**549**	**100.0**
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	213	38.8
ปริญญาตรี	211	38.4
สูงกว่าปริญญาตรี	125	22.8
รวม	**549**	**100.0**

อาชีพปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ประกอบอาชี(พ่อบ้าน/แม่บ้าน)	133	24.2
ข้าราชการบำนาญ	100	18.2
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	175	31.8
ทำงานอิสระ/เอกชน	50	9.1
เกษตรกรรม	31	5.6
ปัจจุบันยังคงทำงานอยู่ (รับราชการ/พนักงาน)	60	10.9
รวม	**549**	**100.0**
รายได้ปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	82	14.9
5,000-9,999 บาท	58	10.6
10,000-14,999 บาท	79	14.4
15,000-20,000 บาท	85	15.5
ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป	245	44.6
รวม	**549**	**100.0**
ที่อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ตามลำพัง	78	14.2
อยู่กับญาติ	186	33.9
อยู่กับผู้อื่น	15	2.7
อยู่กับพ่อแม่พี่น้อง บุตรหลาน	270	49.2
รวม	**549**	**100.0**
ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเตอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1ชั่วโมง/ครั้ง/วัน	230	41.9
1 ชั่วโมงขึ้นไป/ครั้ง/วัน	118	21.5
มากกว่า 2 ชั่วโมง ทุกวัน	201	36.6
รวม	**549**	**100.0**
เครื่องมือที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์	38	6.9
แท็บเล็ต	67	12.2

โทรศัพท์มือถือ	444	80.9
รวม	**549**	**100.0**
สถานที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	449	81.8
ที่ทำงาน	70	12.8
ระหว่างเดินทาง	30	5.5
รวม	**549**	**100.0**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปนเพศชาย จำนวน 281 คนคิดเปนร้อยละ 51.2 และเปนเพศหญิงจำนวน 268 คนคิดเปนร้อยละ 48.8 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 55-60 ปี จำนวน 327 คนคิดเปนร้อยละ 59.6 รองลงมาคือ อายุอยู่ระหว่าง 61-65 ปี จำนวน 172 คน คิดเปนร้อยละ 31.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 213 คนคิดเปนร้อยละ 38.8 รองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน 211 คน คิดเปนร้อยละ 38.4 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 125 คน คิดเปนร้อยละ 22.8 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้ประกอบอาชีพ(พ่อบ้าน/แม่บ้าน) จำนวน 133 คน คิดเปนร้อยละ 24.2 รองลงมาคือ มีอาชีพข้าราชการบำนาญ จำนวน 100 คน คิดเปนร้อยละ 18.2 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 175 คน คิดเปนร้อยละ 31.8 มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไปจำนวน 245 คน คิดเปนร้อยละ 44.6 รองลงมาคือ มีรายได้ 15,000-20,000 บาท จำนวน 85 คนคิดเปนร้อยละ 15.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับพ่อแม่พี่น้อง บุตรหลานจำนวน 270 คน คิดเปนร้อยละ 49.2 รองลงมาคือ อาศัยอยู่กับญาติ จำนวน 186 คน คิดเปนร้อยละ 33.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาเฉลี่ย 30 นาที - 1 ชั่วโมง/ครั้ง/วัน จำนวน 230 คน คิดเปนร้อยละ 41.9 รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยมากกว่า 2 ชั่วโมง ทุกวัน จำนวน 201 คน คิดเปนร้อยละ 36.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือ จำนวน 444 คน คิดเปนร้อยละ 80.9 รองลงมาคือ แท็บเล็ต จำนวน 67 คน คิดเปนร้อยละ 12.2 และคอมพิวเตอร์จำนวน 38 คน คิดเปนร้อยละ 6.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงสหสัมพันธ์ของตัวแปรตาม Correlations

สหสัมพันธ์ของตัวแปร		วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้	แอปพลิเคชันที่เลือกใช้	กิจกรรมที่เลือกใช้
วัตถุประสงค์	Pearson Correlation	1	.743**	.725**
ที่เลือกใช้	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	549	549	549
แอปพลิเคชัน	Pearson Correlation	.743**	1	.792**
ที่เลือกใช้	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	549	549	549
กิจกรรม	Pearson Correlation	.725**	.792**	1
ที่เลือกใช้	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	549	549	549

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 2 พบว่าวัตถุประสงค์ที่เลือกใช้ แอปพลิเคชันที่เลือกใช้ และกิจกรรมที่เลือกใช้มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง ทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีทิศทางบวกมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงซึ่งพิจารณาค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์

การทดสอบข้อตกลงลำดับที่สองการทดสอบความแปรปรวนร่วม โดยความแปรปรวนร่วมจะต้องไม่มีความแตกต่างกัน ดังสามารถแสดงในตารางถัดไป

ตารางที่ 3 การทดสอบความแปรปรวนร่วม (ด้านประชากรศาสตร์) โดยวิธี Box's Test of Equality of Covariance Matrices[a]

Box's M	415.972
F	1.912
df1	180
df2	10330.041
Sig.	.000

จากตารางที่ 3 พบว่าความแปรปรวนร่วมของตัวแปรอิสระ มีความแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อตกลงของการใช้สถิติ MANOVA แต่ในการศึกษาครั้งนี้จะยังคงทดสอบสมมติฐานต่อไป การฝ่าฝืนข้อตกลง (Violation Assumptions) ซึ่งอาจนำไปสู่ความแกร่ง (Robustness) ของการทดสอบ หรืออำนาจการทดสอบ (Power of Test) ลดลงนั่นเอง ทำให้การทดสอบสถิติ MANOVA ปกติจะใช้ค่า Wilk’s Lambda (Tabachnick & Fidell,

2001, p. 348) หากมีการฝ่าฝืนข้อตกลง ให้ใช้ค่า Pillai’s Trace แทนซึ่งมีค่าความแกร่ง (Robustness) มากกว่า อย่างไรก็ตาม สถิติทดสอบมักจะมีค่าสอดคล้องกัน

ตารางที่ 4 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ด้านประชากรศาสตร์) โดยวิธี Multivariate Tests[a]

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.	Partial Eta Squared
Intercept	Pillai's Trace	.882	1033.329[b]	3.000	413.000	.000	.882
	Wilks' Lambda	.118	1033.329[b]	3.000	413.000	.000	.882
	Hotelling's Trace	7.506	1033.329[b]	3.000	413.000	.000	.882
	Roy's Largest Root	7.506	1033.329[b]	3.000	413.000	.000	.882
อายุ	Pillai's Trace	.028	1.990	6.000	828.000	.065	.014
	Wilks' Lambda	.972	1.999[b]	6.000	828.000	.063	.014
	Hotelling's Trace	.029	2.007	6.000	828.000	.062	.014
	Roy's Largest Root	.029	3.962[c]	3.000	414.000	.008	.028
ระดับการศึกษา	Pillai's Trace	.085	6.151	6.000	828.000	.000	.043
	Wilks' Lambda	.915	6.217[b]	6.000	826.000	.000	.043
	Hotelling's Trace	.092	6.284	6.000	824.000	.000	.044
	Roy's Largest Root	.081	11.173[c]	3.000	414.000	.000	.075
อาชีพปัจจุบัน	Pillai's Trace	.108	2.582	18.000	1245.000	.000	.036
	Wilks' Lambda	.895	2.592	18.000	1168.626	.000	.036
	Hotelling's Trace	.114	2.597	18.000	1235.000	.000	.036
	Roy's Largest Root	.058	4.034[c]	6.000	415.000	.001	.055
รายได้	Pillai's Trace	.075	2.140	15.000	1245.000	.007	.025
	Wilks' Lambda	.926	2.150	15.000	1140.513	.006	.025
	Hotelling's Trace	.079	2.157	15.000	1235.000	.006	.026
	Roy's Largest Root	.055	4.584[c]	5.000	415.000	.000	.052
อายุ * ระดับกาศึกษา * อาชีพปัจจุบัน * รายได้	Pillai's Trace	1.013	1.794	354.000	1245.000	.000	.338
	Wilks' Lambda	.285	1.819	354.000	1239.774	.000	.342
	Hotelling's Trace	1.587	1.845	354.000	1235.000	.000	.346
	Roy's Largest Root	.775	2.726[c]	118.000	415.000	.000	.437

a. Design: Intercept + อายุ + ระดับกาศึกษา + อาชีพปัจจุบัน + รายได้ + อายุ * ระดับกาศึกษา * อาชีพปัจจุบัน * รายได้

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

จากตารางที่ 4 การแปลผลจะอ่านค่า Pillai's Trace แทนพบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น เพศ

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ด้านประชากรศาสตร์) โดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	วัตถุประสงค	159.141[a]	133	1.197	2.794	.000	.472
	แอปพลิเคชัน	245.988[b]	133	1.850	3.712	.000	.543
	กิจกรรม	220.076[c]	133	1.655	3.585	.000	.535
Intercept	วัตถุประสงค์	1220.899	1	1220.899	2850.754	.000	.873
	แอปพลิเคชัน	1093.485	1	1093.485	2194.617	.000	.841
	กิจกรรม	860.193	1	860.193	1863.520	.000	.818
อายุ	วัตถุประสงค์	2.902	2	1.451	3.388	.035	.016
	แอปพลิเคชัน	5.478	2	2.739	5.498	.004	.026
	กิจกรรม	4.270	2	2.135	4.625	.010	.022
ระดับการศึกษา	วัตถุประสงค์	9.562	2	4.781	11.163	.000	.051
	แอปพลิเคชัน	14.743	2	7.371	14.794	.000	.067
	กิจกรรม	12.691	2	6.345	13.747	.000	.062
อาชีพปัจจุบัน	วัตถุประสงค์	5.711	6	.952	2.223	.040	.031
	แอปพลิเคชัน	10.720	6	1.787	3.586	.002	.049
	กิจกรรม	9.277	6	1.546	3.350	.003	.046
รายได้	วัตถุประสงค์	4.375	5	.875	2.043	.072	.024
	แอปพลิเคชัน	2.765	5	.553	1.110	.354	.013
	กิจกรรม	7.332	5	1.466	3.177	.008	.037
อายุ*ระดับการศึกษา*อาชีพปัจจุบัน*รายได้	วัตถุประสงค์	100.313	118	.850	1.985	.000	.361
	แอปพลิเคชัน	153.719	118	1.303	2.615	.000	.426
	กิจกรรม	134.309	118	1.138	2.466	.000	.412

	วัตถุประสงค์	177.733	415	.428
Error	แอปพลิเคชัน	206.777	415	.498
	กิจกรรม	191.562	415	.462
Total	วัตถุประสงค์	6581.531	549	
	แอปพลิเคชัน	6046.400	549	
	กิจกรรม	4987.640	549	
Corrected	วัตถุประสงค์	336.873	548	
Total	แอปพลิเคชัน	452.765	548	
	กิจกรรม	411.638	548	

a. R Squared = .472 (Adjusted R Squared = .303)

b. R Squared = .543 (Adjusted R Squared = .397)

c. R Squared = .535 (Adjusted R Squared = .385)

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรอิสระด้านประชากรศาสตร์ยกเว้นด้านรายได้ มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ โดยมีค่า R Squared .472 สำหรับด้านวัตถุประสงค์และด้านการใช้แอปพลิเคชัน มีค่า R Squared .543 และด้านกิจกรรม มีค่า R Squared .535

ตารางที่ 6 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ด้านที่อยู่อาศัย และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต) โดยวิธี Multivariate Tests[a]

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.	Partial Eta Squared
Intercept	Pillai's Trace	.657	332.046[b]	3.000	520.000	.000	.657
	Wilks' Lambda	.343	332.046[b]	3.000	520.000	.000	.657
	Hotelling's Trace	1.916	332.046[b]	3.000	520.000	.000	.657
	Roy's Largest Root	1.916	332.046[b]	3.000	520.000	.000	.657
ที่อยู่	Pillai's Trace	.026	1.544	9.000	1566.000	.127	.009
	Wilks' Lambda	.974	1.546	9.000	1265.694	.127	.009
	Hotelling's Trace	.027	1.546	9.000	1556.000	.127	.009
	Roy's Largest Root	.020	3.463[c]	3.000	522.000	.016	.020

เครื่องมือที่ใช้	Pillai's Trace	.009	.805	6.000	1042.000	.566	.005
	Wilks' Lambda	.991	.805[b]	6.000	1040.000	.566	.005
	Hotelling's Trace	.009	.805	6.000	1038.000	.566	.005
	Roy's Largest Root	.009	1.549[c]	3.000	521.000	.201	.009
สถานที่ใช้	Pillai's Trace	.021	1.821	6.000	1042.000	.092	.010
	Wilks' Lambda	.979	1.820[b]	6.000	1040.000	.092	.010
	Hotelling's Trace	.021	1.818	6.000	1038.000	.092	.010
	Roy's Largest Root	.015	2.580[c]	3.000	521.000	.053	.015
ที่อยู่ * เครื่องมือที่ใช้ * สถานที่ใช้	Pillai's Trace	.112	1.064	57.000	1566.000	.349	.037
	Wilks' Lambda	.892	1.064	57.000	1551.299	.349	.037
	Hotelling's Trace	.117	1.064	57.000	1556.000	.349	.038
	Roy's Largest Root	.059	1.635[c]	19.000	522.000	.044	.056

a. Design: Intercept + ที่อยู่ + เครื่องมือที่ใช้ + สถานที่ใช้ + ที่อยู่ * เครื่องมือที่ใช้ * สถานที่ใช้

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

จากตารางที่ 6 การแปลผลจะอ่านค่า Pillai’s Trace แทนพบว่า ตัวแปรอิสระด้านที่อยู่อาศัย และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ด้านที่อยู่อาศัย และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต) โดยใช้วิธี

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
	วัตถุประสงค์	24.347[a]	26	.936	1.564	.039	.072
	แอปพลิเคชัน	34.324[b]	26	1.320	1.647	.024	.076

Corrected Model	กิจกรรม	28.451[c]	26	1.094	1.491	.058	.069
Intercept	วัตถุประสงค์	583.976	1	583.976	975.390	.000	.651
	แอปพลิเคชัน	554.556	1	554.556	691.802	.000	.570
	กิจกรรม	473.406	1	473.406	644.901	.000	.553
ที่อยู่	วัตถุประสงค์	.451	3	.150	.251	.860	.001
	แอปพลิเคชัน	4.930	3	1.643	2.050	.106	.012
	กิจกรรม	2.541	3	.847	1.154	.327	.007
เครื่องมือที่ใช้	วัตถุประสงค์	.279	2	.140	.233	.792	.001
	แอปพลิเคชัน	.603	2	.301	.376	.687	.001
	กิจกรรม	2.341	2	1.171	1.595	.204	.006
สถานที่ใช้	วัตถุประสงค์	3.613	2	1.806	3.017	.050	.011
	แอปพลิเคชัน	5.805	2	2.902	3.621	.027	.014
	กิจกรรม	4.987	2	2.493	3.397	.034	.013
ที่อยู่ * เครื่องมือที่ใช้ * สถานที่ใช้	วัตถุประสงค์	8.701	19	.458	.765	.750	.027
	แอปพลิเคชัน	12.708	19	.669	.834	.666	.029
	กิจกรรม	17.067	19	.898	1.224	.232	.043
Error	วัตถุประสงค์	312.527	522	.599			
	แอปพลิเคชัน	418.440	522	.802			
	กิจกรรม	383.187	522	.734			
Total	วัตถุประสงค์	6581.531	549				
	แอปพลิเคชัน	6046.400	549				
	กิจกรรม	4987.640	549				
Corrected Total	วัตถุประสงค์	336.873	548				
	แอปพลิเคชัน	452.765	548				
	กิจกรรม	411.638	548				

a. R Squared = .072 (Adjusted R Squared = .026)

b. R Squared = .076 (Adjusted R Squared = .030)

c. R Squared = .069 (Adjusted R Squared = .023)

จากตารางที่ 7 พบว่า ตัวแปรอิสระด้านที่อยู่อาศัยและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ โดยมีค่า R Squared .072 สำหรับด้านที่อยู่และด้านเครื่องมือที่ใช้ มีค่า R Squared .076 และด้านสถานที่ มีค่า R Squared.069

ตารางที่ 8 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ด้านวิธีการรับรู้ข่าวสาร) โดยวิธี Multivariate Tests[a]

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.	Partial Eta Squared
Intercept	Pillai's Trace	.798	692.573[b]	3.000	527.000	.000	.798
	Wilks' Lambda	.202	692.573[b]	3.000	527.000	.000	.798
	Hotelling's Trace	3.943	692.573[b]	3.000	527.000	.000	.798
	Roy's Largest Root	3.943	692.573[b]	3.000	527.000	.000	.798
วิธีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	Pillai's Trace	.070	3.150	12.000	1587.000	.000	.023
	Wilks' Lambda	.930	3.210	12.000	1394.602	.000	.024
	Hotelling's Trace	.074	3.262	12.000	1577.000	.000	.024
	Roy's Largest Root	.071	9.327[c]	4.000	529.000	.000	.066
เนื้อหาการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	Pillai's Trace	.055	2.480	12.000	1587.000	.003	.018
	Wilks' Lambda	.945	2.497	12.000	1394.602	.003	.019
	Hotelling's Trace	.057	2.511	12.000	1577.000	.003	.019
	Roy's Largest Root	.045	6.002[c]	4.000	529.000	.000	.043
วิธีรับข่าวสาร * เนื้อหาที่สนใจ	Pillai's Trace	.085	1.410	33.000	1587.000	.062	.028
	Wilks' Lambda	.916	1.414	33.000	1553.343	.061	.029
	Hotelling's Trace	.089	1.418	33.000	1577.000	.059	.029
	Roy's Largest Root	.055	2.627[c]	11.000	529.000	.003	.052

a. Design: Intercept + วิธีรับข่าวสาร + เนื้อหาที่สนใจ + วิธีรับข่าวสาร * เนื้อหาที่สนใจ

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

จากตารางที่ 8 การแปลผลจะอ่านค่า Pillai's Trace แทนพบว่า ตัวแปรอิสระด้านวิธีการรับรู้ข่าวสาร ไม่มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 9 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ด้านวิธีการรับรู้ข่าวสาร) โดยใช้วิธี Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	วัตถุประสงค์	38.240[a]	19	2.013	3.565	.000	.114
	แอปพลิเคชัน	64.681[b]	19	3.404	4.640	.000	.143
	กิจกรรม	44.741[c]	19	2.355	3.395	.000	.109
Intercept	วัตถุประสงค์	1142.749	1	1142.749	2024.266	.000	.793
	แอปพลิเคชัน	1055.106	1	1055.106	1438.224	.000	.731
	กิจกรรม	884.940	1	884.940	1275.926	.000	.707
วิธีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	วัตถุประสงค์	8.850	4	2.213	3.919	.004	.029
	แอปพลิเคชัน	23.757	4	5.939	8.096	.000	.058
	กิจกรรม	6.852	4	1.713	2.470	.044	.018
เนื้อหาการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	วัตถุประสงค์	6.793	4	1.698	3.008	.018	.022
	แอปพลิเคชัน	9.085	4	2.271	3.096	.015	.023
	กิจกรรม	16.393	4	4.098	5.909	.000	.043
วิธีรับข่าวสาร * เนื้อหาที่สนใจ	วัตถุประสงค์	12.912	11	1.174	2.079	.020	.041
	แอปพลิเคชัน	10.072	11	.916	1.248	.252	.025
	กิจกรรม	5.619	11	.511	.737	.704	.015
Error	วัตถุประสงค์	298.634	529	.565			
	แอปพลิเคชัน	388.083	529	.734			
	กิจกรรมที่	366.897	529	.694			

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
	วัตถุประสงค์	6581.531	549				
	แอปพลิเคชัน	6046.400	549				
Total	กิจกรรมที่	4987.640	549				
	วัตถุประสงค์	336.873	548				
Corrected	แอปพลิเคชัน	452.765	548				
Total	กิจกรรม	411.638	548				

a. R Squared = .114 (Adjusted R Squared = .082)

b. R Squared = .143 (Adjusted R Squared = .112)

c. R Squared = .109 (Adjusted R Squared = .077)

จากตารางที่ 9 พบว่า ตัวแปรอิสระด้านวิธีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ โดยมีค่า R Squared .114 สำหรับด้านวิธีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและด้านเนื้อหาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีค่า R Squared .143 และด้านกิจกรรม มีค่า R Squared.109

สรุปผลการวิจัย

1. วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้ ผู้สูงอายุมีการเข้าถึงและการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น แบ่งตามความหลากหลายของวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกัน ด้านต่าง ๆ 7 ด้าน พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้ด้านต่างเรียงตามลำดับดังนี้ เพื่อค้นหาข้อมูลค่าเฉลี่ย 3.87 อยู่ในระดับมากของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือการใช้เพื่อการอ่านข่าวสารประจำวันค่าเฉลี่ย 3.84 อยู่ในระดับมาก ต่อมาคือการใช้เพื่อการสื่อสารระหว่างเพื่อนฝูงค่าเฉลี่ย 3.58 อยู่ในระดับมาก การใช้เพื่อเพื่อความบันเทิงค่าเฉลี่ย 3.39 อยู่ในระดับปานกลาง การใช้เพื่อเพื่อการทำงาน/ธุรกิจ ค่าเฉลี่ย 3.27 อยู่ในระดับปานกลาง การใช้เพื่อเพื่อทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ค่าเฉลี่ย 2.98 อยู่ในระดับปานกลาง และที่น้อยที่สุดคือการใช้เพื่อเผยแพร่ตัวตนหรือผลงานตนเอง ค่าเฉลี่ย 2.68 อยู่ในระดับปานกลาง

2. แอปพลิเคชันที่เลือกใช้ ผู้สูงอายุมีการเข้าถึงและการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น แบ่งตามความหลากหลายของแอปพลิเคชันในการใช้งานที่แตกต่างกัน ด้านต่าง ๆ 5 ด้าน พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่เลือกใช้แอปพลิเคชัน Line ค่าเฉลี่ย 3.94 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเลือกใช้แอปพลิเคชัน Facebook ค่าเฉลี่ย 3.85 อยู่ใน

ระดับมาก ต่อมาคือ Facebook Messenger ค่าเฉลี่ย 3.09อยู่ในระปานกลาง แอปพลิเคชัน Mobile Banking ค่าเฉลี่ย 2.84อยู่ในระดับปานกลาง และที่น้อยที่สุดเลือกใช้แอปพลิเคชัน LAZADA/Shopee ค่าเฉลี่ย 2.25 อยู่ในระดับน้อย

3. กิจกรรมที่เลือกใช้ ผู้สูงอายุมีการเข้าถึงและการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น แบ่งตามความหลากหลายของกิจกรรมในการใช้งานที่แตกต่างกันนอกจากจะทำหน้าที่ในบทบาทการเป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้สูงอายุแล้ว ยังคงเป็นเสมือนแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์ในการดำเนินชีวิต 5 ด้านดังนี้คือ

พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่เลือกใช้กิจกรรม ส่งข้อความแชท ค่าเฉลี่ย 3.68 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเลือกใช้กิจกรรม ดูวิดีโอ ค่าเฉลี่ย 3.31 อยู่ในระดับปานกลาง ต่อมาเลือกใช้กิจกรรม Mobile Banking ค่าเฉลี่ย 2.68 อยู่ในระดับปานกลาง เลือกใช้กิจกรรม Mobile Map ค้นหาสถานที่ ค่าเฉลี่ย 2.63 อยู่ในระดับปานกลาง และที่น้อยที่สุดเลือกใช้กิจกรรม เล่นเกม ค่าเฉลี่ย 2.14 อยู่ในระดับน้อย

ในส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ประเภทการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และเนื้อหาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้สูงอายุมีการเข้าถึงและการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้สูงอายุได้รับข้อมูลที่มีเนื้อหาหลากหลาย โดยเนื้อหาเหล่านี้แตกต่างกันออกไป โดยส่วนใหญ่เป็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อออนไลน์ผ่าน Facebook ยังรวมถึงความรู้สึกนั้นจะส่งผลไปถึงความรู้สึกต่อตัวผู้ส่งข้อมูล มาด้วย เช่น เนื้อหาข่าวสารสังคม การเมือง เศรษฐกิจ ทำให้รู้เท่าทันเหตุการณ์บ้านเมือง และยังพิจารณาเลือกเพื่อส่งต่อให้กับกลุ่มคนที่น่าจะชื่นชอบเนื้อหาประเภทนี้อีกด้วย ผู้สูงอายุจึงรู้สึกว่าการใช้งานจากเครือข่ายสังคมออนไลน์มีประโยชน์กับตนเอง เพราะมีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัด และเป็นเครื่องมือให้ข้อมูลความรู้ที่เป็นประโยชน์

การอภิปรายผล

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีเห็นว่า ผู้สูงอายุควรมีโอกาสได้ศึกษาเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเฉพาะปัจจุบันสื่อเทคโนโลยีมีความก้าวหน้า ทันสมัย และเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ฉะนั้น ผู้สูงอายุในช่วงวัยต่างๆ จำเป็นต้องเรียนรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีเพื่อให้สามารถใช้ชีวิตในโลกสังคมออนไลน์ได้อย่างมีคุณภาพและมีความสุขสอดคล้องกับ สมาน ลอยฟ้า (2554) ที่ศึกษาพบว่าผู้สูงอายุที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีให้หลากหลายมากขึ้น

ผลการศึกษาพฤติกรรมการเข้าถึงและการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการเข้าถึงและนิยมใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านต่าง ๆ เพื่อการติดต่อสื่อสารและการค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสาร ซึ่งในปัจจุบันผู้สูงอายุใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น และกลุ่มผู้สูงอายุมีการเข้าถึงการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์และนิยมใช้งานตามความสนใจที่ต่างกันว่าผู้สูงอายุมีหลายวัตถุประสงค์ที่ใช้ค้นคว้าหาความรู้ไม่ใช่ไว้แต่การติดต่อสื่อสารอย่างเดียว แต่ยังใช้ในด้านค้นหาข้อมูล ความบันเทิง การทำงาน/ธุรกิจ การอ่านข่าวสาร ทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ การสื่อสารระหว่างเพื่อนและการเผยแพร่ตัวตน จึงทำให้ผู้สูงอายุมีความสะดวกสบาย รวมถึงการสั่งซื้อของออนไลน์ในปัจจุบันสามารถทำได้โดยง่ายมากขึ้น ประเด็นเรื่องเนื้อหาและความรู้สึก ที่มีต่อเนื้อหาที่เปิดรับผ่านแอพพลิเคชัน เช่น Line, Facebook, Facebook Messenger YouTube Google เนื้อหาที่กลุ่มผู้สูงอายุได้รับผ่านแอปพลิเคชันหลากหลายรูปแบบ เช่น การรับรู้ข้อมูลข่าวสารธุรกิจ สุขภาพ การพัฒนาอาชีพ ดูหนังฟังเพลง และสังคม การเมือง เศรษฐกิจ ความรู้สึกสำหรับการรับรู้รูปแบบต่าง ๆ ที่ส่งผลกับความรู้สึก ทั้งในด้านที่ดึงดูดความสนใจน่าเปิดดู ซึ่งจะส่งผลกระทบไปถึงความรู้สึกต่อคนที่ส่งเนื้อหานั้น ๆ มาด้วย ซึ่งจะเป็นไปตามแนวคิดเรื่องเนื้อหาที่มีคุณค่า (Value Content) (Jefferson & Tanton, 2015) ซึ่งจะต้องมีประโยชน์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สร้างความรู้สึกหรือแรงบันดาลใจอย่างถูกต้องและเหมาะสมกับจังหวะช่วงเวลานั้น ๆ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นการบำบัดจิตใจของผู้สูงอายุทำให้สภาพจิตใจของผู้สูงอายุนั้นดียิ่งขึ้น ช่วยให้ผู้สูงอายุมีความสุขและไม่รู้สึกโดดเดี่ยว และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการรับข้อมูลข่าวสารโดยจะติดตามข่าวสารจากเทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ที่มากขึ้น (นิด้าโพลและศูนย์วิจัยสังคมสูงอายุ สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์ (นิด้า), 2560)

ข้อเสนอแนะ

1. ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (ธุรกิจ) สามารถนำผลเกี่ยวกับการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุของกลุ่มผู้สูงอายุ ไปใช้ในการวางแผนการขยายตลาดในการขายสินค้า และบริการมากขึ้นผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้

2. ภาครัฐควรกำหนดนโยบายที่นำไปสู่การเกิดผลที่เป็นรูปธรรม เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุทั้งในเขตชุมชนเมืองและนอกชุมชนเมือง ได้มีโอกาสใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตอย่างทั่วถึง ทำให้สามารถเรียนรู้ด้วยตนเองและเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิตของผู้สูงอายุ และเป็นการลด ความเหลื่อมล้ำ อีกทั้งเป็นการกระตุ้นให้ผู้สูงอายุได้เข้าถึง การใช้คอมพิวเตอร์ได้สะดวกสบายยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาในครั้งนี้สามารถประสบผลสำเร็จได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก ผศ.ดร.ธันย์พัทธ์ ใคร้วานิช อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้ให้คำเสนอแนะ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ มาโดยตลอด ผู้ศึกษางานวิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

เอกสารอ้างอิง

นิด้าโพลและศูนย์วิจัยสังคมสูงอายุ สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์ (นิด้า). (2560). **ผู้สูงอายุไทยกับการใช้เวลาว่าง.**สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2562, จาก http://nidapoll.nida.ac.th

พัชรภรณ์ ไกรชุมพล. (2555). **ทัศนคติและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียง: กรณีศึกษายูทูบ (YouTube).** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มูลนิธิพัฒนาผู้สูงอายุ. (2558). **สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society).** สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2562 จาก kdsdhttps://fopdev.or.th

สมาน ลอยฟ้า. (2554). ผู้สูงอายุกับเทคโนโลยีสารสนเทศ. **วารสารสารสนเทศศาสตร์. 29**(2), 53-64.

Jefferson, S., & Tanton, S. (2015). **Valuable content marketing how to make quality content your key to success.** London: Kogan Page.

Nations, D. (2017). **What is Social Media? Explaining the Big Trend**. Retrieved 30 October, 2019, from https://www.lifewire.com/what-is-social-media-explaining-the-big-trend-3486616

Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S. (2001). **Using multivariate analysis**. New York: Harper Collins.

เศรษฐกิจผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล
Silver Economy in Digital Era

อารียา ศรีแจ่ม[1] สุธาสินี ไคร้วานิช[2] ธันย์พัทธ์ ไคร้วานิช[3]
Areeya Srijam[1] Suthasinee Kraiwanich[2] Tanpat Kraiwanit [3]
สถาบันเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
Institute of Economics, Rangsit University
[1]อีเมล์ : areeya.s60@rsu.ac.th
[3]อีเมล์ : tanpat.k@rsu.ac.th

พิชยพันธุ์ ชาญภูมิดล[4]
Pitchayapun Chanphumidol[4]
สถาบันจีน-ไทย มหาวิทยาลัยรังสิต
Chinese-Thai Institute of Rangsit University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุในวัยเกษียณและหาคำนิยามของการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในเศรษฐกิจสีเงิน มีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้สูงอายุในวัย 55-60 ปีขึ้นไป จำนวน 18 คน ผลการวิจัยชี้ว่าการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในเศรษฐกิจสีเงินแบบไม่เป็นตัวเงิน ได้แก่ ผู้สูงอายุที่พึ่งพาตนเองได้ ผู้สูงอายุที่แข็งแรงมีสุขภาพที่ดี และการมีส่วนร่วมในชุมชนของผู้สูงอายุ ในขณะที่การมีส่วนร่วมแบบเป็นตัวเงิน คือ ผู้สูงอายุที่มีความรู้และทักษะ ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยลดภาระให้ภาครัฐและเป็นการส่งเสริมความสุขให้ผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล ดังนั้นรัฐควรมีนโยบายขยายอายุเกษียณสนับสนุนให้บริษัทจ้างงานผู้สูงอายุเพิ่มทักษะการทำงาน และสร้างแรงจูงใจแก่แรงงาน

คำสำคัญ: เศรษฐกิจผู้สูงอายุ วัยเกษียณ ยุคดิจิทัล

Abstract

This qualitative research aims to explore the needs of retired elderlies and to define the meaning of participation in Silver economy. The data were gathered by in-depth interview through a group of 18 retired elderlies with the age between 55-60 years old. The findings reveal that in-kind participation in Silver economy includes dependent elderly, healthy

elderly, and participation in social activities of elderly, while in-cash one is skillful elderly. It could be concluded that these factors might decrease the public and customer expenditures and they are probably enhancing the happiness among seniors in the digital era.Thus the government should create policies regarding extension of retirement age, elder recruitment, improvement of skills among the elderly, and increase of employee motivation.

Keywords: silver economy, retirement age, digital era

บทนำ

"ผู้สูงอายุ" ในคำนิยามขององค์การสหประชาชาติ คือ ประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยนับตั้งแต่อายุเกิด ส่วนประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีการนิยามผู้สูงอายุต่างกัน ทั้งนิยามตามอายุเกิด ตามสังคมวัฒนธรรม และสภาพร่างกาย ยกตัวอย่าง ในประเทศที่พัฒนาแล้วผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป หรือบางประเทศอาจนิยามผู้สูงอายุตามอายุเกษียณงาน (อายุ 50 หรือ 60 หรือ 65 ปี) หรือนิยามตามสภาพของร่างกาย (รติมา คชนันท์, 2561) และ "สังคมผู้สูงอายุ" ตามคำนิยามขององค์การสหประชาชาติ หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรรวม ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 แล้ว และในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมสูงอายุระดับสมบูรณ์ ซึ่งเป็นสังคมที่มีผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ และในปี พ.ศ.2574 คาดการณ์ว่าประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุระดับสูงสุด กล่าวคือการมีผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งประเทศ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562) จากรายงานของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (2560) ในปี พ.ศ. 2560 ผู้สูงอายุของประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 10,225,322 คน เนื่องมาจากความก้าวหน้าทางด้านการแพทย์และสาธารณสุข นโยบายด้านประชากรและการวางแผนครอบครัว รวมทั้งความก้าวหน้าในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยส่งผลให้ประชากรในประเทศมีความรู้ด้านการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นประชากรจึงมีอายุที่ยืนยาวขึ้น (ภัทริกา วงศ์อนันต์นนท์ และสรานันทน์ อนุชน, 2561)

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุได้ส่งผลกระทบให้เกิดปัญหาดังนี้ ปัญหาแรก คือ ภาระงบประมาณของประเทศ รัฐจะต้องนำเงินภาษีของประชาชนวัยทำงานไปใช้จัดสรรเป็นสวัสดิการดูแลผู้สูงอายุยิ่งสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้น รัฐบาลก็จะยิ่งต้องใช้งบประมาณมากขึ้นในการดูแลมากขึ้น จนอาจกระทบต่อเสถียรภาพทางการคลังในระยะยาวของประเทศ ยกตัวอย่าง "เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ" ที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จากปี 2545 มีวงเงินอยู่ที่ 1,438 ล้านบาท โดยในปี 2555 เพิ่มภาระการคลังเป็น 53,608 ล้านบาท ดังนั้น ภาครัฐจึงควรต้องมีการบริหารจัดการเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาต่อเสถียรภาพทางการคลังในระยะต่อไป ปัญหาที่สอง คือ แรงงานนอกระบบมีการออมน้อยมาก จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ ชี้ให้เห็นว่า จากวัยแรงงานทั้งหมด 49 ล้านคน มีผู้ที่มีงานทำ 38 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นแรงงานในระบบ 14 ล้านคน และ

แรงงานนอกระบบที่ไม่มีรายได้ประจำ 24 ล้านคน ซึ่งกรณีแรงงานในระบบจะมีการดูแลสวัสดิการของแต่ละกลุ่ม เช่น ข้าราชการก็มีกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) พนักงานเอกชนก็จะมีกองทุนประกันสังคมดูแล เป็นต้น ส่วนแรงงานนอกระบบตอนนี้มีช่องทางกองทุนประกันสังคมมาตรา 40 กล่าวคือ จากจำนวนแรงงานนอกระบบที่อยู่ในระบบการคุ้มครองของประกันสังคมตามมาตรา 40 จะมีจำนวนเพียง 1.3 ล้านคน หรือแค่ 5% แต่มีอีกถึง 22.7 ล้านคน หรือ 95% ที่รัฐจะต้องส่งเสริมให้คนกลุ่มนี้เข้ามาอยู่ในระบบประกันสังคม และต้องส่งเสริมให้มีการออมอย่างต่อเนื่อง ปัญหาที่สาม คือ รายได้หลังเกษียณไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ จากผลศึกษาพบว่ามีเพียงกลุ่มข้าราชการที่มีรายได้เพียงพอจากเงินบำนาญอยู่ที่ 50% - 70% ส่วนแรงงานในระบบประกันสังคมจะมีรายได้หลังเกษียณอยู่ที่ 38 %- 40% ของเงินเดือนสุดท้าย ขณะที่แรงงานนอกระบบที่อยู่ในระบบประกันสังคมจะได้รับแค่เงินก้อนเป็นเงินบำเหน็จ ทำให้กลุ่มนี้มี “ความเสี่ยง” มากกว่ากลุ่มอื่นที่อาจมีคุณภาพชีวิตแย่ลงหลังเกษียณ (ประชาชาติธุรกิจ, 2556)

เนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากรวัยแรงงานกล่าวคือ เมื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจะเป็นการลดอัตราส่วนแรงงานต่อประชากรในประเทศ (จารีย์ ปิ่นทอง, ธนภรณ์ จิตตินันท์, ประภัสสร แสวงสุขสันต์ และณัคนางค์ กุลนาถศิริ, 2561) จึงนำไปสู่ความท้าทายของทั้งภาครัฐและเอกชนในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยจะต้องมีการเตรียมพร้อมให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ของตลาดแรงงาน ควรมีการหาแนวทางในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีความเหมาะสมในการจัดการแรงงาน โดยเฉพาะการจัดการกับแรงงานผู้สูงอายุเพื่อความมั่นขององค์กรและเศรษฐกิจของประเทศ (Ruta & Rasa, 2014) โดยทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาจมีการกำหนดนโยบายการจัดการสังคมผู้สูงอายุทั้งในมิติเศรษฐกิจและสังคม นโยบายแรงงาน การศึกษา สาธารณสุขอันนำไปสู่การเรียนรู้ตลอดชีวิต ทำให้ผู้สูงอายุมีความรู้มีทักษะและนำไปสู่การขยายอายุเกษียณเพื่อให้ผู้สูงอายุพึ่งพาตนเอง ซึ่งเป็นการสร้างบทบาทของผู้สูงอายุต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจผ่านการลงทุนในทุนมนุษย์ กล่าวได้ว่า การจ้างงานผู้สูงอายุจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่เป็นประโยชน์กับสังคมไทยโดยรวม ซึ่งหากผู้สูงอายุมีงานทำก็จะก่อให้เกิดรายได้ ทำให้มีคุณภาพชีวิตเหมาะสมตามวัย องค์กรได้ผู้สูงอายุที่มีประสิทธิภาพมาใช้เพื่อคงความได้เปรียบในการแข่งขัน แล้วยังเป็นการช่วยให้รัฐบาลไม่ต้องรับภาระในการอุดหนุนผู้สูงอายุมากเกินไป จึงทำให้สามารถจัดสรรงบประมาณเพื่อกิจการอื่น ๆ ได้มากขึ้น (พรรัตน์ แสดงหาญ, 2558)

ในภาษาอังกฤษมีการใช้คำว่า “Silver Economy” หรือแปลตรงตัวว่า “เศรษฐกิจสีเงิน” ซึ่งหมายถึงเศรษฐกิจผู้สูงอายุ โดยเศรษฐกิจผู้สูงอายุ คือโอกาสทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้จ่ายของทั้งทางภาครัฐและผู้บริโภคโดยทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นสำหรับผู้สูงวัยที่มีอายุ 50 ปขึ้นไป ทั้งผลิตภัณฑ์ บริการ รวมถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ (European Commission, 2015) โดยในการศึกษาครั้งนี้จะแบ่งการเข้าร่วม Silver Economy ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ (1) การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่เป็นตัวเงิน (In Cash) ได้แก่ รายได้ประจำ บำเหน็จบำนาญ (พนักงานราชการ) เงินออม ดอกเบี้ยเงิน ชดเชย กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ หรือผู้สูงอายุในบางกลุ่มมีความรู้ และ ภูมิหลังทางอาชีพที่ดีจะมีโอกาสใน

การประกอบอาชีพในยุคดิจิทัลได้ เช่น ขับรถแท็กซี (Taxi) แกร็บคาร์ (Grabcar) เทคมีทัวร์ (Take Me Tour) เป็นต้นและ (2) การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่ไม่เป็นตัวเงิน (In Kind) ได้แก่ สุขภาพ ความสุข สังคม เช่น การออกกำลังกาย เดิน วิ่ง ปั่นจักยาน การเข้าร่วมกิจกรรมกับครอบครัวหรือชุมชน เป็นต้น เป็นต้น

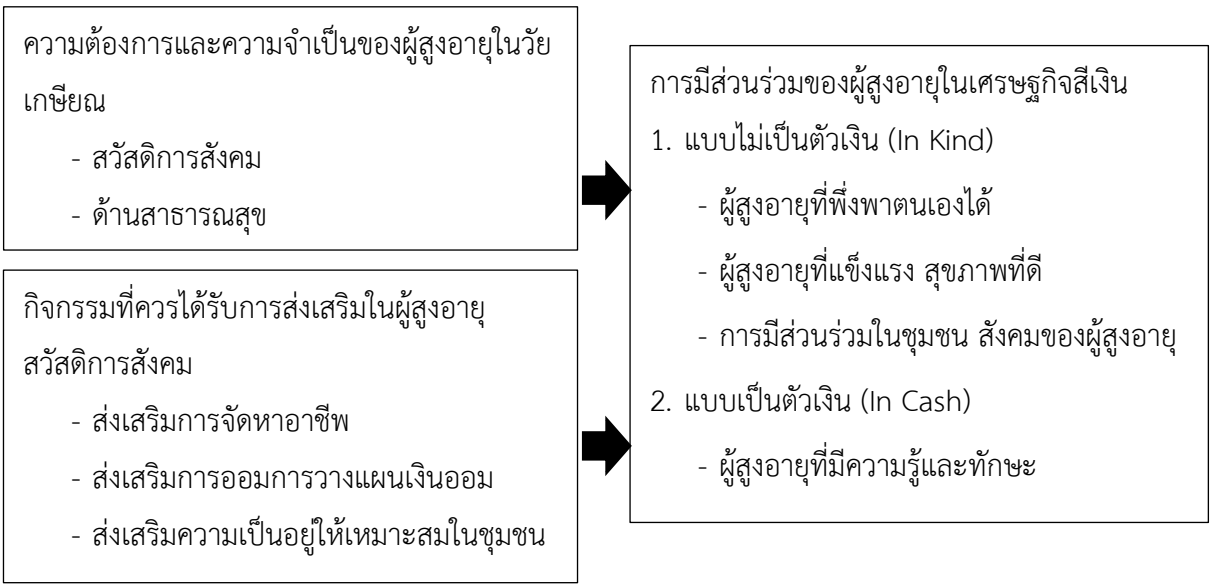
การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจตามแบบจำลองของ Lucas ซึ่งให้คำจำกัดความของทุนมนุษย์ว่า เป็นความรู้และความเชี่ยวชาญของแรงงาน ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าทุนมนุษย์เป็นปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่งที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยแรงงานสามารถเลือกได้ว่าจะเรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะของตนหรือเลือกที่จะใช้ความรู้และทักษะที่มีทำงานเลยจากการศึกษาของ Lucas ได้จำแนกเทคโนโลยีของแต่ละประเทศเป็นสองประเภท คือ อย่างแรกเป็นเทคโนโลยีบริสุทธ์ (Pure Technology) ซึ่งทุกประเทศมีเหมือนกัน อย่างที่สองเป็นเทคโนโลยีที่เป็นผลมาจากทุนมนุษย์ (Human Capital) ของแต่ละประเทศ ดังนั้นจึงสามารถอธิบายความแตกต่างของอัตราการการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศได้ แม้ว่าประเทศเหล่านั้นจะมีเทคโนโลยีระดับเดียวกัน ทั้งนี้ความแตกต่างนี้เป็นผลมาจากการผลิตของหน่วยผลิตที่ไม่ได้ขึ้นกับระดับการใช้เทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวแต่ยังขึ้นกับระดับทุนมนุษย์โดยเฉลี่ยต่อหัวของประเทศด้วย เนื่องจากประเทศไทยมีการสะสมทั้งทุนกายภาพและทุนมนุษย์ โดยรัฐพยายามส่งเสริมการสะสมทุนมนุษย์โดยสนับสนุนให้แรงงานมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต จึงเกิดเป็นผู้สูงอายุที่มากด้วยความรู้และทักษะ นอกจากนี้ยังมีนโยบายการขยายอายุเกษียณเพื่อให้ผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองได้ รวมทั้งส่งเสริมการดูแลรักษาสุขภาพซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพตามวัยที่ดี มีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในระดับชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งนโยบายเหล่านี้จะทำให้สามารถลดภาระทางด้านการคลังได้ (ศิวลาภ สุขไพบูลย์วัฒน์, 2560)

ชลัยพร อมรวัฒนา, ไพศาล เล็กอุทัย, และสุกัญญา โฆวิไลกูล (2551) ได้ศึกษาวิจัยแนวทางและมาตรการส่งเสริมการมีงานทำในผู้สูงอายุ ภายใต้โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ไปสู่การปฏิบัติ โดยคณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางและมาตรการเพื่อส่งเสริมการมีงานทำในผู้สูงอายุ ซึ่งสรุปได้ว่าการจัดทำข้อมูลผู้สูงอายุเป็นมาตรการเร่งด่วนที่มีความจำเป็นต่อการวางแผนกำหนดนโยบายการส่งเสริมการจ้างงานผู้สูงอายุที่มีประสิทธิภาพต่อไป การทบทวนเกณฑ์การเกษียณอายุ โดยขยายเกณฑ์อายุเกษียณตามความสมัครใจ และกำหนดระยะเวลาการขยายเกณฑ์อายุเกษียณเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ นอกจากนี้การกำหนดลักษณะประเภทของงานและอัตราค่าจ้างที่เหมาะสม เป็นมาตรการที่ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการทบทวนเกณฑ์การเกษียณอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นผู้ที่มีความพร้อมในการทำงานน้อยกว่าแรงงานปกติ ทั้งด้านสุขภาพร่างกายการเพิ่มโอกาสในการทำงานแก่ผู้สูงอายุ เป็นมาตรการเสริมเพื่อสร้างช่องทางในการเข้ามามีส่วนร่วมในตลาดแรงงานของผู้สูงอายุ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาความต้องการและความจำเป็นของผู้สูงอายุในวัยเกษียณ
2. หาคำนิยามของการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในเศรษฐกิจสีเงิน (Silver Economy)

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดงานวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรเป้าหมายสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณที่มีอายุ 55-60 ปีขึ้นไป จำนวน 18 คน

ขอบเขตการวิจัย การศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อศึกษาแนวทางในผู้สูงอายุ 55-60 ปีขึ้นไป ในการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยผู้สูงอายุโดยมีความสอดคล้องกับผู้สูงอายุยังมีศักยภาพ สุขภาพร่างกายและจิตใจ ว่าเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพในการทำงานและพึ่งพาตนเองได้เป็นผู้สูงอายุก้าวทันโลกเทคโนโลยี เมื่อเข้าสู่สังคมสูงอายุในยุคดิจิทัล รูปแบบการใช้ชีวิตต้องพลิกโฉมให้สมดุลจึงจะดึงศักยภาพในตัวเพื่อการดำเนินชีวิตการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ผู้สูงอายุยังมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงหลังวัยเกษียณ

การสร้างเครื่องมือ

1. การกำหนดประเด็นที่ใช้สำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล จะเป็นการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุทั่วไปในกลุ่มเล็ก ๆ ประมาณ 1-4 คน จำนวน 18 คน เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่จะใช้สร้างแบบสอบถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-Depth Interview) โดยแบ่งออกเป็น 2 รอบ รอบแรกเป็นการสัมภาษณ์เพื่อกำหนดขอบเขตของคำถามเกี่ยวกับความต้องการและความจำเป็นของผู้สูงอายุในวัยเกษียณรวมทั้งการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในเศรษฐกิจสีเงิน (Silver Economy) จากนั้นจึงทำการรวบรวมข้อมูล แล้วนำข้อมูลมาจัดเป็นประเด็นต่าง ๆ แล้วจึงนำประเด็นเหล่านั้นไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเดิมอีกในรอบที่สอง เพื่อเป็นการตรวจสอบว่าประเด็นที่ได้นั้นครอบคลุมขอบเขตการศึกษาหรือไม่ จากนั้นจึงนำข้อสรุปที่ได้ไปสร้างแบบสอบถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคลต่อไป

2. In-Depth Interview เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล คือ การซักถามหรือพูดคุยกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้ได้คำตอบที่ละเอียดถี่ถ้วนในหัวข้อเฉพาะที่ต้องการ อีกทั้งยังเป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรง ทำให้หากมีความเข้าใจผิดก็สามารถแก้ไขได้ทันที สามารถดัดแปลงและแก้ไขคำถามเพื่อให้ผู้ตอบจะเข้าใจคำถามได้ ซึ่งในการสัมภาษณ์รูปแบบนี้จำเป็นต้องอาศัยความไว้ใจจึงจะได้ข้อมูลที่ถูกต้องและต้องระวังไม่ใส่ความคิดของผู้สัมภาษณ์ลงไปในความคิดของผู้ถูกสัมภาษณ์ (วาสนา สุรีย์เดชะกุล, 2556) โดยขั้นตอนการสัมภาษณ์ ดำเนินการได้ ดังนี้

2.1 นำข้อสรุปที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างข้างต้นมาสร้างแบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้างโดยพิจารณาจากประเภทและปัจจัยที่อาจจะมีผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถให้ข้อมูลที่เป็นจริง

2.2 เลือกผู้สูงอายุ 18 คน มาตอบแบบสอบถามเชิงลึกที่สร้างขึ้น โดยคำนึงถึงความรู้ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลที่แท้จริงจากประสบการณ์เป็นหลัก อีกทั้งผู้ให้ข้อมูลต้องมีความเต็มใจ ตั้งใจ และมั่นใจในการให้ความร่วมมือกับงานวิจัยโดยตลอดรวมทั้งยินยอมสละเวลาส่วนตัวเพื่อให้ข้อมูล

ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มประชากรผู้สูงวัยเกี่ยวกับความต้องการและความจำของผู้สูงอายุในวัยเกษียณ พร้อมทั้งการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในเศรษฐกิจสีเงิน (Silver Economy) สามารถสรุปออกมาได้ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในเศรษฐกิจสีเงิน (Silver Economy)

1.1 แบบไม่เป็นตัวเงิน (In Kind)

1) ผู้สูงอายุที่พึ่งพาตนเองได้- กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดนี้เป็นผู้สูงอายุที่มีการปฏิบัติหรือการกระทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันด้วยตนเองได้ โดยเกินกว่าครึ่งเป็นผู้ที่มีความใส่ใจดูแลตนเอง พร้อมทั้งมีการป้องกันการเจ็บป่วยจากโรคภัยต่าง ๆ เพื่อให้ตนเองมีสุขภาพที่ดี รวมทั้งสามารถสร้างสังคมในการพึ่งพาช่วยเหลือดูแลครอบครัวและชุมชนร่วมด้วยโดยส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าความสุขของผู้สูงวัยเกิดจากการพึ่งพาตนเองได้ การเสริมสร้างพลังทางสุขภาพ และความรอบรู้ทางสุขภาพ รวมทั้งการใช้ทักษะการพึ่งพาตนเองทางด้านต่าง ๆ มีความสามารถในการใช้ความคิดความเข้าใจแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง โดยไม่ให้เป็นปัญหาหรือภาระแก่ผู้อื่น การสามารถเดินทางออกไปท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ผู้สูงอายุส่วนมากยังมีความสุขจากการทำสิ่งที่ได้ทำ มีอิสระในการได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถทำเพื่อให้ไม่ว่างหรือเหงาผู้สูงอายุบางท่านยังทำงานหลังเกษียณ และบางท่านทำงานอดิเรกที่ตนเองสนใจ

2) สูงอายุที่แข็งแรง สุขภาพที่ดี - กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ลงความเห็นว่าการดูแลสุขภาพออกกำลังกายเบา ๆ ยามเช้า หรือออกกำลังด้วยการปลูกผักปลูกต้นไม้ ทำสวน วิ่ง ปั่นจักรยาน หรือเดินเพื่อมีสุขภาพที่ดี จะทำให้สุขภาพดี ผู้สูงอายุส่วนมากมีการหมั่นดูแลสุขภาพให้ไม่มีโรคภัยต่าง ๆ และรู้จักปรับตัวด้านสุขภาพ ดังนั้นส่วนใหญ่จึงลงความเห็นว่าต้องรู้จักการดูแลตัวเองก่อนที่จะไปพึ่งพาหมอ โรงพยาบาล พร้อมด้วยฝึกการมีจิตใจดี อารมณ์ดี ไม่เครียด และสนับสนุนให้ผู้สูงอายุออกกำลังกาย และส่งเสริมอารมณ์ให้ความรู้ การออกกำลังกายให้เหมาะสมกับวัย รวมทั้งแนะนำเรื่องอาหารการกินให้เหมาะสม

3) การมีส่วนร่วมในชุมชน สังคมของผู้สูงอายุ - ผู้สูงอายุกว่าครึ่งมีส่วนร่วมกับชุมชน คือ ผู้สูงอายุมีบทบาทร่วมรับผิดชอบหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม เช่น การไปทำบุญที่วัดทุกวันพระ หรือร่วมกิจกรรมงานโรงเรียนเป็นครั้งคราว การมีส่วนร่วมในกิจกรรมจะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของผู้สูงอายุหรือชุมชนในด้านภูมิปัญญา ทักษะ ความรู้ ความสามารถ การจัดการ และทำให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ช่วยให้ผู้สูงอายุได้ติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และยังรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าเป็นที่ยอมรับของคนในครอบครัว ชุมชน และสังคม เช่น งานอาสาสมัครต่าง ๆ

1.2 แบบเป็นตัวเงิน (In Cash)

ในที่นี้ได้จัดให้ผู้สูงอายุที่มีทักษะอยู่ในกลุ่มนี้ โดยผู้สูงอายุบางคนที่มีความรู้และทักษะอาจได้รับเชิญไปแนะนำด้านการสอนบ้าง บางคนสามารถนำทักษะที่มีจากการทำงานและเพิ่มจากการศึกษาเพิ่มเติมมาพัฒนางานอดิเรกที่ทำหลังเกษียณ หรือบางคนกลับเข้ามาทำงานด้านบริหาร ช่วยสอนงานให้กับคนรุ่นหลัง และยังคงทำงานเหมือนปกติ เพียงแค่ลดหน้าที่ และวัน ในการทำงานลงมา ซึ่งปัจจุบันสถานศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ส่งเสริมกิจกรรมทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะชีวิตที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ตลอดจนการเรียนรู้ให้เท่าทัน เพื่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่ให้สามารถดำเนินชีวิตในสังคมได้ รวมถึงมีบริษัท ห้าง ที่เปิดรับให้ผู้สูงอายุได้กลับไปทำงาน ไม่จำเป็นต้องคิดว่าหลังเกษียณอายุแล้วจะไปอยู่ที่ไหน แล้วจะไปเป็นภาระบุตรหลานที่ต้องดูแล

2. ความต้องการและความจำเป็นของผู้สูงอายุในวัยเกษียณ

2.1 สวัสดิการสังคม - กลุ่มผู้สูงอายุให้ความเห็นว่าการจัดโครงการเพื่อสุขภาพต้องให้ความสำคัญกับประสบการณ์ผู้สูงอายุ เช่น น่าจะมีการหักประกันสังคมให้มากกว่านี้การรักษาพยาบาลควรได้เหมือนข้าราชการของรัฐ ต้องได้รับการดูแลรักษาพยาบาลจากประกันสังคม (หน่วยงานรัฐ) โดยกลุ่มผู้สูงอายุอยากให้มีสวัสดิการหรือมีบำนาญต่อไปเรื่อย ๆ แต่ก็ไม่อยากพึ่งพาจากรัฐมากเกินไป เพราะต้องวางแผนก่อนที่จะไปเป็นภาระ นอกจากนี้ผู้สูงอายุยังต้องการความช่วยเหลือจากทางรัฐบาลและยังต้องพึ่งรัฐอยู่ โดยจากการสำรวจพบว่าประเด็นปัญหาด้านสุขภาพในผู้สูงอายุที่พบบ่อย คือ โรคเรื้อรัง เบาหวาน ความดัน จึงยังต้องใช้งบประมาณด้านสุขภาพสูง

2.2 ด้านสาธารณสุข - ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับบริการด้านการสาธารณะสุขและโรงพยาบาล โดยชี้ให้เห็นว่าการใช้บริการในโรงพยาบาลรัฐต้องรอคิวนานกว่าจะได้รับการตรวจรักษา และการบริการสำหรับสถานที่ในการนอนของผู้ป่วยที่ยังมีความแออัด ไม่สะดวกสบาย ดังนั้น จึงควรจัดหน่วยงานให้บริการคำปรึกษาแนะนำ ช่วยเหลือ และเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุ เช่น การดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจและรณรงค์ให้จัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอนามัย เช่น การตรวจสุขภาพ การออกกำลังกายบริการดูแลผู้สูงอายุ มีการแนะนำการดูแลผู้สูงอายุที่เป็นโรคต่าง ๆ ให้เหมาะสมถูกหลัก

3. กิจกรรมที่ควรได้รับการส่งเสริมในผู้สูงอายุ

3.1 ส่งเสริมการจัดหาอาชีพ- การจัดหาอาชีพให้ผู้สูงอายุสำหรับผู้ที่ปลดเกษียณหรืออาชีพทั่วไปได้มีงานทำ เพื่อให้ให้เป็นภาระต่อรัฐ เพื่อที่ผู้สูงอายุมีรายได้และไม่เป็นภาระของรัฐ

3.2 ส่งเสริมการออมการวางแผนเงินออม – ยิ่งเริ่มเร็วยิ่งดีการเตรียมการเพื่อเป้าหมายมีอิสระทางการเงิน (มีเงินใช้ ไม่เป็นหนี้ ไม่ต้องพึ่งพาคนอื่น) มีหลักประกันในการใช้ชีวิต เพราะแหล่งรายได้ลดลง ค่าใช้จ่ายคงที่หรือเพิ่มขึ้น จำนวนเงินที่ใช้แตกต่างกันแล้วแต่คุณภาพชีวิต ปัญหาสุขภาพ ภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมถึงกิจกรรมและงานอดิเรกของแต่ละบุคคล รายได้จากเงินกองทุนประกันสังคม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ รายได้จากบำเหน็จ บำนาญรายได้จากเงินลงทุน และเงินออมอื่น ๆ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเตรียมการด้านการเงินสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน การทำงานแม้ว่าจะเป็นรายได้เพียงไม่มาก แต่หากรู้จักออม อยู่อย่างพอเพียง ก็จะช่วยสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิตต่อไปได้

3.3 ส่งเสริมความเป็นอยู่ให้เหมาะสมในชุมชน - ต้องมีการส่งเสริมกิจกรรมชุมชน การจัดพื้นที่เพื่อความสะดวกรวมถึงพื้นที่เพื่อทำกิจกรรมในชุมชน การมีศูนย์ดูแลผู้สูงอายุเพื่อดูแลตรวจสุขภาพของกลุ่มชุมชนเพื่อเป็นการตรวจสุขภาพของชุมชน การเพิ่มพื้นที่สาธารณะในแหล่งชุมชน รวมถึงอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกห้องสมุดเฉพาะทาง สื่อการเรียนรู้ เพื่อการเรียนรู้ หาข้อมูลของกลุ่มเพื่อผู้สูงอายุการช่วยเหลือคนในสังคม และส่งเสริมให้มีการแบ่งปัน การให้ มีการตอบแทน การแลกเปลี่ยนในแหล่งชุมชน

หลังสรุปประเด็นการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุแล้วนำมาทำการประเมินอีกครั้ง ซึ่งมีความคิดเห็นดังนี้

ตารางที่ 1 ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจสีเงิน (n=18)

การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในเศรษฐกิจสีเงิน	จำนวน (คน)		
	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย
1. ผู้สูงอายุที่พึ่งพาตนเองได้			
ผู้สูงอายุมีการปฏิบัติหรือการทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันด้วยตนเอง	18	0	0
การพึ่งพาตนเอง การเสริมสร้างพลังทางสุขภาพ และความรอบรู้ทางสุขภาพ เป็นสิ่งที่สร้างความสุขในชีวิตของผู้สูงอายุ	14	3	1
ผู้สูงอายุมีความสุขจากการได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ยามว่าง เพื่อไม่ให้เหงา	13	4	1
ผู้สูงอายุยังทำงานหลังเกษียณ	15	0	3
สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ด้วยตนเองได้	18	0	0
สามารถใช้ทักษะการพึ่งพาตนเองทางด้านต่าง ๆ ใช้ความคิดความเข้าใจแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง โดยไม่ให้เป็นปัญหาหรือภาระแก่ผู้อื่น	18	0	0
มีการใส่ใจดูแลตนเอง ป้องกันการเจ็บป่วยและโรคภัยต่าง ๆ เพื่อให้มีสุขภาพที่ดี รวมทั้งสามารถสร้างสังคมในการพึ่งพากัน	10	6	2
2. ผู้สูงอายุที่แข็งแรง สุขภาพที่ดี			
ใส่ใจการดูแลสุขภาพ ออกกกำลังกายเบา ๆ ยามเช้า เพื่อมีสุขภาพที่ดี	8	6	4

ใส่ใจดูแลสุขภาพให้ไม่มีโรคภัยต่าง ๆ มีการปรับตัวด้านสุขภาพและดูแลสุขภาพตามช่วงวัย	15	2	1

ตารางที่ 1 ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในเศรษฐกิจสีเงิน (ต่อ)

การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในเศรษฐกิจสีเงิน	จำนวน (คน)		
	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย
ใส่ใจดูแลสุขภาพให้ไม่มีโรคภัยต่าง ๆ มีการปรับตัวด้านสุขภาพและดูแลสุขภาพตามช่วงวัย	15	2	1
ดูแลตัวเองก่อนที่จะไปพึ่งพาหมอหรือไปโรงพยาบาล	13	5	0
มีการเตรียมจิตใจให้ดี อารมณ์ดี ไม่เครียด	10	5	3
ดูแลเรื่องอาหารการกิน ให้เหมาะสม ลดอาหารรสจัด	9	6	3
3. การมีส่วนร่วมในชุมชน สังคมของผู้สูงอายุ			
มีส่วนร่วมกับชุมชน เช่น ไปทำบุญที่วัดทุกวันพระ ช่วยงานวัดบ้าง	8	7	3
มีบทบาทร่วมรับผิดชอบ หรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม มีการแลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมชุมชน	9	6	3
การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ สามารถช่วยให้ผู้สูงอายุได้ติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และยังรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า เป็นที่ยอมรับของคนในครอบครัว ชุมชน และสังคม	10	5	3
งานอาสาสมัครเป็นงานที่เป็นความสมัครใจงานอาสาสมัครเป็นงานที่เป็นความสมัครใจ ทำงานที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่นและสังคม	13	4	1
4. ผู้สูงอายุที่มีความรู้และทักษะ			
ได้รับโอกาสถูกเชิญไปแนะนำด้านการสอน	2	0	16
นำทักษะที่มีจากการทำงาน และจากการศึกษาเพิ่มเติมมาพัฒนางาน	12	4	2
กลับเข้ามาทำงานด้านบริหาร ช่วยสอนงานให้กับคนรุ่นหลัง และยังคงทำงานเหมือนปกติ เพียงแค่ลดหน้าที่ และวันในการททำงานลงมา	15	0	3
ได้รับการส่งเสริมกิจกรรมทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อเพิ่มพูน ความรู้ ทักษะชีวิตที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ตลอดจนการเรียนรู้ให้เท่าทัน การเปลี่ยนแปลงของสังคมเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตในสังคมได้	10	4	4

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาสามารถสรุปการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในเศรษฐกิจสีเงินได้โดยสามารถแบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ๆ คือ กลุ่มแรกเป็นแบบไม่เป็นตัวเงิน (In Kind) ได้แก่ ผู้สูงอายุที่พึ่งพาตนเองได้ ผู้สูงอายุที่แข็งแรงมีสุขภาพที่ดี และการมีส่วนร่วมในชุมชนของผู้สูงอายุส่วนกลุ่มที่สอง คือ การมีส่วนร่วมแบบเป็นตัวเงิน (In Cash) ในที่นี้คือผู้สูงอายุที่มีความรู้และทักษะซึ่งสามารถนำเอาไปทำงานต่อได้โดยในเมื่อมองในมุมการพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุจะเห็นว่าผู้สูงอายุที่ถูกสัมภาษณ์ทั้งหมดเป็นผู้สูงอายุที่สามารถดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวันและเดินทางไปไหนมาไหนด้วยตนเองได้ และสามารถใช้ทักษะการพึ่งพาตนเองทางด้านต่าง ๆ ใช้ความคิดความเข้าใจแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง โดยไม่ให้เป็นปัญหาหรือภาระแก่ผู้อื่น โดยส่วนใหญ่เชื่อว่าการพึ่งพาตนเอง การเสริมสร้างพลังทางสุขภาพ และความรอบรู้ทางสุขภาพ เป็นสิ่งที่สร้างความสุขในชีวิตของผู้สูงอายุโดยผู้สูงอายุหลาย ๆ ท่านยังคงทำงานหลังเกษียณอยู่ ในขณะที่เมื่อดูการมีส่วนร่วมในเรื่องสุขภาพพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการดูแลใส่ใจสุขภาพตัวเอง เช่น การออกกำลังกาย การทำจิตใจให้แจ่มใส และการดูแลเรื่องอาหาร โดยมักจะดูแลตัวเองให้ดีก่อนที่จะไปพึ่งพาหมอหรือไปโรงพยาบาล ในส่วนการมีส่วนร่วมในชุมชน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการเข้าร่วมและให้ความร่วมมือกับกิจกรรมชุมชนอย่างเต็มใจและสม่ำเสมอ โดยเชื่อว่าการได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ สามารถช่วยให้ผู้สูงอายุได้ติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและยังรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า เป็นที่ยอมรับของคนในครอบครัว ชุมชน และสังคม ในขณะที่เมื่อมองในมุมการมีส่วนร่วมที่สามารถวัดออกมาเป็นตัวเงินได้ นั่นคือการที่ผู้สูงอายุมีทักษะและความรู้ โดยสามารถนำทักษะที่มีจากการทำงานและเพิ่มจากการศึกษาเพิ่มเติมมาพัฒนางานอดิเรกที่ทำหลังเกษียณ หรือเอามาใช้ทำงานอื่น ๆ ได้ โดยหลาย ท่านสามารถกลับเข้าไปทำงานในองค์กรหลังเกษียณอายุ เนื่องจากมีความรู้ความสามารถที่มีคุณค่ากับองค์กร และบางท่านยังสามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับคนรุ่นหลังในองค์กรได้ นอกจากนี้ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังได้รับการส่งเสริมกิจกรรมทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อเพิ่มพูน ความรู้ ทักษะชีวิตที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ตลอดจนการเรียนรู้ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตในสังคมยุคดิจิทัลได้

อภิปรายผล

จากการสอบถามเกี่ยวกับความต้องการและความจำเป็นของผู้สูงอายุในวัยเกษียณ พบว่า ผู้สูงอายุต้องการสวัสดิการสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสวัสดิการที่เกี่ยวกับสุขภาพ เพราะคนวัยนี้มักจะมีสุขภาพที่ไม่แข็งแรงและเจ็บป่วยได้ง่าย ยังต้องการสวัสดิการจากทั้งภาครัฐและเอกชน ส่วนสวัสดิการด้านสาธารณสุขและโรงพยาบาล ผู้สูงอายุยังรู้สึกว่าการใช้บริการโรงพยาบาลรัฐยังต้องใช้เวลานานกว่าจะได้รับการรักษาและสถานที่ในการนอนของผู้ป่วยที่ยังมีความแออัด ไม่สะดวกสบาย จึงต้องการเสนอให้มีหน่วยงานให้บริการคำปรึกษาแนะนำ ช่วยเหลือ และเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุ นอกจากนี้ ผู้สูงอายุยังต้องการการสนับสนุนชีวิตหลังเกษียณอยู่ 3 ประการ คือ การส่งเสริมการจัดหาอาชีพ การส่งเสริมการออมการวางแผนเงินออม และการส่งเสริมความเป็นอยู่ให้เหมาะสมในชุมชนจะเห็นได้ว่าความต้องการของผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะเป็นความต้องการด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ ซึ่ง

สอดคล้องกับการเป็นผู้สูงอายุที่ยังมีศักยภาพอยู่ และพึ่งตนเองได้ โดยงานวิจัยของ ปิยะพรรณ ลิ้มละมัย (2550) และ วิภาวดี มุทะสินธุ์ (2552) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเองและการเพิ่มความสามารถพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการดูแลศักยภาพตนเองในระดับสูง ด้านการหลีกเลี่ยงปัจจัยเสี่ยง ด้านอนามัยสภาพแวดล้อม ด้านอาหาร และมีระดับปานกลาง ด้านอารมณ์ด้านการออกกำลังกาย และด้านการการแก้ไขปัญหาสุขภาพของตนเองอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้พบว่า คุณลักษณะทั่วไป ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา หรือการไม่มีโรคประจำตัวของผู้สูงอายุยังส่งผลถึงความแตกต่างกันในกิจกรรม การให้ความรู้ด้านคำแนะนำและการสนับสนุนจากบุคลากรทางการแพทย์ ลักษณะการแสวงหาข้อมูล ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุและการตัดสินใจเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาสุขภาพของตนเองแตกต่างกัน

นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาการศึกษาเกี่ยวกับผู้สูงอายุที่มีความสุขทั้งต่อตนเอง ครอบครัว และสังคม ความต้องการการเรียนรู้ตลอดชีวิต และการประกอบอาชีพของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นการศึกษาของวิทธิลักษณ์ จันทร์ธนสมบัติ (2552) และ สมบูรณ์ ศิริสรรหิรัญ (2559) พบว่า ทัศนะต่อความสุขในภาพรวมมีความสุขอยู่ในระดับมาก โดยทัศนะของผู้สูงอายุที่มีความสุขกับตัวเอง ด้านการดูแลรักษาสุขภาพร่างกายและ ส่งเสริมสุขภาพจิต ปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต สอดคล้องกับความต้องการการเรียนรู้ตลอดชีวิตในการส่งเสริมสุขภาพอนามัย และทัศนะต่อการเป็นผู้สูงอายุที่มีความสุขเกี่ยวกับครอบครัว ด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการมีครอบครัวอบอุ่น ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการประกอบอาชีพของผู้สูงอายุ หากประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ มีภาระในการอุปการะบุคคลในครอบครัว และมีรายได้ ไม่แน่นอน จะส่งผลให้ผู้สูงอายุต้องเผชิญปัญหาในการใช้ชีวิต การเพิ่มทักษะทางอาชีพจึงเป็นความต้องการต่อการใช้ชีวิตของผู้สูอายุและทัศนะต่อต่อการเป็นผู้สูงอายุที่มีความสุขเกี่ยวกับชุมชน ด้านการมีส่วนร่วมต่อชุมชน และด้านการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ชุมชน

ข้อเสนอแนะ

รัฐควรมีนโยบายเพื่อเป็นการรับมือกับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย โดยต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน และผลักดันให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมกับเศรษฐกิจสีเงิน พร้อมที่จะเป็นผู้สูงอายุที่มีศักยภาพในยุคดิจิทัล โดยอาจมีการกำหนดนโยบายต่าง ๆ เช่น นโยบายสนับสนุนให้บริษัทจ้างงานผู้สูงอายุและจัดหางานให้เหมาะสมกับแรงงาน ซึ่งจะมีผลต่อการรักษาจำนวนแรงงานโดยรวมและช่วยยกระดับศักยภาพของแรงงาน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2560). *ข้อมูลทางปกครอง.* สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม2562, จาก https://www.dopa.go.th/news/cate1/view2715

กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2562). *มาตรการขับเคลื่อนระเบียบวาระแห่งชาติเรื่องสังคมสูงอายุ ฉบับปรับปรุง.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

จารีย์ ปิ่นทอง, ธนภรณ์ จิตตินันท์, ประภัสสร แสวงสุขสันต์ และณัคนางค์ กุลนาถศิริ. (2561). *สังคมสูงวัยกับความท้าทายของตลาดแรงงานไทย.* สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม2562,จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/Article_01Aug2018.pdf

ชลัยพร อมรวัฒนา,ไพศาล เล็กอุทัย, และสุกัญญา โฆวิไลกูล.(2551). *การศึกษาวิจัยแนวทางและมาตรการส่งเสริมการมีงานทำในผู้สูงอายุโครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ไปสู่การปฏิบัติ.* สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2562, จาก http://research.mol.go.th/rsdat/data/doc/ JEWLNL9/pdf

ประชาชาติธุรกิจ. (2556, 15 สิงหาคม). *วาระแห่งชาติรับมือสังคมผู้สูงอายุส่งเสริมการออม เพิ่มผลิตภาพแรงงาน.* สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2562, จาก http://suchons.wordpress.com/?p=8988

ปิยะพรรณ ลิ้มละมัย. (2550). *ศักยภาพผู้สูงอายุในการดูแลสุขภาพตนเองในชมรมผู้สูงอายุ โรงพยาบาลเจ้าพระยายมราช.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรรัตน์ แสดงหาญ. (2558). การจ้างงานผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารวิชาการของสถาบันเสริมศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ (HR intelligence), 10*(2), 94-104.

ภัทริกา วงศ์อนันต์นนท์ และสรานันทน์ อนุชน. (2561). เทคโนโลยีสารสนเทศต่อสังคมผู้สูงอายุ. *วารสารพยาบาลทหารบก,19*(3), 27-32.

รติมา คชนันท์. (2561). *Academic focus สังคมผู้สูงอายุกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย.* สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2562, จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_ parcy/ewt_dl_link.php? nid=49742&filename=house2558_2

วิทธิลักษณ์ จันทร์ธนสมบัติ. (2552). *ทัศนะต่อการเป็นผู้สูงอายุที่มีความสุขของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา สาธารณสุข 40 บางแค.* วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิภาวดี มุทะสินธุ์. (2552). *การเพิ่มความสามารถในพฤติกรรมสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาชมรมผู้สูงอายุ โรงพยาบาลตำรวจ.* วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วาสนา สุรีย์เดชะกุล. (2556). *ต้นแบบการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของมหาวิทยาลัยราชภัฏขนาดใหญ่ในกลุ่มรัตนโกสินทร์.* ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิยาลัยสยาม.

ศิวลาภ สุขไพบูลย์วัฒน์. (2560). บทบาทของผู้สูงอายุต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 9*(17), 182.

สมบูรณ์ ศิริสรรหิรัญ. (2559). แนวทางการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ. *วารสารการบริหารการปกครอง, 5*(2), 60-74.

European Commission. (2015). *Growing the European Silver economy*. Retrieved August 20, 2019, from http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/active-healthy-ageing/silvereco.pdf

Ruta, C. and Rasa, R. (2014). Challenges of managing an ageing workforce. *Procedia-Social andBehavioral Sciences, 156,* 69-73.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตจังหวัดชลบุรี

FACTORS AFFECTING HOUSING CHOICE IN CHONBURI

เจนจิรา ปราณี*

Janejira Pranee*

นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*

Master Degree student, Business Economics*

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

จิราภรณ์ ชาวงษ์**

Jiraporn Shawong**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ**

Assistant Professor and Ph.D., Business Economics**

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

อีเมล์ : Pn.Janejira@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี เพื่อเสนอเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างแท้จริง และสามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ในช่วงวันที่ 1-30 กันยายน พ.ศ.2562 โดยเป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะซื้อบ้านหรือมีประสบการณ์ในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภค ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในส่วนการทดสอบสมมติฐาน ใช้ Independent Sample T-Test และ One-Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ และใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐานด้านส่วนประสมทางการตลาด

ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.2 อายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 51.3 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 73.3 สถานภาพโสด ร้อยละ 59.0 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 75.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ร้อยละ 30.8 อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองชลบุรี ร้อยละ 21.8 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ร้อยละ 56.8 2) พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรีของผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 88.8 มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่ออยู่อาศัยเอง ร้อยละ 40.8 ใช้ระยะเวลาในการพิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร 1-2 ปี รูปแบบบ้านที่ต้องการ ร้อยละ 80.0 เป็นบ้านเดี่ยว ระดับราคาอยู่ในช่วง 1,500,001 - 2,500,000 บาท ร้อยละ 48.8 ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ ร้อยละ 47.3 คือตัวผู้ตอบแบบถามเอง แหล่งข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรมาจากข้อมูล ร้อยละ 60.5 ทางอินเทอร์เน็ต และเหตุผลหลักในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร ร้อยละ 48.8 คือทำเลที่ตั้งที่มีความเหมาะสม 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรเรียงจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ

คำสำคัญ : บ้านจัดสรร, อสังหาริมทรัพย์

Abstract

The objectives of this study entitled Factors Affecting Housing Choice in Chonburi are to 1) study demographic factors and 2) marketing mix factors (4Ps) that influence the buying of housing estates in Chonburi and to suggest the guidelines for entrepreneurs in real factors that affect the decision of consumers and could be used for devising strategies to create an advantage in the competition. The data was collected through online questionnaires during September 1-30 2019 aiming on 400 residents in Chonburi who are interested in buying housing or have experience on buying housing. The analysis of demography and consumer behavior used descriptive statistical analysis consisting of frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation, while the hypothesis testing was done using independent sample T-Test, and one-way ANOVA for demography and using Chi-Square test with statistically significant value at 0.05 for the hypothesis of the marketing mix.

The results of this study indicated 1) that most of the respondents are female at 56.2%, age between 26-35 years old at 51.3%, graduated with a bachelor's degree at 73.3%, single at 59.0%, have a career in a private company at 75.5%, average income per month not exceeding 20,000 baht at 30.8%, living in Muang Chonburi District at 21.8%, and have 3-4 family members at 56.8%. 2) On the house buying behavior in Chonburi of the respondents, 88.8% is to live by themselves and 40.8% takes around 1-2 years before deciding to buy a housing. On the design of the housing demanded, 80.0% want single home, 48.8% pricing from 1,500,001 - 2,500,000 baht, the influencer in buying 47.3% are the respondents themselves. For the data source of the housing project, 60.5% comes from the internet. For the main factor of choosing a housing, 48.8% was from a suitable location. 3) For the marketing mix factor that affects the decision to buy house from the most to the least level is the promotion, followed by product, place, and price, respectively.

Keywords : Housing estate, Real estate.

บทนำ

ปัจจุบันบ้านหรือที่อยู่อาศัยเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนทุกคน การเลือกและตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยจึงเป็นเรื่องสำคัญ นอกจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตแล้ว ยังเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิต ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนด้วย รวมถึงเป็นการกระตุ้นการลงทุนในระยะยาวและการออมรูปแบบหนึ่ง ดังนั้นการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้าน เช่น การพิจารณาทำเลที่ตั้งโครงการ การเลือกโครงการที่น่าเชื่อถือ ราคาที่เหมาะสม และการเลือกแบบบ้าน เป็นต้น จึงทำให้เกิดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์รูปแบบหนึ่งคือ "โครงการบ้านจัดสรร" เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเป็นทางเลือกในการเลือกซื้อบ้าน ทั้งด้านความสะดวกสบาย ความปลอดภัย สภาพแวดล้อม ในส่วนของผู้ประกอบการต้องมีการปรับแผนธุรกิจและการดำเนินธุรกิจอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อสภาพการแข่งขันในตลาดที่เกิดขึ้นและสอดคล้องต่อความต้องการของผู้บริโภค

ข้อมูลจากศูนย์อสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ปี 2561 พบว่าตลาดที่อยู่อาศัยในภาคตะวันออกมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2560 ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน ด้านอุปสงค์เป็นการปรับตัวเพิ่มขึ้น 7.8% ของการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย ด้านอุปทานเป็นการเพิ่มขึ้น 50.9% ของการออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดิน โดยจังหวัดที่มีการเพิ่มขึ้นสูงสุดในทั้ง 2 ด้านคือจังหวัดชลบุรี เนื่องด้วยจังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทั้งด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของภาคตะวันออกอย่างมาก รวมถึงด้านพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรมต่างๆ ด้วยความที่เป็นที่ตั้งของท่าเรือที่มีความสำคัญของประเทศรองจากท่าเรือกรุงเทพ นั่นคือท่าเรือแหลมฉบัง และเป็นแหล่งอุตสาหกรรมจากการเป็นจังหวัดที่มีเส้นทางคมนาคมที่ดี โดยมีระบบการขนส่งทั่วถึงและสะดวกทั้งการขนส่งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ และการขนส่งทางท่อสำหรับสินค้าเหลว อีกทั้งยังมีประชากรจำนวน 1,535,445 คน ประกอบด้วยอำเภอเมืองชลบุรี 335,063 คน อำเภอบ้านบึง 107,415 คน อำเภอหนองใหญ่ 23,625 คน อำเภอบางละมุง 301,607 คน อำเภอพานทอง 69,429 คน อำเภอพนัสนิคม 124,637 คน อำเภอศรีราชา 315,629 คน อำเภอเกาะสีชัง 4,560 คน อำเภอสัตหีบ 165,492 คน อำเภอบ่อทอง 50,318 คน และอำเภอเกาะจันทร์ 37,670 คน รวมทั้งหมด 11 อำเภอ มากเป็นอันดับ 10 ของประเทศ และเป็นอันดับ 1 ของภาคตะวันออกอีกด้วย จึงเป็นที่มาของการเลือกศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตจังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี โดยสุ่มตัวอย่างแบบ Convenience Sampling โดยเป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะซื้อบ้านหรือมีประสบการณ์ในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี ผ่านการตอบแบบสอบถามออนไลน์ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 0.05 ซึ่งจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำโดยประมาณ 400 ตัวอย่าง

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค (เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พื้นที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ขนาดครอบครัว) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร (4P's : ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด) ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

3. ช่วงระยะเวลาเก็บข้อมูล 1-30 กันยายน 2562

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการแสดงออกโดยตรงต่อการใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการด้วย ซึ่งกระบวนการตัดสินใจอาจมีสิ่งเร้า ที่อาจเกิดขึ้นเองจากภายใน (Inside Stimulus) หรือสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) โดยสิ่งกระตุ้นที่สนใจศึกษาในครั้งนี้เป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เนื่องจากเป็นสิ่งกระตุ้นที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายสามารถควบคุมและจัดการได้ นั้นคือสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การกำหนดราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541: 35-36, 337) ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียกส่วนประสมทางการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัว

นี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ใดมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและนำมาประมวลผลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ศึกษาข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี มาอธิบายโดยใช้การกระจายข้อมูลในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์เรื่องเพศ จะทดสอบด้วยวิธี Independent Sample T-Test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกรณีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ทดสอบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์เรื่องอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกรณีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน ที่มีการเก็บข้อมูลโดยแบ่งกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง และใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.2 อายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 51.3 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 73.3 สถานภาพโสด ร้อยละ 59.0 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 75.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ร้อยละ 30.8 อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองชลบุรี ร้อยละ 21.8 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ร้อยละ 56.8

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรีของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ร้อยละ 88.8 มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรเพื่ออยู่อาศัยเอง ร้อยละ 40.8 ใช้ระยะเวลาในการพิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร 1-2 ปี รูปแบบบ้านที่ต้องการ ร้อยละ 80.0 เป็นบ้านเดี่ยว ระดับราคาอยู่ในช่วง

1,500,001-2,500,000 บาท ร้อยละ 48.8 ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ ร้อยละ 47.3 คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง แหล่งข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรมาจากข้อมูล ร้อยละ 60.5 ทางอินเทอร์เน็ต และเหตุผลหลักในการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรร ร้อยละ 48.8 คือทำเลที่ตั้งที่มีความเหมาะสม

3. ผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด สามารถจัดลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ เห็นด้วยมากที่สุด คือ เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับบ้านจัดสรรจากแหล่งต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร พิจารณาถึงประโยชน์ในการซื้อ และพิจารณาถึงความพึงพอใจต่อภาพรวม เห็นด้วยมาก คือ พิจารณาถึงความจำเป็นในการซื้อ

4. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ความคิดเห็นรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 สามารถจัดลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมเห็นด้วยในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ มีการให้บริการก่อนและหลังการขายที่ดี รองลงมา คือ พนักงานคอยให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และมีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น มีของแถม มีส่วนลดพิเศษ การรับประกันบ้าน ตามลำดับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมเห็นด้วยในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ ใช้วัสดุในการก่อสร้างที่มีคุณภาพ รองลงมา คือ ระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้าประปา ระบบการจัดเก็บขยะ ระบบการระบายน้ำมีอยู่อย่างเหมาะสม และการติดตั้งกล้องวงจรปิดตามจุดต่างๆ ภายในโครงการมีความเหมาะสม เพียงพอ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมเห็นด้วยในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ มีแบบบ้านตัวอย่างให้เลือกชมอย่างเหมาะสม รองลงมา คือ มีสำนักงานให้คำแนะนำและติดต่ออย่างสะดวก และปัจจัยด้านราคาโดยรวมเห็นด้วยในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของบ้าน รองลงมา คือ เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม (การวางเงินจอง การวางเงินดาวน์) และค่าใช้จ่ายส่วนกลางมีความเหมาะสม ตามลำดับ

5. การทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 คือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพื้นที่อยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน ไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี

6. การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผลการศึกษา

1. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ สถานภาพสมรส สอดคล้องกับงานวิจัยของปรัชญาภรณ์ เพไร (2559) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ภายใต้การปล่อยสินเชื่อบ้านของสถาบันการเงิน พบว่า เพศและสถานภาพสมรสที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของวีณา ถิระโสภณ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่มีเพศและสถานภาพสมรสแตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพื้นที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ซึ่งรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสอดคล้องกับงานวิจัยของนพคุณ เลียงประสิทธิ์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กัน และงานวิจัยของวีณา ถิระโสภณ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่ไม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชวลัน ธรินายางกูร และนิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ประชากรในจังหวัดสมุทรปราการที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน และงานวิจัยของนพคุณ เลียงประสิทธิ์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพของผู้บริโภคกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูลโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่สอดคล้องกับงานวิจัยของปรัชญาภรณ์ เพไร (2559) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ภายใต้การปล่อยสินเชื่อบ้านของสถาบันการเงิน พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรแตกต่างกัน และงานวิจัยของนพคุณ เลียงประสิทธิ์ (2559) ที่ได้

ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยร่วมกันกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูลโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน

3. การศึกษาด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรี โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สอดคล้องกับงานวิจัยของนพคุณ เลียงประสิทธิ์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ **ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่จัดจำหน่าย**มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล และงานวิจัยของวีณา ถิระโสภณ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านคุณภาพ ด้านสิ่งแวดล้อม ที่เป็นปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) สอดคล้องกับงานวิจัยของนพคุณ เลียงประสิทธิ์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของวีณา ถิระโสภณ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่ทำการศึกษามาแล้วพบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด หรือมีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต การติดป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ และงานมหกรรม การตั้งบูธประชาสัมพันธ์ของโครงการ หากอธิบายเป็นด้านๆ จะได้ดังนี้

1.1 การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าผู้บริโภคทราบข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึงร้อยละ

26.86 นอกจากนี้ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต ผู้บริโภคส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงสื่อทางอินเทอร์เน็ตได้ง่าย จากพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มักหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบการตัดสินใจ นอกจากนี้การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตยังเป็นช่องทางการโฆษณาที่ต้นทุนต่ำและผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้มากกว่าการโฆษณาด้วยวิธีอื่นๆ อีกด้วย

1.2 การติดป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ ถึงแม้ว่าจะเป็นวิธีดั้งเดิมแต่ก็ยังได้ผลที่ดี จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าผู้บริโภคทราบข้อมูลของโครงการจากป้ายโฆษณาต่างๆ ถึงร้อยละ 24.31 เนื่องจากการติดป้ายตามจุดต่างๆ เป็นการดึงดูดความสนใจได้ดี โดดเด่นและเห็นได้อย่างชัดเจน ป้ายโฆษณาที่โดดเด่นและสวยสะดุดตาจะเป็นแรงจูงใจให้คนที่ผ่านไปผ่านมาได้ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ เป็นการทำการตลาดอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยให้ลูกค้าได้จดจำโครงการได้เร็วขึ้น

1.3 งานมหกรรมและการตั้งบูธประชาสัมพันธ์ของโครงการ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้บริโภคทราบข้อมูลร้อยละ 10.32 ผู้ประกอบการจึงควรออกงานมหกรรมและการตั้งบูธ เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และสำรวจตลาด

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญรองลงมาจากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์มากพอๆ กับปัจจัยการส่งเสริมการตลาด เช่น การพัฒนาโครงการบ้านจัดสรรให้ดีขึ้น หรือหากโครงการที่ดีอยู่แล้วก็ควรรักษามาตรฐานไว้ ทั้งด้านการรักษาชื่อเสียง พัฒนาภาพลักษณ์ของโครงการคุณภาพบ้านและการออกแบบมีคุณภาพ อยู่ในทำเลที่ดี สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบสาธารณูปโภคครบครัน

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรมีการจัดสรรการให้บริการเพิ่มเติม เช่น การเปิดบูทในห้างสรรพสินค้า หรือโรงแรม และควรมีแบบบ้านตัวอย่างให้ผู้บริโภคได้รับรู้ได้อย่างชัดเจน

4. ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับ 3 ปัจจัยแรก แต่ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดชลบุรีของผู้บริโภค ผู้ประกอบการจึงควรจัดสรรราคาบ้านกับคุณภาพให้อยู่ระดับที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการ จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าแบบบ้านและระดับราคาบ้านจัดสรรที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการคือ บ้านเดี่ยว ราคา 1,500,001-2,500,000 บาท

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มเติมช่องทางแหล่งข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรให้ละเอียดว่ามาจากที่ใด อย่างเช่น ได้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ควรเพิ่มเติมว่ามาจากเว็บไซต์อะไร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรต่อไป

2. การศึกษาในครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุน้อยหรือเป็นกลุ่มที่เพิ่งเรียนจบ ควรกระจายกลุ่มตัวอย่างไปยังกลุ่มอายุอื่นๆ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กระจายและครอบคลุม

3. การศึกษาในครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำ แต่ความต้องการบ้านเดี่ยวอยู่ในระดับที่สูง ซึ่งอาจจะเป็นเพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ในเขตจังหวัดชลบุรีนิยมการกู้ร่วม จึงควรสำรวจเงื่อนไขในการกู้ว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการกู้เงินร่วมกันหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

ชวลัน ธรินายางกูร และนิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ. (2561). "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ในจังหวัดสมุทรปราการ." การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

นพคุณ เลียงประสิทธิ์. (2559). "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล." สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ปรัชญาภรณ์ เพไร. (2559). "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรีภายใต้การปล่อยสินเชื่อบ้านของสถาบันการเงิน." งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ภัฐพเดช มาเจริญ. (2555). "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ระบบสถิติทางการทะเบียน. (2562). รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน ประจำปี พ.ศ.2561 [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/

วีณา ถิระโสภณ. (2558). "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล." การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วีณา ศรีเจริญ. (2558). "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในเขตจังหวัดนนทบุรี." การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ศูนย์ข้อมูลสารสนเทศด้านสุขภาพ. 11 มิถุนายน 2562. รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน จังหวัดชลบุรี ปี 2561 [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: http://data.cbo.moph.go.th/DATA-PERSON.php

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. 2 เมษายน 2562. สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยในภาคตะวันออก ไตรมาส 4 ปี 2561 และแนวโน้มปี 2562 [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: https://www.reic.or.th/Research/215

อรชร มณีสงฆ์. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภค [สไลด์]. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อัญชนา ทองเมืองหลวง. (2554). "ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของบริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)." การค้นคว้าอิสนะปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต (พ.ศ.2489 - 2506)

Pipat Competition at the Ban Duriyapraneet (2489 – 2506 B.E.)

ศุภณัฐ นุตมากุล
(Mr.Supanut Nutmakul)
สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
(Bunditpatanasilpa Institute)
E-mail : supanum33@gmail.com

บทคัดย่อ

การประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต เป็นงานวิจัยคุณภาพเชิงประวัติศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาประวัติ และพัฒนาการด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต 2) เพื่อศึกษาปรากฏการณ์และคุณค่าด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต ขอบเขตงานวิจัย คือ 1) สืบค้นข้อมูลในช่วง พ.ศ. 2489 – 2506 2) ปรากฏการณ์ และคุณค่า โดยกำหนดเป็น ผู้บรรเลง การวางแผน การฝึกซ้อม การเลือกเพลง การปรับเพลง การแก้เพลงในการประชัน และวิธีการบริหารวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มบุคคลภายในสายตระกูลดุริยประณีต และเครือญาติ 2) กลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับบ้านดุริยประณีต เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย และนำทฤษฎีมาเป็นหลักในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า 1) ประวัติ และพัฒนาการด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต คือ “บ้านดุริยประณีต” เป็นสำนักดนตรีไทยที่สืบทอดมากจากสายตระกูล “ดุริยประณีต” โดยมี นายศุข เป็นผู้ได้รับพระราชทานนามสกุลจากรัชกาลที่ 6 ผู้ที่ร่วมวงบรรเลง และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตในช่วง พ.ศ. 2489 – 2506 มีจำนวนทั้งสิ้น 28 คน ซึ่งเวลาเพียง 17 ปี (พ.ศ. 2489 – 2506) มีการประชันทั้งหมด 11 ครั้งเท่านั้น 2) ปรากฏการณ์ และคุณค่าด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต คือ 2.1) ปรากฏการณ์ และคุณค่าด้านการสร้างสรรค์ทำนองเพลง โดยมีการประพันธ์ทางเดี่ยวเพิ่มขึ้น 2.2) ปรากฏการณ์ และคุณค่าด้านการปรับวงโดยมีการปรับความเบาดังบางช่วงทำนอง ปรับแนวการบรรเลง และปรับวิธีการบรรเลงสอดรับระหว่างเครื่องดนตรีในวง 2.3) ปรากฏการณ์ และคุณค่าด้านการแก้เพลงในการประชัน พบว่านักดนตรีมีปฏิภาณไหวพริบในการวิเคราะห์ทางเพลงของคู่ประชันผ่านกระบวนการคิดตามหลักการทางดนตรีไทยนำมาสู่การสร้างสรรค์ทำนองทางเพลงใหม่ที่ใช้ในการแก้เพลงในการประชันนั้น

คำสำคัญ : การประชัน วงปี่พาทย์ บ้านดุริยประณีต

Abstract

A study of Pipat competition at the Ban Duriyapraneet is a historical qualitative research. The study aims to 1) study history and development of Pipat competition at the Ban Duriyapraneet 2) study phenomenon and value of Pipat competition at the Ban Duriyapraneet. The scope of this study is 1) searching the data in 2489 – 2506 B.E. 2) phenomenon and value including musician, planning, practicing, song selection, song adjustment, song editing in the competition and pipat band management at the Ban Duriyapraneet. Key informants were divided into 2 groups; Duriyapraneet's lineage and relations and Duriyapraneet's acquaintances. The research instrument was informal interview form. The data were analyzed by analytic induction and grounded theorizing.

The results revealed that 1) history and development: Ban Duriyapraneet is a House of Thai Traditional Music belongs to Duriyapraneet's family and Mr. Sook was bestowed his surname by the King Rama VI. There were 28 band members and people who involved with the Pipat competition at the Ban Duriyapraneet in 2489 – 2506 B.E. During that time, there were only 11 competitions within 17 years. 2) phenomenon and value of the Pipat competition at the Ban Duriyapraneet were 2. 1) value and phenomenon in term of melody creation by increasing of solo music creation. 2.2) value and phenomenon in term of band adjustment including tone volume, style, harmonization between instruments. 2. 3) value and phenomenon in term of song editing in each music competition. The musician has intellectual for analysis of competitor's song style through the thinking process according to the principles of traditional Thai music and created the new song for the competition.

Keyword: competition, Pipat, Ban Duriyapraneet

การประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต

บทนำ

"บ้านดุริยประณีต" เป็นสำนักดนตรีไทย ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 83 ซอย สามเสน 1 ถนนสามเสน แขวงวัดสามพระยา เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร มีนายศุข เป็นต้นตระกูล ผู้ที่รับราชการในกรมพิณพาทย์หลวง ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 โดยได้รับโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามสกุลว่า "ดุริยประณีต" บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 90 เป็นนักดนตรีไทยที่มีชื่อเสียงจากตำแหน่งหน้าที่การงาน การเผยแพร่ทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และการประชันวง เช่น นายศุข ดุริยประณีต นายโชติ ดุริยประณีต และ นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) เป็นต้น (สืบศักดิ์ ดุริยประณีต, สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2562)

มานุษยวิทยาการดนตรี : กรณีศึกษาบ้านบางลำพู (ณรงค์ เขียนทองกุล, 2539) บางลำพูในฐานะที่เป็นบ้านดนตรีไทยที่มีสถาน ภาพและบทบาทหน้าที่หลายอย่างคือ เป็นสถาบันครอบครัวที่ทำหน้าที่ในการสืบทอดวัฒนธรรมด้านดนตรีไทย โดยมี ทั้งนักแต่งเพลง นักดนตรี และนักร้อง นอกจากนี้บ้านบางลำพูยังมีสมาชิกที่เป็นนักดนตรีที่มีฝีมือจากหลายตระกูลมา อยู่รวมกันเป็นเครือญาติได้แก่ ตระกูลดุริยพันธุ์ เขียววิจิตร รุ่งเรือง โตสง่า พิณพาทย์ และเชยเกษ นอกจากนั้นยังมี ผลงานเพลง ตลอดจนการบรรเลงเฉพาะตัว เฉพาะบ้านบางลำพู และสืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งยังเป็นแหล่งผลิตนักดนตรีสำคัญของชาติ กล่าวได้ว่าเป็นสถาบันการศึกษาทางด้านดนตรีไทย เพราะในปัจจุบันยังมีการจัดการเรียนการสอนให้กับเยาวชนที่มีความสนใจด้านดนตรี

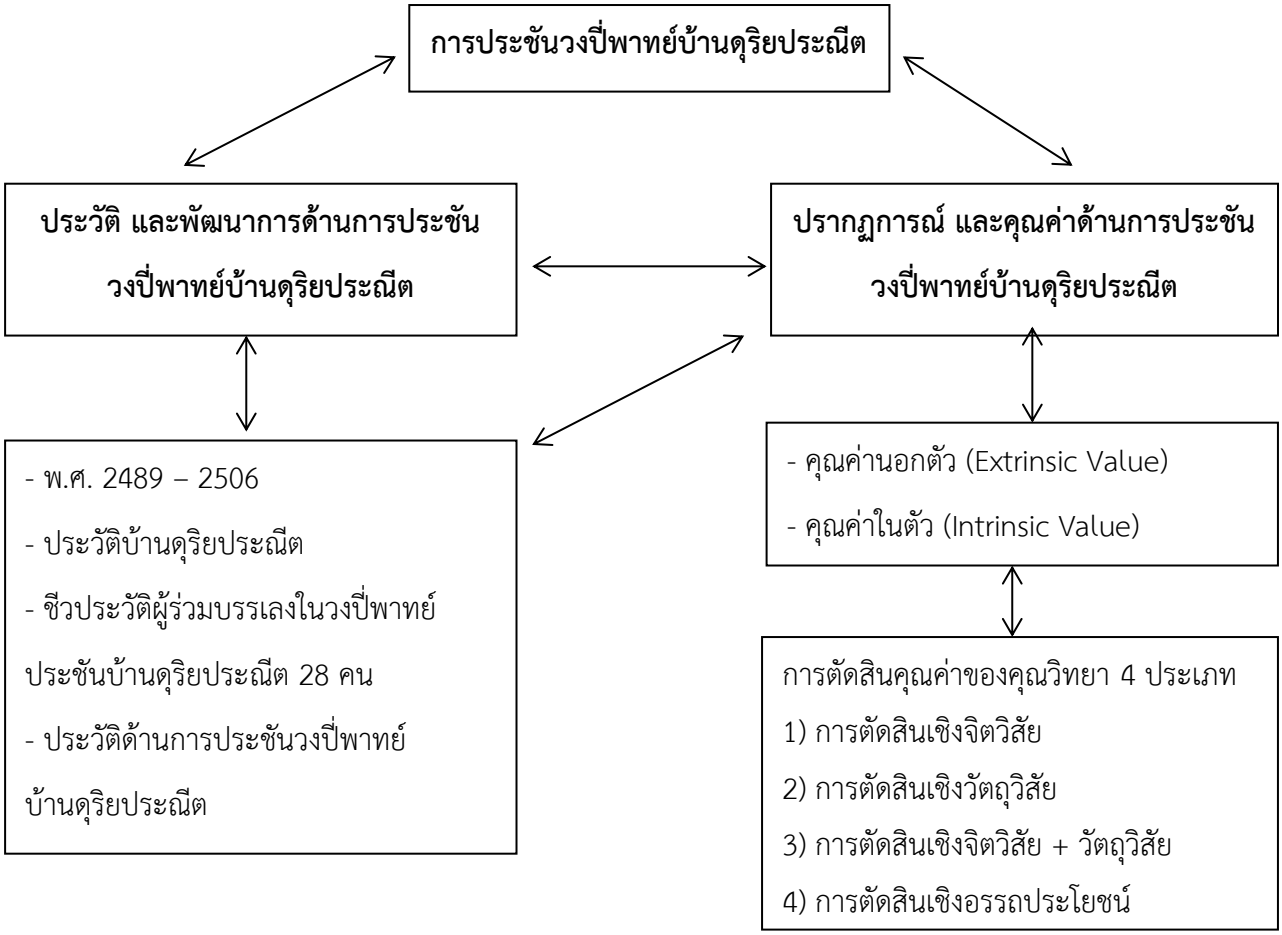
การสืบทอดเพลงไทยบ้านบางลำพู : วัฒนธรรมมุขปาฐะ (มานพ วิสุทธิแพทย์ และคณะ, 2543) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมด้านดนตรีที่เกี่ยวข้องกับบ้านบางลำพู และศึกษาบทเพลงไทยต่างๆ ที่มีการสืบทอดจากครูเพลงมายังลูกหลาน และนักดนตรีวงดุริยประณีต เพื่อสำรวจบทเพลงจากครูอาวุโสบ้านบางลำพูในปัจจุบัน จำแนกบทเพลงตามประเภทบทเพลง จำแนกบทเพลงตามทางครูเพลง และบันทึกโน้ตบทเพลงที่ถือว่าเป็นเพลงครูที่ถือปฏิบัติตามประเพณีนิยม โดยบันทึกทั้งโน้ตไทยและโน้ตสากล พร้อมทั้งวิเคราะห์โครงสร้างของบทเพลงเหล่านั้น จากการศึกษาพบว่า บ้านบางลำพูเป็นบ้านดนตรีไทยที่มีความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมด้านดนตรีไทยสืบทอดกันมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งวงดนตรีไทย ผู้ที่ก่อตั้งวงดนตรีไทยบ้านบางลำพูคือ ครูศุข (พ.ศ. 2428 – พ.ศ. 2506) และนางแถม (พ.ศ. 2433 - พ.ศ. 2515) ดุริยประณีต นอกจากครูศุขจะเป็นผู้สอนดนตรีให้กับลูกหลานแล้ว ยังเชิญครูที่มีชื่อเสียงมาสอนลูกหลานและ สมาชิกในวงดุริยประณีตอีกด้วย ครูคนสำคัญที่ถือว่าเป็นครูของบ้านบางลำพูคือ พระยาเสนาะดุริยางค์ (แช่ม สุนทรวาทิน) (พ.ศ. 2409 – พ.ศ. 2493) นอกจาก ลูกของครูศุขทุกคนมีชื่อเสียงทางด้านดนตรีแล้ว ทั้งเขย และสะใภ้ก็เป็นผู้ที่มีความสามารถทางดนตรีทั้งสิ้น ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้บ้านบางลำพูเป็นศูนย์รวมนักดนตรีไทยแหล่งใหญ่ที่สุดแหล่งหนึ่ง

นายโชติ ดุริยประณีต และครูสุดจิตต์ (ดุริยประณีต) อนันตกุล เป็นผู้ที่สืบทอดความรับผิดชอบดูแลวงดนตรีบ้านบางลำพูต่อจากครูศุข ตามลำดับ และในปัจจุบันนี้บ้านบางลำพูยังมีนักดนตรีครบเป็นวงดนตรีที่สมบูรณ์ และยังรับงานการบรรเลงดนตรีเป็นบางโอกาส

Prachan : Music, Competition, and Conceptual Fighting in Thai Culture (Great Lekakul, 2017) ในงานวิจัยเล่มนี้ เป็นการค้นคว้าในเชิงประวัติศาสตร์ โดยตีความในส่วนของการโต้ตอบทางความคิด การสื่อสารดนตรีสู่บริบทของวัฒนธรรมการประชัน การเปลี่ยนแปลงทางการประชัน วิธีการส่งสายสืบไปสืบข้อมูลทางความคิดของคู่ประชัน วิธีการคิดหางเพลง (มายังไง แต่งโดยใคร แนวคิด และวัตถุประสงค์) พัฒนาการในทางการประชันนั้น จากที่อ่านงานวิจัยเล่มนี้เห็นจะแบ่งด้วยกัน 3 ช่วง คือ ช่วงการประชันในวังต่างๆ ช่วงการประชันงานวัด และช่วงการจัดประชันโดยหน่วยงานต่าง ๆ ในการประชันที่แท้จริง คือการขัดแย้ง ซึ่งการขัดแย้งนั้นก็เพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์ ที่มีความงดงาม ความงดงามนั้นก็คือพัฒนาการของดนตรีไทย จะกล่าวว่าการประชันมีแต่ประโยชน์ก็ไม่ได้ จะว่ามีแต่โทษก็ไม่ใช่ แต่การประชันนั้นมีทั้งคุณ และโทษ

“การประชันวงปี่พาทย์” คือ การบรรเลงวงปี่พาทย์สลับกันไปมาระหว่าง 2 วง เหมือนกับการต่อสู้กัน แต่เป็นการสู้ด้วยวิชาความรู้ สู้ด้วยเสียงเพลง สู้ด้วยไหวพริบ ส่วนมากนิยมบรรเลงด้วยวงปี่พาทย์เสภา และเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ทำให้นักดนตรีไทยมีชื่อเสียงโดดเด่นในวงการ (ธีระศักดิ์ ชุ่มชูศาสตร์, สัมภาษณ์, 1 พฤศจิกายน 2561) โดยเฉพาะบ้านดุริยประณีต ที่มีชื่อเสียงในวงการปี่พาทย์ประชัน ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมืออะไรก็ตาม ผู้ที่มีชื่อเสียง และเป็นตำนานเล่าขานกันมาจนปัจจุบัน คือนักระนาดเอก ที่มีชื่อว่า นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) ซึ่งมีพรสวรรค์ในการตีระนาดเอกเป็นอย่างมาก ไม่ใช่แค่พรสวรรค์เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีความมานะพยายามในการฝึกเทคนิคฝีมือ ประกอบกับมีความจำ และมีปฏิภาณไหวพริบเป็นเลิศ

ผู้วิจัยเห็นว่าบ้านดุริยประณีตมีความสำคัญต่อการศึกษาดนตรีไทย เนื่องจากเป็นบ้านดนตรีไทยที่มีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 100ปี มีพัฒนาการด้านดนตรีไทยอยู่ตลอด จึงทำให้ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาในประเด็นการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต (พ.ศ. 2489 – 2506) เพราะการประชันนั้นเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาการของดนตรีไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาประวัติและพัฒนาการด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต 2) เพื่อศึกษาปรากฏการณ์ และคุณค่าด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต ขอบเขตการวิจัย คือ 1) ระยะเวลาการศึกษาของประวัติ พัฒนาการ ปรากฏการณ์ และคุณค่า คือ พ.ศ. 2489 – 2506 2) การศึกษาประวัติ และพัฒนาการด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต เป็นการศึกษาเฉพาะ ประวัติบ้านดุริยประณีต ชีวประวัติผู้ร่วมบรรเลงในวงปี่พาทย์ประชันบ้านดุริยประณีต 28 คน และประวัติด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา นายศุภณัฐ นุตมากุล

อุปกรณ์ และวิธีการดำเนินงานวิจัย

วิจัยเรื่องการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพแนวประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้ (1) เข้าพื้นที่ปฏิบัติงานภาคสนามเพื่อขออนุญาต สืบค้นข้อมูล และรวบรวมข้อมูล (2) เมื่อได้รับการอนุญาต และได้ข้อมูล ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลต่างๆ มาจำแนกตามลำดับ คือ จัดกระทำข้อมูล ตรวจสอบข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสังเคราะห์ข้อมูล (3) การจัดระเบียบจำแนกองค์ประกอบการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต โดยคัดเลือกประเด็นที่ยังไม่มีผู้จัดทำ จากการตรวจซ้ำของผู้เกี่ยวข้องทางสายตระกูลบ้านดุริยประณีต และเครือญาติตลอดจนบุคคลผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นบุคคลข้อมูล (4) ปรับปรุง แก้ไข และตรวจสอบข้อมูลเพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ (5) เรียบเรียง เขียนบทวิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัย (6) จัดทำเอกสารงานวิจัย พร้อมสื่อมัลติมีเดียการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต เผยแพร่สู่สาธารณชนต่อไป

การศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางของการวิจัยจากเอกสารสิ่งตีพิมพ์ ตำรา บทความ อินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง คือ ทฤษฎีลูกกระดอน ทฤษฎีวัฒนธรรม และบุคลิกภาพ ทฤษฎีวิวัฒนาการทางวัฒนธรรม ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์เชิงมุขปาฐะ

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยตั้งประชากรไว้คือ นักดนตรีไทย และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับดนตรีไทยในสังคมไทย โดยแบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 2 กลุ่มเพื่อสัมภาษณ์รวบรวมข้อมูล คือ

1. กลุ่มประชากร คือ บุคคลภายในสายตระกูล จำนวน 8 คน (แบบเจาะจง)
2. กลุ่มประชากร คือ ผู้ที่มีความสัมพันธ์กับบ้านดุริยประณีต จำนวน 28 คน โดยแบ่งกลุ่มประชากร ดังนี้
   - 2.1 ผู้ที่ร่วมวงบรรเลง
   - 2.2 ผู้ที่เป็นคู่ประชัน
   - 2.3 ผู้ที่เป็นมิตรสหาย
   - 2.4 ผู้ที่เป็นลูกศิษย์บ้านดุริยประณีต
   - 2.5 ผู้ที่เป็นนักวิชาการดนตรีไทย

การเก็บข้อมูล สร้างเครื่องมือในการทำงานวิจัย และตรวจสอบความถูกต้อง โดยมีเครื่องมือในการทำวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ ส่วนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร จากการลงพื้นที่ จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งมีอุปกรณ์การวิจัยที่เอื้อต่อการปฏิบัติการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ เครื่องบันทึกเสียง เครื่องบันทึกภาพ และเครื่องบันทึกภาพเคลื่อนไหว

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย การวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

วิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยวิเคราะห์จากเอกสารโดยครอบคลุมเกี่ยวกับบริบท แล้วนำมาเขียนเป็นข้อความแบบบรรยาย

วิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย ซึ่งได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์และการจดบันทึก ผู้วิจัยได้นำหลักการทฤษฎีต่างๆ มาเป็นหลักของการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีเหตุ และมีผล

การนำเสนอข้อมูล ในการนำเสนอผู้วิจัยกำหนดตามคำถามวิจัย และนำเสนอไว้ 2บท ดังนี้

บทที่ 4 ประวัติ และพัฒนาการด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต

บทที่ 5 ปรากฏการณ์ และคุณค่าด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต

สรุป และอภิปรายผล

1. ประวัติ และพัฒนาการด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต

ประวัติ และพัฒนาการด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ในขอบเขตของเวลา คือ พ.ศ. 2489 – พ.ศ. 2506 โดยผู้วิจัยได้จำแนกผู้นำวงทางฝ่ายดนตรีไทยออกเป็น 4 ยุค ได้แก่ ยุคที่ 1 นายศุข ดุริยประณีต (พ.ศ.2461 – พ.ศ.2506) ยุคที่ 2 นายโชติ ดุริยประณีต (พ.ศ.2506 – 2516) ยุคที่ 3 นางสุดจิตต์ ดุริยประณีต (พ.ศ.2516 – พ.ศ.2555) และยุคที่ 4 นายสืบศักดิ์ ดุริยประณีต (พ.ศ.2555 – ปัจจุบัน) ดังนั้น ประวัติ และพัฒนาการด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต แบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1.1 ประวัติ และพัฒนาการบ้านดุริยประณีต “บ้านดุริยประณีต” เป็นบ้านดนตรีไทยที่มีต้นตระกูลมาจาก นายศุข ผู้ที่เป็นข้าราชการในกรมมหรสพ รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชการที่ 6 ในตำแหน่งมหาดเล็ก (ข้าราชการ) บรรเลงระนาดทุ้มเหล็ก (วงดนตรีไทย) เมื่อนายศุข อายุครบ 20 ปี ได้สมรสกับนางแถม มีบุตร และธิดา รวมกัน 11 คน ประกอบด้วย ผู้ชาย 4 คน ผู้หญิง 7 คน ผู้ที่ประกอบอาชีพนักดนตรีไทย 9 คน ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขาย 1 คน ผู้ที่เสียชีวิตตั้งแต่เด็ก 1 คน

ตารางที่ 1 : ลำดับบุตร และธิดา ที่เกิดจากนายศุข ดุริยประณีต และ นางแถม ดุริยประณีต

ลำดับ	ชื่อ	นามสกุลเดิม	นามสกุลตามคู่สมรส	ชาตะ – มตะ (ปี พ.ศ.)
1	นางชุบ	ดุริยประณีต	ชุ่มชูศาสตร์	2450 – 2538
2	นายโชติ	ดุริยประณีต	-	2452 – 2516
3	นายชื้น	ดุริยประณีต	-	2454 – 2507
4	นายชั้น	ดุริยประณีต	-	2457 – 2496
5	นางเชื่อม (สุดา)	ดุริยประณีต	เขียววิจิตร	2460 – 2540
6	นางแช่ม (แช่มช้อย)	ดุริยประณีต	ดุริยพันธุ์	2462 – 2526
7	นางชม	ดุริยประณีต	รุ่งเรือง	2464 – 2556
8	ด.ญ.ตุ๊กตา	ดุริยประณีต	-	2466 – ไม่มีข้อมูล
9	นางทัศนีย์	ดุริยประณีต	พิณพาทย์	2468 – 2500
10	นางสุดจิตต์	ดุริยประณีต	อนันตกุล	2471 – 2555
11	นายสืบสุด	ดุริยประณีต	-	2478 – 2506

จากการจัดลำดับบุตร และธิดา ที่เกิดจากนายศุข ดุริยประณีต และนางแถม ดุริยประณีต สามารถลำดับขั้นพัฒนาการบ้านดุริยประณีตได้ ดังนี้

ตารางที่ 2 : ลำดับขั้นพัฒนาการบ้านดุริยประณีต

ลำดับ	ปี พ.ศ.	เหตุการณ์
1.	2428	เกิดนายศุข จากนายอิน และนางสุ่ม
2.	2438	นายศุข เริ่มหัดปี่พาทย์กับ ครูหงส์ ที่วัดลุ่ม
3.	2445	รับราชการชั้นแรกในกรมมหาดเล็กวรฤทธิ์ ในตำแหน่ง คนระนาดเอก โดยเป็นการบรรจุราชการของเจ้าพระยาเทเวศร์วงศ์วิวัฒน์ (หม่อมราลวงศ์หลาน กุญชร)
4.	2448	สมรสกับนางแถม เชยเกษ
5.	2457	นายศุข ได้รับพระราชทานนามสกุลว่า “ดุรยปรณีต” (เขียนตามราชกิจจานุเบกษา)
6.	2461	นายศุข ได้ลาออกจากข้าราชการ และเริ่มก่อตั้งวงดุริยประณีตขึ้น เริ่มทำธุรกิจการค้าขายเครื่องดนตรี และรับงานบรรเลงต่าง ๆ
7.	2464	นายชื้น ดุริยประณีต เริ่มเรียนดนตรีไทยกับบิดา (นายศุข)
8.	2467	นายชั้น ดุริยประณีต เข้าฝึกหัดดนตรีปี่พาทย์ในกรมปี่พาทย์ และโขนหลวง เนื่องจาก เจ้าพระยาวรพงศ์พิพัฒน์ เสนาบดีกระทรวงวัง ให้รับเยาวชนเข้าฝึกหัดโขน ละคร และดนตรีไทย
9.	2469	นายโชติ ดุริยประณีต ได้ถวายตัวเข้ารับราชการเป็นมหาดเล็กฝ่ายมหรสพ ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7
10.	2469	นายชื้น ดุริยประณีต เริ่มตีระนาดได้คล่องแคล่ว ถึงขั้นชำนาญ และได้เข้ารับราชการจากการแนะนำของพระศุลีสวามิภักดิ์ โดยเข้าถวายตัวเป็นมหาดเล็ก ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7
11.	2473	นายชื้น ดุริยประณีต ได้ลงประชันในตำแหน่งคนระนาดเอก ให้กับวงวังหลวง ในงาน “ประชันปี่พาทย์ฉลองพระชนม์ครบ 4 รอบ” สมเด็จฯเจ้าฟ้ากรมหลวงลพบุรีราเมศวร์
12.	2475	เปลี่ยนแปลงการปกครอง และยกเลิกการอุปถัมภ์นักดนตรีไทยประจำวังต่าง ๆ
13.	2476	นางแช่มช้อย ดุริยประณีต เข้ารับราชการที่กรมศิลปากร ในตำแหน่งคีตศิลป์ไทย
14.	2477	นางสุดา ดุริยประณีต เข้ามารับราชการที่กรมศิลปากร ในตำแหน่งคีตศิลป์ไทย
15.	2478	ทางสำนักพระราชวังได้โอนงานการช่าง และมหรสพให้มาขึ้นอยู่ในกรมศิลปากร นายชื้น ดุริยประณีต ยังคงอยู่ในราชการต่อหลังจากโอนย้ายสังกัด
16.	2484	เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 (สงครามมหาเอเชียบูรพา)
17.	2485	นายชื้น ดุริยประณีต ลาออกจากราชการมารับงานอิสระ
18.	2487	ครอบครัวดุริยประณีตย้ายที่อยู่อาศัยมาอยู่ที่ บริเวณคลองบางขุนกอง ใกล้วัดจำปา จังหวัดนนทบุรี จากการหนีระเบิดในเหตุการณ์สงครามโบก ครั้งที่ 2จบ

ลำดับ	ปี พ.ศ.	เหตุการณ์
19.	2489	นายสืบสุด ดุริยประณีต จับมือสาธุการจากบิดา หัดเรียนดนตรีไทยปี่พาทย์อย่างจริงจัง
20.	2492	นายสืบสุด ดุริยประณีต สามารถตีระนาดเอกถึงขั้นชำนาญ และสามารถเริ่ม รับหน้าที่ตีระนาดเอกให้กับวงดุริยประณีต ด้วยพรสวรรค์ที่ติดมาแต่กำเนิดจึงทำให้มีการพัฒนาการที่รวดเร็ว
21.	2493	นายวิเชียร พรหมจรรย์ ได้รับการฝากตัวเป็นศิษย์จากผู้เป็นบิดา ให้มากราบ นายศุข ดุริยประณีต และเริ่มเรียนดนตรีไทยในบ้านดุริยประณีต
22.	2496	นายสืบสุด ดุริยประณีต เข้ารับราชการที่กรมประชาสัมพันธ์ แผนกดนตรีไทย ตำแหน่งระนาดเอก
23.	2497	นายสืบสุด ดุริยประณีต เริ่มประชันกับกำนันแสวง คล้ายทิม ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
24.	2506	นายศุข ดุริยประณีต และนายสืบสุด ดุริยประณีต เสียชีวิตลงจากอุบัติเหตุทางรถยนต์

1.2 ประวัตินักดนตรีประจำวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต ผู้ที่ร่วมวงบรรเลง และ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตในช่วง พ.ศ. 2489 – 2506 มีจำนวนทั้งสิ้น 28 คน ประกอบด้วย ครูผู้สอน และควบคุมวง 8 คน ผู้ขับร้อง 5 คน เครื่องเป่า 2 คน ระนาดเอก 1 คน ฆ้องวงใหญ่ 2 คน ฆ้องวงเล็ก 4 คน ระนาดทุ้ม 1 คน เครื่องหนัง และเครื่องประกอบจังหวะ 5 คน

ตารางที่ 3 : รายนามครูผู้สอน ผู้ควบคุมวง และผู้บรรเลงในการประชันของวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต พ.ศ. 2489 – พ.ศ. 2506

ลำดับ	ชื่อ	นามสกุล	เครื่องมือ / หน้าที่
1.	พระยาเสนาะดุริยางค์ (แช่ม สุนทรวาทิน)		ครูหลักของบ้านดุริยประณีต
2.	นายศุข	ดุริยประณีต	ผู้ควบคุมวง
3.	นางแถม	ดุริยประณีต	ผู้ควบคุมวง
4.	นายสอน	วงฆ้อง	ครูผู้สอน
5.	นายโชติ	ดุริยประณีต	ผู้ควบคุมวง / ปรับวง / เครื่องหนัง / เครื่องเป่า และเครื่องประกอบจังหวะ
6.	นายชื้น	ดุริยประณีต	ผู้ฝึกสอน / ปรับวง

ลำดับ	ชื่อ	นามสกุล	เครื่องมือ / หน้าที่
7.	นายชั้น	ดุริยประณีต	ผู้ฝึกสอน / ปรับวง
8.	นายบุญยงค์	เกตุคง	ผู้ฝึกสอน / ปรับวง
9.	นางเชื่อม (สุดา)	ดุริยประณีต (เขียววิจิตร)	ขับร้อง
10.	นางชมชื่น (ชม)	ดุริยประณีต (รุ่งเรือง)	ขับร้อง
11.	นางสุดจิตต์	ดุริยประณีต (อนันตกุล)	ขับร้อง
12.	นางสุรางค์	ดุริยพันธุ์	ขับร้อง
13.	นายศิริ	วิชเวช	ขับร้อง
14.	นายจำเนียร	ศรีไทยพันธุ์	เครื่องเป่าไทย
15.	นายสมนึก	บุญจำเริญ	เครื่องเป่าไทย
16.	นายสืบสุด	ดุริยประณีต	ระนาดเอก
17.	นายสมาน	ทองสุโชติ	ฆ้องวงใหญ่
18.	นายสมชาย	ดุริยประณีต	ฆ้องวงใหญ่ / เครื่องหนังไทย – มอญ
19.	นายวิเชียร	พรหมจรรย์	ฆ้องวงเล็ก / เครื่องหนังไทย – มอญ
20.	นายแจ้ง	คล้ายสีทอง	ฆ้องวงเล็ก
21.	นายสุพจน์	โตสง่า	ฆ้องวงเล็ก
22.	นายเผชิญ	กองโชค	ฆ้องวงเล็ก
23.	นายสุชาติ	คล้ายจินดา	ระนาดทุ้ม
24.	นายสมพงษ์	นุชพิจารณ์	เครื่องหนังไทย – มอญ
25.	หม่อมหลวงสุรักษ์	สวัสดิกุล ณ อยุธยา	เครื่องหนังไทย – มอญ / เครื่องประกอบจังหวะ
26.	นายมนู	เขียววิจิตร	เครื่องหนังไทย – มอญ
27.	นายชนะ	ดุริยพันธุ์	เครื่องหนังไทย – มอญ
28.	นายอนันต์	ดุริยพันธุ์	เครื่องหนังไทย – มอญ

1.3 ประวัติ และพัฒนาการด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต ในช่วงเวลาเพียง 17 ปี (พ.ศ. 2489 – 2506) มีการประชันทั้งหมด 11 ครั้งเท่านั้น ประชันแบบมีกรรมการตัดสิน 2 ครั้ง และประชันแบบไม่มีกรรมการตัดสิน 9 ครั้ง เริ่มต้นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2489 ในขณะนั้น ด.ช.สืบสุด ดุริยประณีต อายุเพียง 11 ปี เท่านั้น จากพัฒนาการของการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตยังแสดงถึงความเพียรพยายาม และอัจฉริยภาพของผู้บรรเลงในวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต เนื่องจากช่วงที่เริ่มประชันนั้นผู้บรรเลงทั้งวงมีอายุเพียง 8 – 12 ปี แต่ภายในระยะเวลา 3 – 4 ปี ผู้บรรเลงในวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตก็สามารถแสดงศักยภาพที่มากขึ้นกว่าเดิมเป็นอย่างมากจนสมบูรณ์

ตารางที่ 4 : เหตุการณ์การประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตโดยมีผู้บรรเลงระนาดเอกเป็นสายตระกูล “ดุริยประณีต” เท่านั้น

ปี พ.ศ.	เหตุการณ์	สถานที่
2473	ประชันปี่พาทย์ฉลองพระชนม์ครบ 4 รอบ สมเด็จฯ เจ้าฟ้ากรมหลวงลพบุรีราเมศวร์	วังลดาวัลย์
2488	ด.ช.สืบสุด ดุริยประณีต (ไก่) อายุ 10 ปี ได้ต่อเดี่ยวระนาดเอก จากนายชื้น ดุริยประณีต (พี่ชาย) ไว้หลายเพลง มีหัวพลิกแพลงทำทางของตนเองได้บ้าง ไล่ระนาดหนักขึ้น เริ่มฝึกฝนระนาดเอกอย่างจริงจัง จนกระทั่งจบเดี่ยวระนาดเอกเพลงเพลงพญาโศก เถา และเพลงกราวใน 3ชั้น	บ้านดุริยประณีต
2489	ด.ช.สืบสุด ดุริยประณีต (ไก่) ขึ้นประชันกับ นายสำรวยแก้วสว่าง เป็นการประชันครั้งแรกของ ด.ช.สืบสุด ดุริยประณีต (ไก่) ซึ่งการประชันครั้งนี้ บรรเลงแต่เพลงเดี่ยวทั้งหมด แสดงเห็นถึงอัจฉริยภาพของ ด.ช.สืบสุด ดุริยประณีต (ไก่)	บ้านศาลเจ้าโรงทอง อ.วิเศษไชยชาญ จ.อ่างทอง
2493	นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) ประชัน 7 วัน 7 คืน ยันรุ่งสาง การประชันครั้งนี้เป็นการประชันวิธีตั้งพาน จับวงตั้ง และ วงประชัน จบเพลงจับใหม่ต่างคนต่างไม่รู้เพลงกันมาก่อน ใครแก้ไม่ได้กรรมการตัดสินให้แพ้	จังหวัดสุพรรณบุรี
2493	เดือนสิงหาคม นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) อายุ 15 ปี นำวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตไปถวายมือในงานไหว้ครูที่บ้านบาตร เป็นการประลองเพียงเท่านั้น	สำนักดนตรีบ้านบาตร กรุงเทพมหานคร

ปี พ.ศ.	เหตุการณ์	สถานที่
2494	เดือนสิงหาคม พิธีไหว้ครูที่บ้านบาตร จัดการประลองต่อแนวการบรรเลงเดี่ยวระนาดเอก เพลงแขกมอญ 3 ชั้น โดยตั้งทั้งหมด 6 ราง หนึ่งในนั้นมีนายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) บรรเลงเป็นรางที่ 6 (รางสุดท้าย)	สำนักดนตรีบ้านบาตร กรุงเทพมหานคร
2495	สิงหาคม / นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) บรรเลงถวายมือเดี่ยวระนาดเอกเพลงกราวใน 3ชั้น เมื่อบรรเลงเสร็จเข้าไปกราบหลวงประดิษฐ์ไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง) และลากลับ	สำนักดนตรีบ้านบาตร กรุงเทพมหานคร
2497	นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) ประชันกับนายแสวง คล้ายทิม (กำนันแสวงบ้านคลัง)	จ.พระนครศรีอยุธยา
2499	นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) ประชันกับ นายพินิจ ฉายสุวรรณ (สนม ระนาดเอก) โดยวางอุบายในการประชัน	วัดเชิงท่า อ.เมือง ลพบุรี
2500	นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) ประชันกับนายแสวง คล้ายทิม (กำนันแสวงบ้านคลัง) 2 วัน 2 คืน เน้นบรรเลงไปทางเพลงเดี่ยว หลังจากจบงานเจ้าภาพตัดสินว่า “ตัดสินให้นายไก่ชนะ” พร้อมให้เงินรางวัล 700 บาท บอกว่าเครื่องมือชิ้นอื่นๆ ไม่เกี่ยว เพราะ 2 คืน เดี่ยวระนาดเอก มากที่สุด	วัดเจ้าเจ็ด อ.เสนา จ.พระนครศรีอยุธยา
2504	5 กุมภาพันธ์ นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) วางตัวให้ นายสุพจน์ โตสง่า ตีระนาดเอกวงดุริยประณีต (พระนคร) เพื่อประชันกับ พ.จ.อ.กิตติ (นกเล็ก) เกตรา วงครูหยด ศรีอยู่ (บางม่วง นนทบุรี) กำหนดให้บรรเลงเดี่ยวรอบวงเพลงพญาโศก 3 ชั้น	สังคีตศาลา กรุงเทพมหานคร

2. ปรากฏการณ์ และคุณค่าด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต

ปรากฏการณ์ และคุณค่า ด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต ปรากฏผลของปรากฏการณ์และคุณค่า ตามลำดับเหตุการณ์ตั้งแต่ พ.ศ. 2489 – พ.ศ. 2506 รวมทั้งหมด 11 ครั้ง ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏการณ์จากประวัติ และพัฒนาการด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตสืบมา และใช้ทฤษฎีคุณค่าตามหลักของคุณวิทยาในการตัดสินทั้งหมด 4 ประการ โดยผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ปรากฏการณ์ 2) คุณค่า ดังนี้

2.1 ปรากฏการณ์ด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต จากปรากฏการณ์ ที่ปรากฏนั้นประกอบด้วย ความอัจฉริยภาพของผู้บรรเลง ความคิดสร้างสรรค์ในการประพันธ์ทางเดี่ยว กลวิธีการแก้เพลง

ในการประชัน การวางแผนการฝึกซ้อม วิธีการฝึกซ้อม กลอุบายในการประชัน การสร้างสรรค์ในการยั่วยุคู่ประชัน และการเปลี่ยนแปลงผู้บรรเลงภายในวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต

ตารางที่ 5 : ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต พ.ศ. 2489 - 2506

ครั้งที่	ปรากฏการณ์จากการประชัน
1	- การประชันในครั้งนี้เป็นการประชันครั้งแรกของ ด.ช.สืบสุด ดุริยประณีต (ไก่) ได้สำแดงความอัจฉริยภาพทางด้านการบรรเลงระนาดเอก
2	- เกิดการรวมวงที่สมบูรณ์ - ได้รับการประชันเต็มวงเป็นครั้งแรก - แสดงทั้งศักยภาพทางด้านการบรรเลง และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีในขณะที่ได้ประชัน
3	- เป็นการขึ้นประชันครั้งแรกด้วยวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต รุ่นเล็ก ที่สมบูรณ์ - เป็นการประชันในประเภทวงปี่พาทย์เสภาครั้งแรก
4	- เกิดเดี่ยวเพลงต่อยรูป 3ชั้น ในทุกเครื่องมือ รวมทั้งขับร้อง - เกิดกลวิธีการซ้อมที่แยบยลจากแนวคิดของ นายโชติ ดุริยประณีต และนายชื้น ดุริยประณีต
5	- นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) แพ้การประลองต่อแนวเดี่ยวระนาดเอกเพลงแขกมอญ 3ชั้น - กลวิธีการฝึกซ้อมที่เป็นรูปแบบที่เข้มข้น
6	- การแสดงออกทางมารยาทของนักดนตรีไทย คือ เมื่อบรรเลงจบ ก็คลานเข่าเข้าไปกราบหลวงประดิษฐไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง) ผู้ที่เป็นเจ้าของสำนัก เพื่อขอลากลับ
7	- ความคิดสร้างสรรค์ในการยั่วยุวงประชัน คือ ปลดผืนระนาดเดินตีทั่วงาน - การแก้เพลงที่เลือกใช้การบรรเลงทับเพลงที่วงตั้ง ตั้งเพลงมา เป็นกลวิธีการแก้เพลงประชันจากนายศิริ วิชเวช (ผู้ขับร้อง) - เปลี่ยนผู้บรรเลงฆ้องวงเล็กประจำวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต รุ่นเล็ก จาก นายวิเชียร พรหมจรรย์ เป็น นายแจ้ง คล้ายสีทอง
8	- นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) ตั้งกลวิธีการแก้เพลงประชัน โดยการวางอุบาย “ยากสลับง่าย”
9	- การแก้เพลงในครั้งนี้ นายสมชาย ดุริยประณีต เป็นผู้วางแผนในการแก้เพลง โดยเลือกการแก้เพลงจากการเลือกเพลงที่มีอัตราจังหวะมากกว่า หรือมีจำนวนท่อนที่มากกว่าในสำเนียงเดียวกัน

ครั้งที่	ปรากฏการณ์จากการประชัน
10	- การแก้เพลงในครั้งนี้ใช้วิธีการบรรเลงทับเพลง โดยมีแนวทางมาจาก นายสอน วงฆ้อง ผู้นำวงไปบรรเลง - เกิดเดี่ยวระนาดเอกเพลงเทพบรรทม 3ชั้น - เกิดเดี่ยวระนาดเอกเพลงอาถรรพ์ 3ชั้น - เปลี่ยนผู้บรรเลงฆ้องวงเล็กประจำวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต รุ่นเล็ก จาก นายแจ้ง คล้ายสีทอง เป็น นายสุพจน์ โตสง่า
11	- เกิดการแก้เพลงจากหม่อมหลวงสุรักษ์ สวัสดิกุล ด้วยกลวิธีการบรรเลงด้วยเพลงที่สำเนียงเดียวกัน และมีอัตราจังหวะที่ใหญ่กว่า - เปลี่ยนผู้บรรเลงฆ้องวงเล็กประจำวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต รุ่นเล็ก จากนายสุพจน์ โตสง่า เป็น นายเผชิญ กองโชค - นายสุพจน์ โตสง่า เริ่มไล่ระนาดเตรียมเป็นผู้บรรเลงระนาดเอกสำรองให้กับวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต

2.2 คุณค่าด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต ในการประชันทุกครั้งคุณค่าที่เกิดขึ้น คือ **คุณค่านอกตัว (Extrinsic Value)** ของการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต คือ บริบทในการประชัน และเครื่องดนตรีไทย ที่ส่งผลต่อวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต คือ 1) อาหาร 2) เครื่องดื่ม 3) เครื่องดนตรีส่วนตัวที่นำประชัน 4) อุปกรณ์ไม้ตีส่วนตัวที่นำไปประชัน 5) สถานที่ในการประชัน 6) การเดินทางไปประชัน 7) การพักผ่อนก่อน หลัง และระหว่างการประชัน 8) ผู้ควบคุมวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตไปประชัน **คุณค่าในตัว (Intrinsic Value)** ของการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต คือ ความมุ่งมั่นในการประชันที่ส่งผลต่อบุคคลในวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตทำให้เกิดการพัฒนา ทางด้านทักษะ โดยประกอบไปด้วย 1) ความเพียรในการเรียนเพลง 2) ความเพียรในการฝึกซ้อม 3) การแสวงหาความรู้ใหม่ 4) มีจุดมุ่งหมาย ที่แน่ชัดในการประชันแต่ละครั้ง 5) ความคิดสร้างสรรค์ในการประพันธ์เพลง 6) ความคิดสร้างสรรค์ ในการประชัน 7) การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า 8) การเกิดเชาว์ปัญญาไหวพริบในการประชัน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้การประชันแต่ละครั้งของวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต มีความสมบูรณ์ และพร้อมต่อการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าทุกสถานการณ์ ส่วนของการตัดสินคุณค่าของคุณวิทยา ปรากฏครบทั้ง 4 ลักษณะการตัดสิน เนื่องจากการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต ทั้ง 11 ครั้งเป็นการบรรเลงดนตรีไทย ที่ต้องตัดสินคุณค่าจากผู้ฟัง (การตัดสินเชิงจิตวิสัย) ความสามารถ และทักษะของผู้บรรเลง (การตัดสินเชิงวัตถุวิสัย) ความสามารถ และทักษะของผู้บรรเลงที่สื่ออารมณ์ กลวิธีการแก้เพลงนั้นส่งต่อมายังผู้รับชมรับฟัง (การตัดสินเชิงจิตวิสัย + วัตถุวิสัย) และสุดท้ายคือ การบรรเลงเพื่อการประชันแต่ละครั้งนั้นมีประโยชน์ จึงกล่าวได้ว่าการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตมีคุณค่า (การตัดสินเชิงอรรถประโยชน์)

ตารางที่ 6 : คุณค่าที่เกิดขึ้นจากปรากฏการณ์การประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต พ.ศ. 2489 - 2506

ครั้งที่	คุณค่าที่เกิดขึ้นจากการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต		ลักษณะการตัดสินคุณค่า			
	คุณค่าในตัวเอง	คุณค่านอกตัวเอง	1	2	3	4
1	- ความเพียรในการเรียนเพลง - ความเพียรในการฝึกซ้อม - มีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดในการประชัน	-		/	/	/
2	- ความเพียรในการเรียนเพลง - ความเพียรในการฝึกซ้อม - มีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดในการประชัน	- เครื่องดนตรีส่วนตัว - อุปกรณ์ไม้ตีส่วนตัว - การเดินทางไปประชัน - ผู้ควบคุมวง	/	/	/	/
3	- ความเพียรในการเรียนเพลง - ความเพียรในการฝึกซ้อม - การแสวงหาความรู้ใหม่ - มีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดในการประชัน	- อุปกรณ์ไม้ตีส่วนตัว - สถานที่ในการประชัน - การเดินทางไปประชัน	/	/	/	/
4	- ความเพียรในการเรียนเพลง - ความเพียรในการฝึกซ้อม - การแสวงหาความรู้ใหม่ - มีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดในการประชัน - ความคิดสร้างสรรค์ในการประพันธ์เพลง - การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า - การเกิดไหวพริบในการประชัน	- อาหาร - เครื่องดื่ม - เครื่องดนตรีส่วนตัว - อุปกรณ์ไม้ตีส่วนตัว - ผู้ควบคุมวง	/	/	/	/
5	- ความเพียรในการฝึกซ้อม - การแสวงหาความรู้ใหม่ - มีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดในการประชัน	- อุปกรณ์ไม้ตีส่วนตัว - สถานที่ในการประชัน - การเดินทางไปประชัน			/	/
6	- ความเพียรในการฝึกซ้อม - การแสวงหาความรู้ใหม่ - มีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดในการประชัน	- อุปกรณ์ไม้ตีส่วนตัว - สถานที่ในการประชัน - การเดินทางไปประชัน	/	/	/	/
7	- มีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดในการประชัน - ความคิดสร้างสรรค์ในการประชัน - การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า - การเกิดไหวพริบในการประชัน	- อาหาร - เครื่องดนตรีส่วนตัว - อุปกรณ์ไม้ตีส่วนตัว - ผู้ควบคุมวง	/	/	/	/

ครั้งที่	คุณค่าที่เกิดขึ้นจากการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต		ลักษณะการตัดสินคุณค่า			
	คุณค่าในตัวเอง	คุณค่านอกตัวเอง	1	2	3	4
8	- ความเพียรในการฝึกซ้อม - การแสวงหาความรู้ใหม่ - มีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดในการประชัน - การเกิด ไหวพริบในการประชัน - การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	- ผู้ควบคุมวง	/	/	/	/
9	- ความเพียรในการฝึกซ้อม - การแสวงหาความรู้ใหม่ - มีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดในการประชัน - การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	- เครื่องดนตรีส่วนตัว - อุปกรณ์ไม้ตีส่วนตัว - สถานที่ในการประชัน - การเดินทางไปประชัน - การพักผ่อนก่อน	/	/	/	/
10	- ความเพียรในการเรียนเพลง - ความเพียรในการฝึกซ้อม - การแสวงหาความรู้ใหม่ - มีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดในการประชัน - ความคิดสร้างสรรค์ในการประพันธ์เพลง - การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า - การเกิดไหวพริบในการประชัน	- อาหาร - เครื่องดื่ม - เครื่องดนตรีส่วนตัว - อุปกรณ์ไม้ตีส่วนตัว - สถานที่ในการประชัน - การเดินทางไปประชัน - การพักผ่อน - ผู้ควบคุมวง	/	/	/	/
11	- การแสวงหาความรู้ใหม่ - มีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดในการประชัน - การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	- เครื่องดนตรีส่วนตัว - อุปกรณ์ไม้ตีส่วนตัว - สถานที่ในการประชัน - การเดินทางไปประชัน - การพักผ่อน	/	/	/	/

ในตารางที่ 6 ช่อง **ลักษณะการตัดสินคุณค่า** ที่เป็นช่องหมายเลข **1 2 3 4** แต่ละช่องหมายถึง

1 การตัดสินเชิงจิตวิสัย **2** การตัดสินเชิงวัตถุวิสัย

3 การตัดสินเชิงจิตวิสัย + วัตถุวิสัย **4** การตัดสินเชิงอรรถประโยชน์

อภิปรายผล

ผลที่ได้จากการวิจัย นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ประวัติ และพัฒนาการด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า การประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต ส่วนมากผู้บรรเลงในวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต เป็นผู้ที่สืบสายเลือด “ดุริยประณีต” โดยเฉพาะผู้บรรเลงระนาดเอก เริ่มมาตั้งแต่ พ.ศ. 2473 คือ นายชื้น ดุริยประณีต ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2489 คือ นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) จนกระทั่ง พ.ศ. 2506 นายสืบสุด ดุริยประณีต (นายไก่) เป็นผู้บรรเลงระนาดเอกที่หาผู้เปรียบได้ยาก ถือว่าเป็นคนระนาดเอกของยุค เนื่องจากมีความอัจฉริยภาพทางดนตรีไทยเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น ไหวพริบ ความคิดสร้างสรรค์ การวางแผน ทักษะการบรรเลง และจิตใจที่หนักแน่น ซึ่งสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของนายสืบศักดิ์ ดุริยประณีต ที่ได้กล่าวไว้ว่า ***“พ่อ เป็นคนที่ตีระนาดได้ไหวกว่าใครในสมัยนั้น และพ่อก็ยังรักในการตีระนาดเอกมากกว่าอะไร ตอนผมเด็ก ๆ ตั้งแต่ผมจำความได้ก็จะได้ยินเสียงระนาดพ่อตีตลอดที่เขาว่าง ทั้งไล่มือ และทั้งคิดเพลงใหม่ เพราะพ่อระวังตัวมากในการประชัน พ่อไม่เคยคิดว่าตัวเองเก่งที่สุด แต่พ่อจะคิดเสมอว่าต้องมีคนที่เก่งกว่าพ่อ อีกทั้งพ่อยังเล่าให้ฟังว่า ลุงชื้น เป็นคนระนาดที่ไหว และฉลาดมาก ลุงชื้น ลุงโชติ ลุงชั้น ก็ยังมองการไกลจัดตั้ง วงดุริยประณีต รุ่นเล็ก ขึ้นมาไว้เพื่อประชัน และออกงาน”***

บ้านดุริยประณีต เป็นบ้านดนตรีไทยที่สืบสายตระกูลยาวนานมากว่า 100 ปี และได้รับพระราชทานนามสกุลในรัชสมัยรัชกาลที่ 6 เริ่มต้นจาก นายศุข และ นางแถม โดยทั้ง 2 คน มีบุตร – ธิดา รวมกัน 11 คน เป็นนักดนตรีไทย 9 คน ค้าขาย 1 คน และเสียชีวิตตั้งแต่เด็ก 1 คน ซึ่งจากการที่ได้สืบค้นข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า งานวิจัยบางเล่มมีข้อมูลที่ไม่ตรงกับข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์นางชยันตี อนันตกุล (บุตรีนางสุดจิตต์ ดุริยประณีต อนันตกุล ศิลปินแห่งชาติ) ในเรื่องของจำนวนบุตรของนายศุข และนางแถม ดุริยประณีต บางเล่มบอกว่ามี 12 คน เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เพื่อตรวจสอบข้อมูลที่เท็จจริงจากทายาทได้รับการยืนยันจากบุตรีของนางสุดจิตต์ ดุริยประณีต ศิลปินแห่งชาติ คือ นางชยันตี อนันตกุล กล่าวว่า ***“แม่จะเล่าให้ฟังอยู่บ่อย ๆ เกี่ยวกับประวัติความเป็นของที่บ้าน แม่บอกว่า ตามีลูกทั้งหมด 11 คน ที่แม่ชื่อสุดจิตต์ เพราะคิดว่าเป็นคนสุดท้ายแล้ว แต่ยังมีมาอีกคือ น้าไก่ เลยตั้งชื่อว่า สืบสุด”***

บุคคลที่ร่วมบรรเลง และมีส่วนเกี่ยวข้องในวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต พ.ศ. 2489 – 2506 มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 28 คน ประกอบด้วย ครูผู้สอน และควบคุมวง 8 คน ผู้ขับร้อง 5 คน เครื่องเป่า 2 คน ระนาดเอก 1 คน ฆ้องวงใหญ่ 2 คน ฆ้องวงเล็ก 4 คน ระนาดทุ้ม 1 คน เครื่องหนัง และเครื่องประกอบจังหวะ 5 คน ซึ่งสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของ นายอนันต์ ดุริยพันธุ์ ที่ได้กล่าวไว้ว่า ***“สมัยนั้น วงดุริยประณีต ก็มีน้าไก่ ตีระนาด พี่หมัดฆ้องใหญ่ บางทีพี่หมาน ก็มาตีฆ้องใหญ่ พี่ชาติทุ้ม ฆ้องเล็กก็เปลี่ยนเยอะนะ จำได้ว่า 4***

คน ก็มีพี่เชียร พี่แจ้ง น้าปื๊ด และก็เจ้าแชน ส่วนเครื่องเป่าถ้าของบ้านเลยก็พี่นึก ถ้ามีอีกคนก็ครูเนียร ส่วนเครื่องหนังนี้ก็ เรา หยาย พี่พงษ์ พี่อี๊ด สลับกันตี แต่ถ้าสองหน้าก็ต้องพี่พงษ์แหละ ส่วนพี่ตู๋ ลุงชื้น ลุงชั้น ลุงโชติ น้ายงค์ เขาเป็นผู้ปรับวง คอยสอน คอยบอกนัดแนะ และก็ยังมี พระยาเสนาะฯ ครูสอน ตาศุข ยายแถม คนร้องนี้เยอะ น้าจิต แม่ ป้าเชื่อม ส่วนพี่ริน้ีมายุคเราทันเห็น"

ด้านพัฒนาการของการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต เป็นช่วงเวลาเพียง 17 ปี (พ.ศ. 2489 – พ.ศ. 2506) มีการประชันทั้งหมด 11 ครั้งเท่านั้น แสดงถึงความเพียรพยายาม และอัจฉริยภาพของผู้บรรเลงในวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต เนื่องจากช่วงที่เริ่มประชันนั้นผู้บรรเลงทั้งวงมีอายุเพียง 8 – 12 ปี แต่ภายในระยะเวลา 3 – 4 ปี ผู้บรรเลงในวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตก็สามารถแสดงศักยภาพที่มากขึ้นกว่าเดิมเป็นอย่างมากจนสมบูรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของ พระราชภัทรญาณ (ณรงค์ วิชยาภัย บุนนาค) ที่ได้กล่าวว่า ***"สมัยนั้น ฉันจำได้ว่าไปประชันกันบ่อย ส่วนมากไม่ค่อยตัดสินหรอก เขารู้กันเป็นนัยในกรุงเทพฯ ฉันเคยไปอยู่ 2 หน ตอนนั้นฉันยังไม่บวชนะ เป็นฆราวาสอยู่ ก็ที่จำได้เลยประชันกับวงพาทยโกศล ส่วนตามต่างจังหวัดฉันไม่ได้ไปหรอก ต้องทำงาน และช่วยดูแลย่าแถมอยู่บ้าน แต่พอเจ้าไก่เจ้าหมัด และเจ้าตู๋ กลับมาจากประชันนะ จะต้องชวนฉันออกไปดื่มเหล้าตลอด พร้อมกับเล่าให้ฟังว่าไปประชันที่ไหนมา สนุกยังไง ได้เพื่อนใหม่เพิ่มขึ้นด้วย"***

6.2.2 ปรากฏการณ์ และคุณค่า ด้านการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต

ปรากฏการณ์ในการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตนั้น เกิดเพลงใหม่ การบรรเลงใหม่ กลวิธีการแก้เพลงประชัน และการปรับวงให้เข้าสมัย ถือว่าเป็นเรื่องที่สมบูรณ์เนื่องจากปัจจุบันยังคงดำรงรักษาไว้กับปรากฏการณ์ และคุณค่า ที่ค้นพบ มีความสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์จากนายศิริ วิชเวช ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง (คีตศิลป์) พุทธศักราช 2551 กล่าวว่า ***" ไก่ เป็นคนเก่ง ฉันเคยไปประชันกับเขาฝั่งนู้นเขาตั้งเพลงอะไรมา ไก่ประชันกลับได้หมด และดีกว่าเสียอีก เพราะด้วยไหวพริบที่ไก่มี ไก่ฟังเขาก่อนจึง แก้กลับด้วยความยาก และความไหวกว่าวงประชัน "***

ด้านคุณค่าในการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตที่เกิดขึ้นนั้น คือ การขยันฝึกซ้อม การขยันต่อเพลง และการมีจุดมุ่งหมายในการประชัน ตัดสินคุณค่าของคุณวิทยา ปรากฏครบทั้ง 4 ลักษณะการตัดสิน เนื่องจากการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีต ทั้ง 11 ครั้งต้องตัดสินคุณค่าจากผู้ฟัง ความสามารถ ของผู้บรรเลง ทักษะของผู้บรรเลง ทักษะของผู้บรรเลงที่สื่ออารมณ์ และกลวิธีการแก้เพลงนั้นส่งต่อมา ยังผู้รับชมรับฟัง สุดท้ายคือ การบรรเลงเพื่อการประชันแต่ละครั้งนั้นมีประโยชน์ทั้งภายใน และภายนอก จึงกล่าวได้ว่าการประชันวงปี่พาทย์บ้านดุริยประณีตมีคุณค่า

เอกสารอ้างอิง

ณรงค์ เขียนทองกุล. (2539). **มานุษยวิทยาการดนตรี : กรณีศึกษาบ้านบางลำพู.** วิทยานิพนธ์การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

มานพ วิสุทธิแพทย์ และคณะ. (2543). **การสืบทอดเพลงไทยบ้านบางลำพู : วัฒนธรรมมุขปาฐะ.** มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.

อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพ จำเนียร ศรีไทยพันธุ์. (2540). อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพ. กรุงเทพฯ: พิฆเณศพริ้นท์ติ้งเซ็นเตอร์จำกัด.

อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพ นายสมพงษ์ นุชพิจารณ์. (2535). อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เรือนแก้สการพิมพ์

บุคลานุกรม

ชยันตี อนันตกุล. ประธานมูลนิธิดุริยประณีต. (ผู้ให้สัมภาษณ์) ศุภณัฐ นุตมากุล. (ผู้สัมภาษณ์) เมื่อ 10 กันยายน 2562.

พระราชภัทรญาณ (ณรงค์ วิชยาภัย บุนนาค). ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร. (ผู้ให้สัมภาษณ์) ศุภณัฐ นุตมากุล. (ผู้สัมภาษณ์) เมื่อ 22 ตุลาคม 2562

ศิริ วิชเวช. ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง (คีตศิลป์) พ.ศ. 2551. (ผู้ให้สัมภาษณ์) ศุภณัฐ นุตมากุล. (ผู้สัมภาษณ์) เมื่อ 11 ตุลาคม 2562.

สืบศักดิ์ ดุริยประณีต. ครูดนตรีไทยอาวุโส อาจารย์พิเศษจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (ผู้ให้สัมภาษณ์) ศุภณัฐ นุตมากุล. (ผู้สัมภาษณ์) เมื่อ 1 พฤศจิกายน 2561 และ21 มกราคม 2562.

อนันต์ ดุริยพันธุ์. ครูดนตรีไทยอาวุโส อาจารย์พิเศษคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (ผู้ให้สัมภาษณ์) ศุภณัฐ นุตมากุล. (ผู้สัมภาษณ์) เมื่อ 26 มกราคม 2562 และ 17 ตุลาคม 2562.

การรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของตราสินค้า การรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ศิลปินเกาหลีที่พยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้า

Predicting repurchase intention for Skincare Product endorsed by Korean Celebrities: Perceived Brand and Presenter Credibility

อนุศรา เอนกพัฒนกิจ
Anusra Anekpattanakij
คณะนิเทศศาสตร์ และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
Graduate School of Communication Arts and Innovation Management
National Institute of Development Administration
อีเมล์ : a.anusra@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ ประจักษ์เนตร
Asst. Prof. Pornpun Prajaknate, Ph.D.
ผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาโท
Director of M.A.
อีเมล์ : pornpun.p@nida.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของตราสินค้าดูแลผิวหน้า การรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ศิลปินเกาหลีที่นำเสนอสินค้าดูแลผิวหน้า ด้านความน่าดึงดูดใจ ความเชี่ยวชาญ ความน่าไว้วางใจ และความตั้งใจซื้อซ้ำ ที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 423 คน ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ส่งผ่านสื่อประเภทเฟซบุ๊ค และทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เป็นพรีเซนเตอร์สินค้าดูแลผิวหน้า

ผลการศึกษาพบว่าความน่าเชื่อถือของตราสินค้า และความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ ด้านความน่าดึงดูดใจ ด้านความน่าไว้วางใจ และด้านความเชี่ยวชาญ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ คือ การรับรู้ความน่าเชื่อถือตราสินค้าร่วมกับความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ด้านความเชี่ยวชาญ ซึ่งพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำได้ร้อยละ 28.2

คำสำคัญ : สินค้าดูแลผิวหน้า, ศิลปินเกาหลี, ความน่าเชื่อถือ, ตราสินค้า, พรีเซนเตอร์, ความตั้งใจซื้อซ้ำ

Abstract

This research has the objective to study consumer's perception on the credibility of skincare brands, on the credibility of Korean celebrity who represents skincare brands regarding the aspects of attractiveness, trustworthiness, expertise and consumer's repurchase intention that predict repetitive intention to purchase the skincare products with Korean artists as presenter. Quantitative research method was employed in this study by means of an online questionnaire from a sample group of 423 users of Facebook and Twitter online social network services of Korean celebrity who represents skincare brands' fan club.

The results of this study had shown that brand credibility and presenter credibility regarding attractiveness, trustworthiness and expertise were related to the consumer's repetitive purchase intention at a significant statistical level of .001 and the factors that predicted of the repetitive purchase intention for the skincare products with Korean celebrity as presenter was the combination of the perception of brand credibility and presenter's credibility could predict the consumer's repetitive purchase intention at 28.2 percent.

Keywords : Facial skincare, Korean celebrity, Credibility, Brand, Presenter, Repurchase intention

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยเป็นตลาดความงามใหญ่ที่สุดในอาเซียน มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องที่ราวร้อยละ 7 มากว่า 5 ปี ตั้งแต่ปี 2556 โดยในปี 2561 Euromonitor International ได้เปิดเผยข้อมูลภาพรวมตลาดสินค้าความงามของไทยในปี 2561 โดยระบุว่ามีมูลค่ารวมกว่า 1.92 แสนล้านบาท และมีอัตราการเติบโตถึง ร้อยละ 7.3 โดยตลาดรวมแบ่งเป็น กลุ่มสินค้าดูแลผิว (skincare) ที่มีสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 45 ซึ่งมีการเติบโต ร้อยละ 7.9 มูลค่าตลาดรวม 8.65 หมื่นล้านบาท

กลุ่มสินค้าดูแลผิวถูกแบ่งของเป็น 3 กลุ่มหลักตามลักษณะการใช้งาน คือ สินค้าดูแลผิวหน้า ร้อยละ 82 รองลงมาคือ สินค้าดูแลผิวกาย ร้อยละ 12 และสินค้ากันแดด ร้อยละ 6 ตามลำดับ จากสถิติการเติบโตอย่างต่อเนื่องดังกล่าว และมูลค่าของสินค้า ย่อมแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการก้าวเข้าสู่การแข่งขันของแต่แบรนด์ ที่จะก้าวเข้ามาแบ่งตลาดกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าสูงถึง 7.09 ล้านบาทต่อปี รวมถึงจำนวนที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปีถัดไป (Positioning, 2562)

จากสถานการณ์การแข่งขันของตลาดกลุ่มสินค้าดูแลผิวหน้าในประเทศไทยที่จำนวนเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ทั้งตราสินค้าต่างจำเป็นที่จะต้องสร้างความน่าเชื่อถือ พร้อมกับพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารให้ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดึงดูดความสนใจ รวมถึงกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งกลยุทธ์ที่ตราสินค้ามักนิยมใช้ คือ การใช้บุคคลมีชื่อเสียง เพื่อเป็นตัวแทนในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งบุคคลดังกล่าวจะต้องมีความน่าเชื่อถือและความสอดคล้องกับตัวสินค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตราสินค้าเช่นกัน (Positioning, 2561) โดยกลยุทธ์ดังกล่าว สอดคล้องกับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ยุคใหม่ ที่ได้ให้ความหมายของ “เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (Behavior Economic)” เนื่องจากผลสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่าคนส่วนใหญ่ใช้อารมณ์ในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ มากถึง ร้อยละ 95 และใช้เหตุผลเพียง ร้อยละ 5 รวมถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ตราสินค้าจึงควรจูงใจผู้บริโภคด้วยอารมณ์ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายและรวดเร็วกว่า การใช้สมองเป็นหลัก (Flyingcomma, 2561)

เมื่อพิจารณาตราสินค้าดูแลผิวหน้าตั้งแต่ปี 2559 หรือในช่วง 4 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันได้มีหลากหลายตราสินค้าเลือกใช้ศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ เพื่อแข่งขันในการดึงดูดผู้บริโภคทางด้านเหตุผล และอารมณ์จากกลุ่มแฟนคลับ และกลุ่มบุคคลทั่วไปเพื่อให้เกิดยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น โดยอ้างอิงจากกระแสความนิยมเกาหลี (Korea Wave) ในปัจจุบันซึ่งได้แพร่กระจายไปหลากหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศไทย ที่ได้รับมาทั้งด้านความบันเทิง คือ ภาพยนตร์ ละครชุด (Series) ศิลปิน รวมถึงค่านิยมด้านความสวยความงาม อย่างการใช้เครื่องสำอาง สินค้าดูแลผิว การแต่งกาย และการทำศัลยกรรมสไตล์เกาหลี ส่งผลให้ปัจจุบันศิลปินจากประเทศเกาหลีเข้ามามีบทบาทในการดำเนินกิจกรรมของคนไทยเพิ่มมากขึ้น เช่น การทานอาหารเกาหลี การเรียนภาษาเกาหลี การเลือกไปเที่ยวประเทศเกาหลี รวมไปถึงการซื้อสินค้าที่ศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ (The Standard, 2561)

การใช้ศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์เป็นกลยุทธ์เพื่อใช้ในการสร้างการรับรู้ ความน่าเชื่อถือ ตลอดจนก่อให้เกิดยอดขาย แต่กลยุทธ์ดังกล่าวไม่สามารถยืนยันพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในอนาคต ดังนั้นตราสินค้าต้องคำนึงถึงปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในระยะยาว คือ กลยุทธ์การซื้อซ้ำจากลูกค้าเก่า (Re-purchasing) (Young, 2560) ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจปัจจัยในการพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำ จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล (Source Credibility Model) คือ เป็นการให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยจะขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) และการเป็นผู้เชี่ยวชาญ (Expertise) ของผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นกระบวนการที่ผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่อความเชื่อ (Beliefs) ความคิด (Opinion) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Behavior) ของผู้รับสาร ร่วมกับความน่าดึงดูดใจของแหล่งข้อมูล (Source Attractiveness Model) เพื่อให้เกิดอิทธิพลจากแหล่งสาร (กองนิตยสารแบรนด์เอจ, 2550) ร่วมกับงานวิจัยของ Chin et al. (2019) ซึ่งกล่าวว่าความน่าเชื่อถือของตราสินค้า และความน่าเชื่อถือของผู้รับรองตราสินค้า มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อความน่าเชื่อถือของตราสินค้า ทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า และความตั้งใจซื้อ เพื่อนำมาสรุปและต่อยอดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อซ้ำในการศึกษาครั้งนี้ คือ การรับรู้ความน่าเชื่อถือของตราสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ และความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ศิลปินเกาหลีที่นำเสนอสินค้าดูแลผิวหน้า ด้านความดึงดูดใจ ความเชี่ยวชาญ และความน่าไว้วางใจ ที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค เพื่อให้ตราสินค้าสามารถนำผลการศึกษางานวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางการวางกลยุทธ์การสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของตราสินค้าดูแลผิวหน้า การรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ศิลปินเกาหลีที่นำเสนอสินค้าดูแลผิวหน้า ด้านความน่าดึงดูดใจ ความเชี่ยวชาญ ความน่าไว้วางใจ และความตั้งใจซื้อซ้ำ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษางานวิจัยนี้ได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยโดยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method Research) ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) กำหนดขนาดตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง จากสูตรคำนวณขนาดตัวอย่าง ของ Yamane (1967) โดยใช้วิธีการจึงเลือกใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Judgmental or Purposive Sampling) เป็นผู้ที่เคยซื้อสินค้าดูแลผิวที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์เท่านั้น และใช้การสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) จากการส่งแบบสอบออนไลน์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เพื่อถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างใช้งานอินเทอร์เน็ตเท่านั้น โดยส่งผ่านสื่อประเภทเฟซบุ๊ค และทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เป็นพรีเซนเตอร์สินค้าดูแล

ผิวหน้า ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling)

โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ คำถามคัดกรอง ข้อมูลลักษณะประชากร การรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือด้านพรีเซนเตอร์ศิลปินเกาหลีที่นำเสนอสินค้าดูแลผิวหน้า ด้านความดึงดูดใจ ด้านความเชี่ยวชาญ และด้านความน่าไว้วางใจ การรับรู้ความน่าเชื่อถือด้านตราสินค้าดูแลผิวหน้า ซึ่งพัฒนามาจากงานวิจัยของ Chin et al. (2019) และด้านความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ ซึ่งพัฒนามาจากงานวิจัยของ Pather (2017)

การดำเนินการวิจัย เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เมื่อได้รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามแล้วได้มีการคัดกรองชุดข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ได้จำนวน 423 ชุด นำมาประมวลผล และวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แบ่งออกเป็น การวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) เป็นการบรรยายข้อมูลตัวแปรลักษณะประชากร พฤติกรรมการซื้อสินค้าดูแลผิวหน้า การรับรู้ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า ความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ ด้านความดึงดูดใจ ด้านความเชี่ยวชาญ ด้านความไว้วางใจ และความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติของ Pearson’s product moment correlation ในการหาความแตกต่างตามสมมติฐาน พร้อมทั้งหาความสัมพันธ์ (Correlate) ของตัวแปร รวมถึงการใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบ (Multiple regression analysis) แบบ Stepwise ในการทำนายการเกิดความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากร และพฤติกรรมการซื้อสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 423 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 92.9 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 5.7 และเพศทางเลือก ร้อยละ 1.4 ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 21-30 ปี ร้อยละ 60.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 68.8 เป็นนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 38.8 ใกล้เคียงกับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 37.6 มีรายได้ระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ร้อยละ 43.5 โดยซื้อเดือนละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 49.4 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 501-1,000 บาท ร้อยละ 46.1 และซื้อสินค้าดูแลผิวหน้าเป็นพิเศษ (Special Care) จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 75.7 ใกล้เคียงกลุ่มสินค้าบำรุงผิวหน้า (Moisturize) คิดเป็น ร้อยละ 75.2

การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.937 การรับรู้ความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ศิลปินเกาหลี โดยรวมในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.263 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

กลุ่มเป้าหมายเห็นด้วยมากที่สุดในด้านความน่าดึงดูดใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.348 รองลงมา คือ ด้านความน่าไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ย 4.224 และด้านความเชี่ยวชาญน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.218

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การรับรู้ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า การรับรู้น่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ ด้านความน่าดึงดูดใจ ด้านความเชี่ยวชาญ และด้านความน่าไว้วางใจ ที่มีต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ด้วยการวิเคราะห์สถิติ Pearson's product moment correlation เพื่อทำการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สามารถสรุปได้ดังนี้

งานวิจัยนี้ได้นำเสนอเกี่ยวกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ ซึ่งนำเสนอในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การรับรู้ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า การรับรู้น่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ ด้านความน่าดึงดูดใจ ด้านความเชี่ยวชาญ และด้านความน่าไว้วางใจ ที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อซ้ำ

	ความตั้งใจซื้อซ้ำ	
	r	**Sig.**
การรับรู้ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	.520	.000
การรับรู้น่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ ด้านความน่าดึงดูดใจ	.355	.000
การรับรู้น่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ ด้านความเชี่ยวชาญ	.376	.000
การรับรู้น่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ ด้านความน่าไว้วางใจ	.338	.000

การรับรู้ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า การรับรู้น่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ ด้านความน่าดึงดูดใจ ด้านความเชี่ยวชาญ และด้านความน่าไว้วางใจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถแบ่งเป็นปัจจัยที่มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง คือ การรับรู้ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .520 และปัจจัยที่มีระดับความสัมพันธ์ต่ำ คือ การรับรู้น่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ ด้านความเชี่ยวชาญ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .376 ด้านความน่าดึงดูดใจ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .355 และด้านความน่าไว้วางใจ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .338 ตามลำดับ สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

การวิเคราะห์ปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ ด้วยสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบการเลือกตัวแปรโดยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน (Stepwise Regression) สามารถสรุปปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ มีทั้งหมด 2 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้ความน่าเชื่อถือตราสินค้า และการรับรู้ความน่าเชื่อถือของพรี

เซนเตอร์ด้านความเชี่ยวชาญ ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถอธิบายผลการทดสอบการถดถอยพหุคูณได้ดังต่อไปนี้

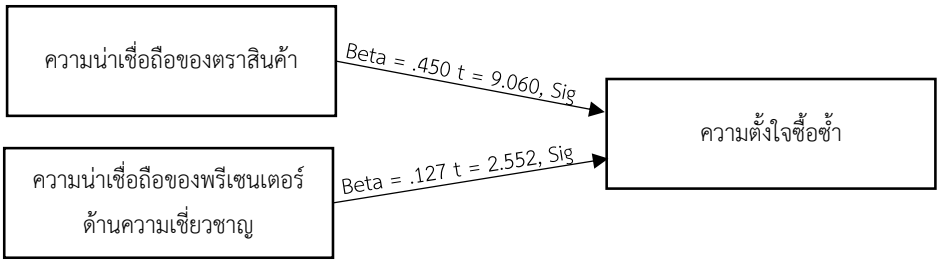
งานวิจัยนี้ได้นำเสนอเกี่ยวกับค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) ของความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ ซึ่งนำเสนอในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ตัวเปรียบเทียบ (Beta Coefficients) ของความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	b	Std. Error	beta		
การรับรู้ความน่าเชื่อถือตราสินค้า	.602	.066	.450	9.060	.000
การรับรู้ความน่าเชื่อถือพรีเซนเตอร์ด้านความเชี่ยวชาญ	.164	.064	.127	2.552	.011
$R = .531$; $R^2 = .282$					

การรับรู้ความน่าเชื่อถือตราสินค้าร่วมกับการรับรู้ความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ด้านความเชี่ยวชาญสามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำได้เพิ่มขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ และค่าสัมประสิทธิ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (b, beta) เป็น .602 กับ .450 และ .164 กับ .127 ตามลำดับ และสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ .282 (R^2) หรือร้อยละ 28.2 ($P<.05$)

สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าในลักษณะแผนภาพ ซึ่งนำเสนอในแผนภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้า

จากผลการวิจัยของปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ โดยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านการรับรู้ความน่าเชื่อถือตราสินค้าต่อความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อของตราสินค้าดูแลผิวหน้ามากที่สุด คือ กลุ่มเป้าหมายคาดหวังจากประสบการณ์ที่ผ่านมาว่าตราสินค้าจะยังเป็นตามที่กล่าวอ้างไว้ได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kim, Galliers et al. (2012) และ Hellier et al. (2003) ซึ่งได้อธิบายถึงพฤติกรรมความตั้งใจซื้อซ้ำไว้คล้ายคลึงกัน คือ การตัดสินใจซื้อสินค้าจากตราสินค้าเดิม เนื่องจากพึงพอใจในตัวสินค้า เป็นสิ่งที่ต่อเนื่องจากการตัดสินใจซื้อครั้งแรกซึ่งอาจเกิดได้จากปัจจัยภายในและภายนอกของผู้บริโภค และ อดุลย์ จาตุรงคกุล (2539) อธิบายเพิ่มเติมถึงพฤติกรรมการซื้อซ้ำจากการตัดสินใจอย่างเป็นนิสัย ด้านการซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า กล่าวคือ ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อซ้ำ เมื่อบุคคลดังกล่าวได้พบกับตราสินค้าที่มีความน่าเชื่อถือจากประสบการณ์ซื้อครั้งแรก ส่งผลให้มีเกิดแรงจูงใจในการไม่เปลี่ยนแปลงตราสินค้า และตระหนักถึงความต้องการในการซื้อตราสินค้าเดิม แม้จะต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายในการเสาะแสวงหาสินค้าดังกล่าวมากกว่าปกติ

เมื่อเพิ่มปัจจัยในด้านการรับรู้ความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ด้านความเชี่ยวชาญ ซึ่งส่งผลให้สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำได้เพิ่มขึ้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับด้านความเชี่ยวชาญมากที่สุด คือ การให้ความสนใจมากขึ้นหากสื่อประชาสัมพันธ์ใช้พรีเซนเตอร์ที่มีชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญ เมื่อพิจารณางานวิจัยของ Muda et al. (2011) ที่กล่าวว่า ความเชี่ยวชาญของพรีเซนเตอร์ ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ความมีประสบการณ์ การมีความรู้ การผ่านการรับรอง และการมีทักษะ มีอิทธิพลต่อทัศนคติเชิงบวกของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อโฆษณา และแนวคิดของ Ohanian (1990) ที่กล่าวถึงการใช้บุคคลนั้นมีชื่อเสียงด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะ ที่สอดคล้องกับสินค้า ในการเป็นตัวแทนสื่อสารเกี่ยวกับสินค้าไปยังผู้บริโภคจะส่งผลในทิศทางบวกต่อผู้รับสาร และสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมของผู้บริโภค จนไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้า เมื่อร่วมกับแนวคิดของ Ehrenberg (1972) ที่อธิบายความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค คือ การเกิดประสบการณ์จากการทดลองใช้ครั้งก่อนและมีความพึงพอใจต่อสินค้า รวมถึงมีอิทธิพลภายนอกต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมการตลาดด้วยกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ร่วมกับการพบเห็นสินค้า หรือสื่อโฆษณาที่มีพรีเซนเตอร์ที่มีความเชี่ยวชาญ สามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าจนเกิดความตั้งใจซื้อซ้ำ

โดยสามารถสรุปได้ว่า ความตั้งใจซื้อซ้ำเป็นพฤติกรรมที่อ้างอิงจากประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ซื้อ หรือใช้สินค้าดังกล่าว ส่งผลให้การใช้พรีเซนเตอร์ที่มีความดึงดูดใจ และความน่าไว้วางใจที่มีผลต่อการสร้างการรับรู้ การจดจำ และทัศนคติเชิงบวกให้กับตราสินค้า และสินค้า ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ จนนำมาเป็นปัจจัยในการพยากรณ์พฤติกรรมดังกล่าวได้ แต่เมื่อกล่าวถึงปัจจัยที่ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า กับความน่าเชื่อของพรีเซนเตอร์ด้านความเชี่ยวชาญที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำได้ จะพบว่าทั้ง 2 เป็นปัจจัยที่ช่วยตอกย้ำความมั่นใจ

ให้กับผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคนึกถึงสินค้าดังกล่าวขึ้นมาเป็นตัวเลือกในกระบวนการตัดสินใจซื้อซ้ำได้ เช่น ตราสินค้าอินนิสฟรี (Innisfree) ที่มียุนอา (Yoona) ศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์สินค้าดูแลผิวหน้าอย่างต่อเนื่องมากว่า 10 ปี จนเกิดเป็นภาพลักษณ์พรีเซนเตอร์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านสินค้าดูแลผิวหน้า เมื่อผู้บริโภคเห็นตราสินค้าดังกล่าวก็จะสามารถสร้างโอกาสในการตัดสินใจซื้อซ้ำได้ จากการเห็นสื่อที่มีพรีเซนเตอร์ที่ผู้บริโภคเชื่อมั่นในความเชี่ยวชาญของพรีเซนเตอร์ ซึ่งจะเพิ่มโอกาสเกิดความตั้งใจซื้อซ้ำได้

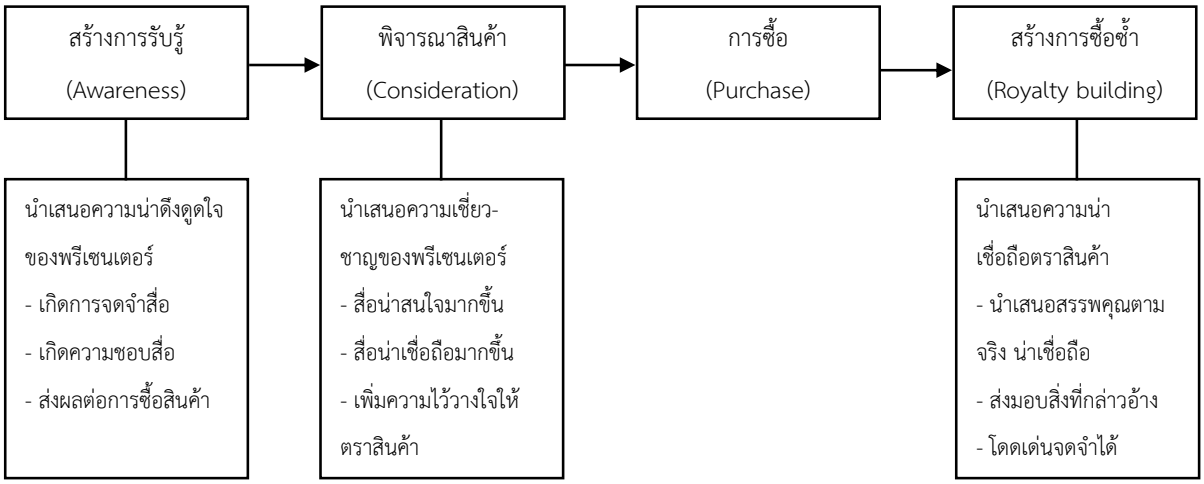
ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย พบว่า ความน่าดึงดูดใจของพรีเซนเตอร์ศิลปินเกาหลีที่จะเป็นผู้นำเสนอสินค้าดูแลผิวหน้ามีบทบาทในช่วงแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นปัจจัยที่กลุ่มเป้าหมายมีการให้ความสำคัญมาก เนื่องจากพรีเซนเตอร์ที่มีความน่าดึงดูดใจ คือ บุคลิกภาพ รูปร่าง หน้าตาสวยงาม ความมีเสน่ห์ สามารถสร้างโอกาสในการจดจำ เกิดความชอบต่อสื่อประชาสัมพันธ์ และส่งผลให้ตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งพฤติกรรมการซื้อดังกล่าวเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อซ้ำของกลุ่มเป้าหมาย

ในลำดับขั้นการตัดสินใจซื้อควรให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของพรีเซนเตอร์ ด้านความเชี่ยวชาญ เป็นการนำเสนอความเชี่ยวชาญของพรีเซนเตอร์ คือ การมีทักษะ มีคุณสมบัติ มีความรู้ และมีประสบการณ์ เพื่อสร้างโอกาสในการซื้อสินค้า เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายรับรู้ว่าการใช้พรีเซนเตอร์ที่มีชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญ เป็นการเพิ่มความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือให้สื่อประชาสัมพันธ์ เพิ่มความน่าไว้วางใจให้ตราสินค้า ตลอดจนสร้างโอกาสในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีพรีเซนเตอร์ที่สามารถนำเสนอได้อย่างเชี่ยวชาญ

สิ่งที่สำคัญที่สุด ในกระบวนการซื้อซ้ำ คือ ความน่าเชื่อของตราสินค้าดูแลผิวหน้า เนื่องจากความตั้งใจซื้อซ้ำของกลุ่มเป้าหมาย เกิดจากตราสินค้าสร้างประสบการณ์จากการซื้อสินค้าได้ตามที่คาดหวัง และตราสินค้ายังต้องมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ จากการกล่าวถึงสรรพคุณตราสินค้าที่เป็นจริง น่าเชื่อถือ และสามารถส่งมอบสิ่งที่กล่าวอ้างได้ตามสัญญา รวมถึงตราสินค้าต้องโดดเด่นทำให้นึกถึงบุคคลที่มีความเชื่อมโยงกับตราสินค้าได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายเก็บตราสินค้าไว้ในการพิจารณา เมื่อเกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อซ้ำ

โดยสามารถสรุปเป็นแผนภาพเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค (Customer journey) ในด้านการสร้างการรับรู้ (Awareness) พิจารณาสินค้า (Consideration) การซื้อ (Purchase) และสร้างการซื้อซ้ำ (Royalty building) ซึ่งนำเสนอในแผนภาพที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2 แผนภาพเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์
ที่มา: ดัดแปลงจาก สโรจ เลาหศิริ. (2016).

และในงานวิจัยครั้งถัดไป ในการศึกษาเรื่องความตั้งใจซื้อซ้ำ ผู้ศึกษาจะต้องเข้าใจกระบวนการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค ในปัจจัยภายนอกอื่น เช่น อิทธิพลของกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ การลดราคา หรือการขายโดยใช้พนักงาน ร่วมกับการพบเห็นสินค้า ราคา บรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงการบอกต่อ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า รวมถึงความตั้งใจซื้อซ้ำเช่นกัน

รวมถึงการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบการพยากรณ์ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์กับสินค้าดูแลผิวหน้าที่มีศิลปินจีนเป็นพรีเซนเตอร์ในปัจจัยเดียวกัน เนื่องจากปัจจุบันคนไทยเริ่มได้รับวัฒนธรรมจีนจากด้านอุตสาหกรรมบันเทิง ซึ่งเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2561 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งผู้บริโภคเริ่มได้รับอิทธิพลดังกล่าวจากการใช้สินค้าที่มีพรีเซนเตอร์ศิลปินจีนเป็นผู้นำเสนอในหลากหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มอาหารทานเล่น สาหร่ายเถ้าแก่น้อย ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี รวมถึงกลุ่มสินค้าดูแลผิวหน้าและเครื่องสำอาง ที่ตราสินค้าได้เปิดตัวพรีเซนเตอร์ชาวจีนในฐานะพรีเซนเตอร์ทั่วโลก (Global brand ambassador) เช่น หยางมี พรีเซนเตอร์สินค้าดูแลผิวหน้า Estee Lauder หวังอี้ป๋อ พรีเซนเตอร์สินค้าดูแลผิวหน้า Origins และ Shu uemura และนินิ พรีเซนเตอร์สินค้าดูแลผิวหน้า SKII เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กองนิตยสารแบรนด์เอจ. (2550). Celeb Theory and Case studied. BrandAge Essential นิตยสารแบรนด์เอจฉบับเข้มข้นพิเศษ, ฉบับเดือนตุลาคม 2550.

สโรจ เลาหศิริ. (2016). รู้จักกับ Digital Consumer's Journey เมื่อคนยุคดิจิทัลไม่ได้ซื้อของเหมือนแต่ก่อน. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2562 จาก https://positioningmag.com/1097459.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Chin, P. N., Isa, S. M., & Alodin, Y. (2019). The impact of endorser and brand credibility on consumers' purchase intention: the mediating effect of attitude towards brand and brand credibility. Journal of Marketing Communications, 1-17.

Ehrenberg, A. (1972). Repeat buying. London: Charles Griffin.

Flyingcomma. (2561). เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม กับ การจูงใจผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2562 จาก https://www.flying comma.com/single-post/2018/08/04/เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม-กับ-การจูงใจผู้บริโภค

Hellier, P., Geursen, G., Carr, R., & Rickard, J. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. European Journal of Marketing, 37(11), 1762–1800.

Kim, C., Galliers, R. D., Shin, N., Han, J., & Kim, J. (2012). Factors influencing internet shopping value and customer repurchase intention. Electronic Commerce Research and Applications, 11(4), 374–387.

Muda, M., Musa, R., Mohamed, R. N., & Hamzah, H. (2011, December). The influence of perceived celebrity endorser credibility on urban women's responses to skincare product advertisement. In 2011 IEEE Colloquium on Humanities, Science and Engineering (pp. 620-625). IEEE.

Nopavut Young. (2560). "Re-Purchasing" ลูกค้าซื้อซ้ำเปลี่ยนจากธุรกิจซ้ำๆสู่ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2562 จาก http://mktru.com/bizperspective/2017/03/06/re-purchasing/

Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. Journal of Advertising, 19(3), 39-52.

Pather, P. (2017). Brand equity as a predictor of repurchase intention of male branded cosmetic products in South Africa. Business & Social Sciences Journal, 2(1), 1-23.

Positioning. (2561). นักวิจัยความงามเกาหลีเจาะจริตคนไทย มั่นใจตลาดยังไปไกล. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2562 จาก https:// positioningmag.com/1182948

Positioning. (2562). อ่านแผน ลอรีอัล ทำไม? ต้องมุ่งสู่ Beauty Tech ชิงตลาดความงาม 2 แสนล้าน. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2562 จาก https://positioningmag.com/1223103

The Standard. (2561). ‘กระแสเกาหลีจะยังอยู่อีกนานไหม?’ กลยุทธ์ความคลั่งไคล้กระแสป๊อปคัลเจอร์ของเกาหลีที่อยู่กับสังคมไทยมานานเกือบ 2 ทศวรรษ. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2562 จาก https://thestandard.co/k-pop-culture-wave/

Yamane, T. (1967). Elementary sampling theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

คุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีนตามทัศนะของนักเรียน
True and Desirable Characteristics of Chinese Language Teacher as Perceived by Students

อรุณโรจน์ บุญครอง
Aroonroj Boonkrong
สาขาภาษาต่างประเทศ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยามบริหารธุรกิจ นนทบุรี
Program Foreign Language Siam Business Administration Nonthaburi Technological College
อีเมลล์ : aroonroj.88@aliyun.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบทัศนะของนักเรียนที่มีต่อคุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีน โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนที่เรียนภาษาจีนกับครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 จำนวน 440 คน ที่ได้มาจาการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multistage random sampling) จำแนกเป็นนักเรียนที่เรียนกับครูที่เป็นชาวจีนจำนวน 220 คนและนักเรียนที่เรียนกับครูที่เป็นชาวไทย จำนวน 220 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีนตามทัศนะของนักเรียน จำแนกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านการจัดบรรยากาศในชั้นเรียน ด้านการใช้สื่อการสอน และด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ มีค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ .88 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .85 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test Independent)

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักเรียนแสดงทัศนะต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์และคุณลักษณะที่เป็นจริงในภาพรวมของครูสอนภาษาจีนที่เป็นชาวจีน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และ 3.79 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และของครูสอนภาษาจีนที่เป็นชาวไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 อยู่ในระดับมากที่สุด และ 3.83 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบระหว่างครูสอนภาษาจีนที่เป็นชาวจีนกับครูสอนภาษาจีนที่เป็นชาวไทย คุณลักษณะที่เป็นจริงพบว่า มีค่าเฉลี่ยภาพรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกันทางสถิติ คุณลักษณะที่พึงประสงค์พบว่า มีค่าเฉลี่ยด้านการสื่อสาร ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านการจัดบรรยากาศในชั้นเรียน

และด้านการใช้สื่อการสอน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ และภาพรวม ที่ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

คำสำคัญ: คุณลักษณะที่เป็นจริง, คุณลักษณะที่พึงประสงค์, ครูสอนภาษาจีน

Abstract

The aim of this study is to compare students' perspectives on true characteristics and desirable feature of Chinese Language teachers of the school under the Secondary Educational Service Area Office 2. The samples were Chinese students studied with a sample group of 440 teachers from multistage random sampling method by classified as the students studied with 220 Chinese teachers and studied with 220 Thai teachers. The tools used for data collection were a questionnaire by divide into 5 aspects including communication, teaching and learning activities, the atmosphere in classroom, the media for teaching, learning evaluation. There has the accuracy value is .88 and confidence value is .85. The data were analyzed by using percentage, average, standard deviation, t-test found that

1. The students show perspectives on true characteristics to Chinese language teacher as Chinese teacher in overall are high level, $\overline{X}$ is 4.45 and 3.79 respectively. The students show perspectives on true characteristics to Chinese language teacher as Thai teacher in overall are high and highest level and $\overline{X}$ is 3.83 and 4.56 respectively.

2. The result of comparing true characteristics between Chinese language teacher as Chinese teacher and Chinese language teacher as Thai teacher found that the average in all aspects and the overall were not difference statistical. The average of communication, teaching and learning activities, the atmosphere in classroom, the media for teaching were difference statistically significant at the .01. Except learning evaluation and overall not difference statistical.

Keyword: true characteristics, desirable feature, Chinese language teacher

บทนำ

ยุคโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและเทคโนโลยี โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคม ที่ทำให้ประเทศต่าง ๆ ได้เข้ามาใกล้ชิดกันมากขึ้น การศึกษาในยุคนี้จึงเป็นการศึกษาเพื่อวางแผนรับมือกับโลกอนาคตที่ทุกประเทศเชื่อมต่อถึงกัน การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาของประเทศที่ได้รับการยอมรับให้เป็นภาษาสากล เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเสปน ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น ผู้ที่สามารถใช้ภาษาเหล่านี้ได้นั้นย่อมได้เปรียบ ประเทศส่วนใหญ่ที่ไม่ได้ใช้ภาษาสากลในการสื่อสารภายในประเทศจึงต้องจัดการศึกษาภาษาที่สามที่เป็นสากลเพื่อวางรากฐานความชำนาญในการใช้ภาษาระดับสากลในการประกอบอาชีพในอนาคต ประเทศไทยก็เช่นกันได้จัดการเรียนการสอนโดยเฉพาะภาษาจีนเพิ่มขึ้นเป็นอันมาก โดยได้มีส่วนร่วมในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอาเซียนกับจีนตั้งแต่ปีพ.ศ.2534 เป็นต้นมา และปัจจุบันได้มีความร่วมมือในกรอบอาเซียน+3 (ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น และสาธารณรัฐเกาหลี) ที่ครอบคลุมความร่วมมือในสาขาต่าง ๆ ประมาณ 20 สาขา (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2556) จะเห็นได้ว่าประเทศจีนได้ให้ความสำคัญต่ออาเซียนเป็นอย่างยิ่ง ประเทศไทยจึงได้รับผลประโยชน์ในกรอบความร่วมมือนี้จากจีนมาก การแพร่ขยายเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและประชาชนจีนไปทั่วโลกก่อให้เกิดกระแสจีนนิยม (Chinese Popular) มากขึ้น ปัจจุบันมีคนทั่วโลกมากกว่า 40 ล้านคนให้ความสนในการเรียนภาษาจีน

ครูสอนภาษาจีนในประเทศไทย (ระดับมัธยมศึกษา) สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ ครูชาวไทยและครูชาวจีน (Lin Tai Rong, 2015) และจากผลการสำรวจข้อมูลการสอนภาษาจีนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 พบว่า เปิดการสอนภาษาจีนจำนวน 48 โรงเรียน มีครูสอนภาษาจีนจำนวน 161 คน และพบว่าครูที่สอนภาษาจีนจะมีคุณลักษณะแตกต่างกันในหลายด้าน โดยเฉพาะระหว่างครูชาวไทยกับครูชาวจีน ซึ่งความแตกต่างนี้อาจจะเป็นอุปสรรคในการสร้างบรรยากาศการเรียนในชั้นเรียนที่จะส่งผลต่อการพัฒนาทักษะภาษาจีนของนักเรียนให้บรรลุจุดประสงค์การเรียนรู้ได้ สอดคล้องกับ หลุย ฟู ปิง (Liu Fu Ping, 2013) ที่กล่าวว่า ครูสอนภาษาจีนที่มีความสามารถด้านภาษาและการสื่อสารในชั้นเรียนที่ดีจะทำให้การจัดการเรียนการสอนราบรื่น นักเรียนและครูมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน บรรยากาศการเรียนการสอนดีสามารถสร้างแรงกระตุ้นให้นักเรียนสนใจเรียนและมีผลสัมฤทธิ์ดีขึ้น เพราะความสามารถด้านภาษาและการสื่อสารของครูสอนภาษาต่างประเทศนั้นจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อแนวโน้มความสนใจเรียนของนักเรียน (Yu Zhi You, 2016) เช่นเดียวกับ Jin Ya Wei (2015) ที่กล่าวว่า ครูสอนภาษาจีนจำเป็นต้องมีคุณลักษณะเด่นทางด้านภาษาในการสื่อสาร

จากความแตกต่างในคุณลักษณะของครูสอนภาษาจีนนั้น ทำให้เกิดข้อคำถามว่า ครูสอนภาษาจีนควรมีคุณลักษณะแบบใดจึงจะเหมาะสมในการสอนภาษาจีนในประเทศไทยมากที่สุด จะกำหนดคุณลักษณะของครูสอนภาษาจีนให้เป็นไปตามที่พึงประสงค์อย่างใดจึงจะสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน เพื่อให้นักเรียนที่เรียนภาษาจีนเกิดแรงจูงใจที่ดีในการเรียนและใฝ่ศึกษาเรียนรู้ภาษาจีนได้อย่างมีคุณภาพ มีระดับความรู้และทักษะภาษาจีนที่ดีใกล้เคียงกัน นำภาษาจีนไปใช้สื่อสารเพื่อประโยชน์ในการดำเนินชีวิตหรือประกอบอาชีพได้จริงตาม

อัตภาพ จากประเด็นดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 ตามทัศนะของนักเรียน เพื่อเสนอข้อคิดเห็นต่อการพัฒนาคุณลักษณะของครูสอนภาษาจีนให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีน โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 ตามทัศนะของนักเรียน

2. เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีน โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 ตามทัศนะของนักเรียน

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนที่เรียนภาษาจีนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 จำนวน 440 คน ที่ได้มาจาการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multistage random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของผู้ครูผู้สอนภาษาจีน ตามทัศนะของนักเรียน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง จำนวน 1 ฉบับ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ .88 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .85

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปที่ สพม. เขต 2 เพื่อขอความอนุเคราะห์การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยกับกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามที่ประกอบด้วยด้านต่าง ๆ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านการจัดบรรยากาศในชั้นเรียน ด้านการใช้สื่อการสอน และด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ มาจำแนกเป็นสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test for Independent)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ตารางที่ 1 คุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีน ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 ตามทัศนะของนักเรียน (N=440)

รายการ	คุณลักษณะที่เป็นจริง						คุณลักษณะที่พึงประสงค์					
	ครูชาวไทย(N=220)			ครูชาวจีน(N=220)			ครูชาวไทย(N=220)			ครูชาวจีน(N=220)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนะ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนะ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนะ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนะ
1. การสื่อสาร	3.89	0.51	มาก	3.83	0.36	มาก	4.57	0.18	มากที่สุด	4.42	0.22	มาก
2. การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน	3.81	0.55	มาก	3.82	0.42	มาก	4.61	0.18	มากที่สุด	4.34	0.25	มาก
3. การจัดบรรยากาศในชั้นเรียน	3.84	0.54	มาก	3.77	0.47	มาก	4.58	0.18	มากที่สุด	4.42	0.28	มาก
4. การใช้สื่อการสอน	3.82	0.59	มาก	3.77	0.54	มาก	4.55	0.20	มากที่สุด	4.53	0.20	มากที่สุด
5. การวัดและประเมินผลการเรียนรู้	3.77	0.51	มาก	3.75	0.45	มาก	4.50	0.19	มากที่สุด	4.55	0.18	มากที่สุด
ภาพรวม	3.83	0.46	มาก	3.79	0.37	มาก	4.56	0.13	มากที่สุด	4.45	0.15	มาก

จากตาราง 1 พบว่า คุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของของครูสอนภาษาจีนตามทัศนะของนักเรียนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 ครูที่เป็นชาวจีน มีคุณลักษณะที่เป็นจริงภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.37 และมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.15 สำหรับครูที่เป็นชาวไทย มีคุณลักษณะที่เป็นจริงภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46 และมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.13

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบคุณลักษณะที่เป็นจริงของคูสอนภาษาจีนที่เป็นชาวจีนกับครูสอนภาษาจีนที่เป็นชาวไทยตามทัศนะของนักเรียน ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2

รายการ	คุณลักษณะที่เป็นจริง						คุณลักษณะที่พึงประสงค์					
	ครูชาวไทย (N=220)		$\bar{X}$ครูชาวจีน (N=220)				ครูชาวไทย (N=220)		ครูชาวจีน (N=220)			
	$\bar{X}$	S.D.		S.D.	t	Sig	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig
1. การสื่อสาร	3.89	0.36	3.83	0.51	1.415	.158	4.57	0.18	4.42	0.22	28.58**	.001
2. การจัดกิจกรรมฯ	3.81	0.55	3.82	0.42	.162	.872	4.61	0.18	4.34	0.25	10.28**	.001
3. การจัดบรรยากาศฯ	3.84	0.54	3.77	0.47	1.434	.152	4.58	0.18	4.42	0.28	11.71**	.001
4. การใช้สื่อการสอน	3.82	0.59	3.77	0.54	.946	.345	4.55	0.20	4.53	0.20	5.331**	.001
5. การวัดและประเมิน	3.77	0.51	3.75	0.45	.578	.563	4.50	0.19	4.55	0.18	1.224	.222
ภาพรวม	3.83	0.46	3.79	0.37	.992	.322	4.56	0.13	4.45	0.15	1.099	.272

**P = <.01

จากตาราง 2 พบว่า คุณลักษณะที่เป็นจริงของครูสอนภาษาจีน ระหว่างครูที่เป็นชาวจีนกับครูที่เป็นชาวไทย มีคุณลักษณะที่เป็นจริงภาพรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .01

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีนระหว่างครูที่เป็นชาวจีนกับครูที่เป็นชาวไทย ด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านการจัดบรรยากาศในชั้นเรียน และด้านการใช้สื่อการสอน สำหรับด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้และภาพรวมไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

การเรียนภาษาจีนในประเทศไทยปัจจุบัน ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย มีสถาบันการศึกษาต่าง ๆ จัดให้มีการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนไว้ในหลักสูตรสถานศึกษา โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 ก็เช่นกัน ได้จัดให้มีการเรียนการสอนวิชาภาษาจีน 48 โรงเรียน และมีการนำครูที่เป็นชาวจีนอาสาสมัครมาช่วยสอนจำนวน 39 โรงเรียน และทุกโรงเรียนจะมีครูสอนภาษาจีนที่เป็นชาวไทยเป็นหลักเสมอ เนื่องจากต้องปฏิบัติหน้าที่ในการตัดสินผลการเรียน ประสานงาน และอื่นๆ ในการจัดการเรียนการสอนวิชาภาษาจีน องค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งคือ ครูสอนภาษาจีน เพราะครูคือ ผู้แนะนำ ผู้ถ่ายทอด คอยอบรมฝึกหัดให้นักเรียนเกิดความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ทางด้านภาษาจีนที่ดี ครูจะต้องใช้คุณลักษณะความเป็นครูมาแสดงให้เป็นที่ปรากฏต่อนักเรียน เพื่อให้นักเรียนเกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างครูกับนักเรียน อันจะนำไปสู่ความสนใจและตั้งใจในการเรียนรู้ได้อย่างสนุกสนาน คุณลักษณะของครูสอนภาษาจีน อาจรวมถึงอุปนิสัย ความรู้ ความสามารถ บุคลิกภาพ คุณสมบัติ กริยา มารยาท การแสดงออกทางอารมณ์ และประสบการณ์ (ไพโรจน์ พัตรปาน, 2550, น. 6) ในการเป็นครูสอนภาษาจีนที่ดีคุณลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ต้องมีความรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมของนักเรียน

เพราะความแตกต่างทางวัฒนธรรมอาจส่งผลกระทบต่อการจัดการเรียนการสอนได้ การเข้าใจวัฒนธรรมของนักเรียนจึงเป็นการทำเพื่อจะปรับใช้วิธีการสอนที่เหมาะสมต่อนักเรียนในวัฒนธรรมนั้น ๆ (Xia Si Yi, 2016) จากคุณลักษณะที่กล่าวอ้างถึงนี้ จึงเชื่อว่าน่าจะเป็นความคาดหวังของนักเรียนที่ต้องการให้ครูสอนภาษาจีนมีคุณลักษณะที่เป็นจริงตามนั้น แต่ทั้งนี้ด้วยคุณลักษณะที่แตกต่างของครูสอนภาษาจีนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 จึงอาจส่งผลต่อแรงจูงใจของนักเรียน และการพัฒนานักเรียนให้มีองค์ความรู้ทางด้านภาษาจีนที่ใกล้เคียงเป็นมาตรฐานเดียวกันได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเกี่ยวกับทัศนะของนักเรียนที่มีต่อคุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 โดยจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่คุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ในด้านการสื่อสาร ด้านจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านการจัดบรรยากาศในชั้นเรียน ด้านการใช้สื่อการสอน และด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ และนำผลสรุปการศึกษาในครั้งนี้ มาใช้ในการอภิปรายผลจำแนกเป็นรายด้านดังนี้

ด้านการสื่อสาร สำหรับด้านการสื่อสารในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง การสื่อสารภายในชั้นเรียนระหว่างครูสอนภาษาจีนกับนักเรียนไทยเพื่อให้สามารถจัดกิจกรรมการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครูชาวจีนที่มาสอนในประเทศไทยส่วนใหญ่จะพูดภาษาไทยไม่ได้ จึงทำให้การสื่อสารกับนักเรียนไทยไม่เข้าใจกัน นักเรียนเกิดความเบื่อหน่ายและไม่สนใจที่จะเรียนกับครูจีนทั้งๆ ที่เป็นผู้ที่มีความสามารถทางภาษาจีนในระดับสูงก็ตาม การที่ครูจีนสื่อสารด้วยภาษาไทยไม่ได้และยังใช้ภาษาอังกฤษได้ไม่ดี การเรียนภาษาจีนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานจึงไม่บรรลุผลเท่าที่ควร อันเนื่องมาจากปัญหาด้านการสื่อสารระหว่างครูกับนักเรียนนั่นเอง และยังส่งผลต่อการควบคุมในชั้นเรียนที่ไม่สามารถควบคุมได้ ทำให้นักเรียนขาดความยำเกรงต่อครูผู้สอน (สุรีพร ไตรจันทร์, 2557, น. 195-197) และนักเรียนแสดงทัศนะมากที่สุดต่อคุณลักษณะที่เป็นจริงของครูชาวจีนด้านการสื่อสารว่า ครูมีความรู้และเข้าใจวัฒนธรรมจีนเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก นั้นแสดงให้เห็นว่า นักเรียนสนใจที่จะเรียนรู้และรับฟังการบอกเล่าประสบการณ์ของครูเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนด้วยความตั้งใจ ถึงแม้การสื่อสารระหว่างกันจะยังไม่ดีเท่าที่ควรก็ตาม ดังนั้นจึงแสดงทัศนะคาดหวังต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของครูชาวจีนในหัวข้อดังกล่าวมากที่สุด ซึ่งถ้าการสื่อสารระหว่างครูชาวจีนกับนักเรียนไทยมีพัฒนาการที่ดีขึ้นแล้ว เชื่อว่าจะตอบสนองต่อความต้องการของนักเรียนได้อย่างมีคุณภาพ สอดคล้องกับ Lin Tai Rong (2015) ที่กล่าวว่า ความต้องการของนักเรียนต่อคุณลักษณะของครูสอนภาษาจีน พบว่า นักเรียนต้องการครูสอนภาษาจีนที่สามารถพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารภาษาจีนให้แก่นักเรียนได้ ในขณะที่นักเรียนแสดงทัศนะต่อคุณลักษณะที่เป็นจริงของครูชาวไทยด้านการสื่อสารมากที่สุดเกี่ยวกับ ครูมีความรู้และเข้าใจวัฒนธรรมจีนเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน แต่ความคาดหวังต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักเรียนที่มีต่อครูชาวจีนมากที่สุด พบว่า นักเรียนเชื่อว่าครูชาวไทยควรจะสื่อสารกับนักเรียนไทยได้ดีกว่าครูชาวจีน แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันแม้ว่าครูชาวไทยจะสื่อสารกับนักเรียนด้วยภาษาไทยได้อย่างไม่มีปัญหา แต่ปัญหาที่เกิดกลับกลายเป็นเรื่องความรู้และความเข้าใจต่อวัฒนธรรมจีนของครูชาวไทยที่นำมาเผยแพร่ให้กับนักเรียนนั้นอาจไม่ครอบคลุมอย่างชัดเจน จึงส่งผลทำให้การสื่อสารเกี่ยวกับเนื้อหาในการเรียนการสอนมีความคลุมเครือ นักเรียนไม่เข้าใจกระจ่าง ดังนั้น

นักเรียนจึงต้องการที่จะให้ครูที่เป็นชาวไทยมีพัฒนาการทางการสื่อสารในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวิชาภาษาจีนได้ดีกว่าที่เป็นอยู่ สอดคล้องกับที่ วัลยา ช้างขวัญยืน (2540, น. 1) กล่าวว่า การสื่อสารที่ดี คือ การติดต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยมีจุดประสงค์ที่จะเสนอเรื่องราวต่าง ๆ อันได้แก่ ข่าวสารข้อมูล ความรู้สึกนึกคิด ความต้องการ ตลอดจนความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลรับรู้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเพื่อการสอน (to teach or to education) ว่าเป็นการส่งสารเพื่อให้ผู้รับสารมีความรู้ความเข้าใจ สามารถนำความรู้นั้นไปใช้ประโยชน์ สามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินค่าสิ่งต่าง ๆ ที่ได้เรียนรู้มาเป็นองค์ความรู้ระยะยาว เพื่อการประกอบอาชีพ หรือเพื่อการดำเนินชีวิตในอนาคตได้อย่างปกติสุขต่อไป

ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ผลการศึกษาคุณลักษณะที่เป็นจริงและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของครูสอนภาษาจีนโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 พบว่า ครูที่เป็นชาวจีนมีคุณลักษณะที่เป็นจริงภาพรวมอยู่ในระดับมาก นักเรียนแสดงทัศนะมากที่สุดเกี่ยวกับ การสอนของครูทำให้นักเรียนได้พัฒนาทักษะการฟังภาษาจีนอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ สุคนธ์ สินธพานนท์และคณะ (2545) ที่กล่าวถึง วิธีสอนแบบมุ่งประสบการณ์ทางภาษา (Concentrate-Language-Encounters) ที่เป็นการสอนให้นักเรียนเข้าใจความหมายด้วยกระบวนการเรียนรู้วิธีต่าง ๆ ให้นักเรียนมีส่วนร่วมได้ประสบการณ์ตรงในการใช้ภาษาทั้งการฟัง พูด อ่าน และเขียนอย่างต่อเนื่องจากครูที่เป็นเจ้าของภาษาโดยตรง เพื่อให้นักเรียนเข้าใจความหมายโดยรวมของเรื่องไปสู่องค์ประกอบย่อยของภาษา สามารถนำรูปแบบภาษาไปใช้ในการสื่อสารได้ในชีวิตประจำวัน แต่ทั้งนี้การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนต้องเป็นไปด้วยความสนุกสนาน นักเรียนจึงคาดหวังต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของครูชาวจีนมากที่สุดเกี่ยวกับ ครูควรสอนได้อย่างสนุกสนานและไม่น่าเบื่อ แสดงให้เห็นว่ามีความเป็นไปได้สูงที่ครูชาวจีนอาจจะยังคงใช้วิธีการสอนหน้าชั้นเรียนด้วยการอธิบายเนื้อหาเป็นส่วนใหญ่ ขาดการใช้สื่อการสอนเพื่อสร้างกิจกรรมให้หลากหลาย ในส่วนของครูที่เป็นชาวไทยพบว่า นักเรียนได้แสดงทัศนะที่คาดหวังต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ว่า นอกจากการสอนนักเรียนให้ได้รับความรู้ในตำราเรียนแล้ว ครูชาวไทยควรจะนำศัพท์แปลกใหม่ หรือความรู้ใหม่ ๆ มาสอนนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ แสดงให้เห็นว่า นักเรียนมีความคาดหวังต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ทั้งครูชาวจีนและครูชาวไทยที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามทัศนะของนักเรียนที่พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้นความคาดหวังของนักเรียนที่ต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ให้ครูที่เป็นชาวไทยสอนเนื้อหาเพิ่มเติมลงลึกมากกว่าในหนังสือตำราเรียนที่มีอยู่และนำศัพท์ใหม่ ๆ ความรู้ใหม่ ๆ มาสอนเสริม ซึ่งการที่จะดำเนินการสอนตามความต้องการของนักเรียนให้บรรลุได้นั้นครูชาวไทยจะต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาจีนในระดับสูงเท่านั้น และนักเรียนยังต้องการให้ครูที่เป็นชาวจีนจัดการเรียนการสอนภาษาจีนให้สนุกสนานไม่น่าเบื่อ ซึ่งทั้งสองประการนี้จึงเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์บนความแตกต่างที่นักเรียนได้แสดงทัศนะต่อครูสอนภาษาจีนในไทย ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหลายควรคำนึงถึงและเร่งส่งเสริมหรือปรับปรุงแก้ไขให้มากที่สุด

ด้านการจัดบรรยากาศในชั้นเรียน คุณลักษณะที่เป็นจริงของครูเฉพาะบุคคล อาจจะมีผลกระทบต่อบรรยากาศในชั้นเรียนได้ เช่น คุณลักษณะที่เป็นบุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถ กิริยาท่าทาง และความประพฤติ เป็นต้น (จักรพันธ์ ทิพย์โอฬาร, 2561, น. 22) การสร้างบรรยากาศที่อบอุ่น ครูให้ความเอื้ออาทรต่อนักเรียน ส่งเสริมให้นักเรียนกับนักเรียนมีความสัมพันธ์ฉันท์มิตรต่อกัน มีระเบียบ มีความสะอาด เหล่านี้เป็นบรรยากาศที่นักเรียนต้องการ ทำให้นักเรียนมีความสุขในการมาเรียน ดังนั้นการสร้างบรรยากาศในชั้นเรียนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง (อาภรณ์ ใจเที่ยง, 2546, น. 228) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้พบว่า นักเรียนมีความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของครูชาวจีนที่ใกล้เคียงกับข้อความที่กล่าวข้างต้นมากที่สุดคือ ต้องการให้ครูชาวจีนเป็นคนอารมณ์ดี พูดจาขบขันสร้างความสนุกสนานในห้องเรียนได้ แต่ทั้งนี้อาจเป็นเพราะครูชาวจีนขาดทักษะการสื่อสารที่ดีจึงทำให้ไม่สามารถสร้างบรรยากาศในชั้นเรียนให้ดีและเป็นไปตามความคาดหวังของนักเรียน ดังนั้นผลการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการจัดบรรยากาศในชั้นเรียนระหว่างครูที่เป็นชาวจีนกับครูที่เป็นชาวไทยตามทัศนะของนักเรียนจึงพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เพราะการสื่อสารในชั้นเรียนน่าจะเป็นมูลเหตุสำคัญต่อทัศนะของนักเรียน แต่ทั้งนี้นักเรียนก็มีความคาดหวังต่อคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของครูที่เป็นชาวไทยคือ ต้องการให้ครูกระตุ้นนักเรียนให้สนใจในการเรียนภาษาจีนให้มากขึ้นด้วยการส่งเสริมให้เข้ารับการทดสอบ HSK หรือการแข่งขันทักษะภาษาจีนในระดับต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนให้เกิดกับนักเรียน

ด้านการใช้สื่อการสอน ผลการศึกษาคุณลักษณะที่เป็นจริงด้านการใช้สื่อการสอนของครูสอนภาษาจีนในปัจจุบันพบว่า ครูจะใช้สื่อการสอนหลากหลายชนิดเช่น บัตรคำ วีดีโอ เพลง รูปภาพ หรือเกมส์ เป็นต้น แสดงว่าครูได้มีการนำสื่อหลากหลายมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน เพราะการสอนทักษะภาษาที่ต้องการเน้นให้นักเรียนเข้าใจความหมายด้วยกระบวนการเรียนรู้วิธีต่างๆ ดังนั้นนักเรียนต้องได้รับโอกาสให้มีส่วนร่วม ได้รับประสบการณ์ตรงในการใช้ภาษาทั้งการฟัง พูด อ่าน และเขียนอย่างต่อเนื่อง โดยยึดตามสื่อการเรียนและอื่น ๆ (สุคนธ์ สินธพานนท์ และคณะ, 2545) สื่อการสอนแต่ละประเภทจะมีข้อเด่นและข้อด้อยที่แตกต่างกันออกไป เช่น สื่อคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย จะมีข้อความ ภาพเคลื่อนไหว เสียงบรรยายประกอบ เสียงดนตรีที่สร้างบรรยากาศน่าสนใจที่จะนำเสนอเนื้อหา วิธีการเรียน และการประเมินผลไว้ได้อย่างครบถ้วน (Green, 1993, p. 217; อ้างถึงใน สุคนธ์ สินธพานนท์ และคณะ, 2561, น. 56) สื่อแบบฝึกทักษะจะสนองความต้องการในการอ่านอย่างอิสระ ช่วยฝึกทักษะและพัฒนาการอ่านของเด็ก เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ได้ดี (นิภาวรรณ วรภู, 2547, น. 22) และสื่อชุดการเรียนจะช่วยให้นักเรียนได้ศึกษาและปฏิบัติกิจกรรมไปพร้อมๆ กัน เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยครูเป็นผู้ให้คำแนะนำช่วยเหลือ (สุวรรณมาลี นาคเสน, 2544, น. 39 – 40) ถึงแม้ว่าครูสอนภาษาจีนจะนำสื่อมาใช้ประกอบการสอนในระดับมากแล้วก็ตาม แต่สภาพที่เป็นจริงกลับพบว่ายังไม่สนองตอบตรงตามความต้องการของนักเรียนอย่างแท้จริง ดังนั้นนักเรียนจึงแสดงทัศนะคาดหวังให้ครูสอนภาษาจีนที่เป็นชาวจีนนำสื่อการสอนที่เป็นวิดีทัศน์ เช่น วีดีโอการสอนภาษาจีน ภาพยนตร์จีน เพลงจีน เป็นต้น มาใช้ประกอบการเรียนการสอนให้มากที่สุด และควรเป็นสื่อที่แปลกใหม่

ทันสมัยกับปัจจุบัน และครูสอนภาษาจีนที่เป็นชาวไทยก็ควรที่จะนำสื่อการสอนที่กล่าวถึงดังกล่าวมาใช้ให้มากขึ้นด้วย โดยผลการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านการใช้สื่อการสอนของครูทั้งสองกลุ่มนี้ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักเรียนแสดงทัศนะต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ภาพรวมต่อครูชาวไทยมีค่าเฉลี่ยมากกว่าครูชาวจีน ซึ่งอาจสรุปได้ว่า การใช้สื่อการสอนที่แปลกใหม่ทันสมัยโดยใช้เทคโนโลยีเพื่อการนำเสนอสื่อที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถสร้างแรงจูงใจในการเรียนภาษาจีนให้กับนักเรียนได้อย่างดี สำหรับครูที่เป็นชาวไทยแล้วควรที่จะเร่งดำเนินการนำมาใช้ให้มากขึ้นรวมทั้งครูที่เป็นชาวจีนด้วย

ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ผลการศึกษาคุณลักษณะที่เป็นจริงและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ของครูที่เป็นชาวจีนและที่เป็นชาวไทยตามทัศนะของนักเรียน พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมากสอดคล้องกัน โดยนักเรียนแสดงทัศนะเกี่ยวกับครูจะจัดการทดสอบภาษาจีนอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าครูที่สอนภาษาจีนจะใช้การวัดผลการเรียนรู้ของนักเรียนด้วยการทดสอบวัดทักษะความรู้อยู่เสมอ เพราะการทดสอบวัดความรู้เป็นการทดสอบอย่างมีระบบ เป็นการวัดผลอย่างเป็นทางการที่จะสามารถนำมาวินิจฉัยว่านักเรียนเก่งหรืออ่อนในด้านใด เพื่อที่ครูจะได้สอนเสริมหรือหาบทเรียนเฉพาะเพื่อเสริมในด้านที่นักเรียนยังไม่เข้าใจ นอกจากนี้ยังช่วยสะท้อนให้เห็นวัตถุประสงค์ในการสอนได้อย่างชัดเจน ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการเรียนการสอนสามารถบรรลุจุดประสงค์หรือไม่ (วิสาข์ จัติวัตร์, 2543, น. 299) ทั้งนี้การวัดผลตามสภาพที่เป็นจริงนั้น ครูต้องใช้วิธีการที่หลากหลายเพื่อให้ได้ข้อมูลสอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด โดยเฉพาะการวัดผลอย่างไม่เป็นทางการ ได้แก่ การสังเกตในชั้นเรียน การพูดคุยกับนักเรียน การเขียนบันทึกประจำวันของนักเรียน การใช้แบบฟอร์มต่าง ๆ ในการสังเกต ครูต้องสังเกตการณ์การทำงานของนักเรียนในแต่ละงานตั้งแต่ต้นจนเสร็จสิ้นและให้คะแนนการทำงานแต่ละขั้นตอนในขณะที่ปฏิบัติจริง (เริงชัย จงพิพัฒนสุข, 2542, น. 14-15) ก่อนที่จะประเมินผลนักเรียน จึงจะได้ชื่อว่าวัดและประเมินผลตามสภาพจริง และผลการศึกษาเปรียบเทียบด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ระหว่างครูที่เป็นชาวจีนกับครูที่เป็นชาวไทยก็พบว่า ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการวัดและประเมินผลนักเรียนในการเรียนภาษาจีนยังเป็นการดำเนินการโดยครูชาวไทยและครูพี่เลี้ยงที่เป็นชาวไทยเป็นหลัก ครูอาสาสมัครชาวจีนที่มาสอนยังมีทักษะในการจัดทำเครื่องมือวัดผลและประเมินผลการเรียนได้ไม่สอดคล้องกับหลักสูตรของไทย ดังนั้นการวัดและประเมินผลส่วนใหญ่จึงอยู่ในการกำกับดูแลของครูชาวไทย

ผลการเปรียบเทียบคุณลักษณะที่เป็นจริงและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของครูสอนภาษาจีนที่เป็นชาวจีนและที่เป็นชาวไทยภาพรวม พบว่า ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ครูชาวจีนที่พยายามศึกษาเรียนรู้จากครูพี่เลี้ยงที่เป็นชาวไทยในการการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับบริบทของนักเรียนไทย ในขณะที่ครูที่เป็นชาวไทยจะมีวิธีการจัดการเรียนการสอนที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ เพียงแต่ข้อดีของครูที่เป็นชาวจีน คือ นักเรียนได้มีโอกาสสื่อสารกับเจ้าของภาษา ได้ฟังการออกเสียงที่เป็นมาตรฐานของครูชาวจีน แต่มีข้อด้อยเกี่ยวกับไม่สามารถอธิบายบทเรียนหรือเนื้อหาที่ยากซับซ้อนมาก ๆ ได้ ทำให้บางครั้งนักเรียนฟังไม่เข้าใจ ไม่รู้เรื่อง

เกิดความเบื่อหน่ายต่อการเรียนภาษาจีน ในขณะที่ครูชาวไทยสามารถอธิบายบทเรียนและเนื้อหาต่าง ๆ ได้ดี นักเรียนมีความเข้าใจ ส่วนในเรื่องคำศัพท์ขั้นสูง การออกเสียง หรืออื่น ๆ ที่เป็นภาษาจีนมาตรฐานจะมีความสามารถด้อยกว่าครูชาวจีน ทำให้นักเรียนขาดโอกาสและประสบการณ์ที่ดีต่อทักษะการฟังและพูดภาษาจีนที่ได้มาตรฐาน ดังนั้นการส่งเสริมให้ครูสอนภาษาจีนไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนจีน มีความสามารถทางภาษาจีนในระดับสูงได้จะช่วยแก้ปัญหาที่กล่าวถึงหมดไปหรือลดลงได้มาก สอดคล้องกับ Li Zhen (2014, บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีนตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดปทุมธานี พบว่า ครูสอนภาษาจีนจำเป็นต้องมีทักษะการใช้ภาษาจีนเป็นอย่างดี และมีความสามารถในการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อให้นักเรียนประสบผลสำเร็จในการเรียนภาษาจีนได้มากที่สุด ครูควรมีการส่งเสริมใช้สื่อการสอนเพื่อกระตุ้นให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ที่หลากหลายและควรมีการศึกษาวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้วย (จารุกร จรดล และคณะ, 2558, บทคัดย่อ)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. คุณลักษณะของครูสอนภาษาจีนอาจมีการแบ่งออกได้อีกในหลาย ๆ ด้าน

2. ข้อคำถามในแต่ละด้านอาจปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของครูสอนภาษาจีนในปัจจุบันขณะนั้นเพื่อให้เหมาะสมกับเหตุการณ์ที่ควรจะเป็น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาคุณลักษณะที่เป็นจริงและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีน ในด้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น ด้านบุคลิกภาพ ด้านความรู้ภาษาจีน ด้านจรรยาบรรณความเป็นครู และอื่นๆ เพื่อให้ครอบคลุมคุณลักษณะที่จำเป็นของครูสอนภาษาจีนมากขึ้น

2. ควรศึกษาทัศนะของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยที่ไม่ใช่นักเรียน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากทุกภาคส่วน

เอกสารอ้างอิง

จักรพันธ์ ทิพยโอฬาร. (2561). *คุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของผู้ฝึกสอนกีฬารักบี้ฟุตบอลตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่และนักกีฬา ในการเตรียมทีมกีฬารักบี้ฟุตบอลรุ่นอายุไม่เกิน 19 ปี เพื่อเข้าร่วมการแข่งขันคัดเลือกเป็นตัวแทนระดับภาค ประจำปี พ.ศ.2561.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ม.(พลศึกษา). สุพรรณบุรี : สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตสุพรรณบุรี.

จารุกร จรดล, ภารดี อนันต์นาวี และเจริญวิชญ์ สมพงษ์ธรรม. (2558). *สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนวิชาภาษาจีนของโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดนนทบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การ*

ศึกษามัธยมศึกษา เขต 3. สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2560, จาก https://www.tcihaijo.org/index.php/JRTAN/article/view/47794.

นิภาวรรณ วรภู. (2547). *การสร้างหนังสืออ่านเพิ่มเติมในกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม เรื่องทวีปอเมริกาเหนือและทวีปอเมริกาใต้ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3.* วิทยานิพนธ์ ค.ม.เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ไพโรจน์ พัตรปาน. (2550). *คุณลักษณะที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของผู้ฝึกสอนฟุตบอลตามนักฟุตบอล ผู้จัดการทีม ผู้สื่อข่าวกีฬา และผู้ชม ในการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก 2006.* ปริญานิพนธ์ กศ.ม. (พลศึกษา). กรุงทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เริงชัย จงพิพัฒนสุข. (2542). *คู่มือผู้ปกครองและครู : การเรียนการสอนตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.

วัลยา ช้างขวัญยืน. (2540). *ภาษากับการสื่อสาร.* นครปฐม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วิสาข์ จัติวัตร์. (2543). *การสอนอ่านภาษาอังกฤษ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุคนธ์ สินธพานนท์ และคณะ. (2545). *การจัดกระบวนการเรียนรู้: เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน.* กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

สุวรรณมาลี นาคเสน. (2544). *การพัฒนาชุดการเรียนคณิตศาสตร์ โดยใช้รูปแบบการสอน Group Investigation เรื่องวงกลม ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3.* วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การมัธยมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

สุรีพร ไตรจันทร์. (2557). สภาพปัญหาการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยยุคปัจจุบันของนักเรียน ระดับอาชีวศึกษา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 195 ปีที่ 6* (ฉบับที่ 2), พฤษภาคม-สิงหาคม 2557.

สำนักยุทธศาสตร์และประเมินล กรุงเทพมหานคร. (2556). *ความรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน (ASEAN Community).* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.

อาภรณ์ ใจเที่ยง. (2546). *หลักการสอน (ฉบับปรับปรุง).* กรุงเทพฯ: โอ เอส พรินติ้ง เฮ้าส์.

Jin Ya Wei. (2015). *วิเคราะห์ความสามารถทางด้านการใช้ภาษาจีนของครูสอนภาษาจีนในการจัดการเรียนการสอนระดับชั้นต้น.* วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเหอเป่ย สาธารณรัฐประชาชนจีน.

Li Zhen. (2014). *คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของครูสอนภาษาจีนตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดปทุมธานี.* ปริญญานิพนธ์(กศ.ม.)การจัดการศึกษา. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

Lin Tai Rong. (2015). *ศึกษาคุณลักษณะที่พึงมีของครูสอนภาษาจีนในโรงเรียนมัธยมศึกษาของไทย.* วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยครุศาสตร์เทียนจิน สาธารณรัฐประชาชนจีน.

Liu Fu Ping. (2013). *การพัฒนาทักษะด้านภาษาและการสื่อสารของครู*. สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2560, จาก

http://www.wodefanwen.com/lhd_79uyk3vk5r6b8ve014cn_4.html.

Xia Si Yi .(2016). *วิเคราะห์พื้นเพความสัมพันธ์ด้านภาษาและวัฒนธรรมของการจัดการเรียนการสอนภาษาจีน.* สืบค้นวันที่ 21 พฤษภาคม 2560, จาก wenku.baibu.com/view/3646ace86429647d27284b73f242336c1eb930fe.html.

Yu Zhi You. (2016). *การศึกษาเทคนิคการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชั้นเรียนของครู.* สืบค้นวันที่ 21 พฤษภาคม 2560, จาก www.doc88.com/p-7794594995184.html.

ความฉลาดทางวัฒนธรรมและอิสระการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

Cultural Intelligence and Team Autonomy towards Employee Organizational Commitment

ธรรมพร แพนเกาะ*
Thammaphon Pankoh*
ปรียานุช อภิบุณโยภาส**
Preeyanuch Apibunyopas**
ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*
Department of Management, Faculty of Business Administration, Kasetsart University.*
รองศาสตราจารย์ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**
Associate Professor Dr.Preeyanuch Apibunyopas Department of Management,
Faculty of Business Administration, Kasetsart University.**
Email: Thammaphon.P@ku.ac.th*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความฉลาดทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่ออิสระการทำงานเป็นทีม 2) เพื่อศึกษาอิสระการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร 3) เพื่อศึกษาความฉลาดทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร และ 4) เพื่อศึกษาความฉลาดทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรผ่านอิสระการทำงานเป็นทีม กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานองค์กรเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ผลการศึกษาพบว่าความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่ออิสระการทำงานเป็นทีมมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.629 อิสระการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.475 ความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.343 และความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรผ่านอิสระการทำงานเป็นทีมมีค่าสัมประสิทธิ์ทางตรงเท่ากับ 0.343 และทางอ้อมเท่ากับ 0.299 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001

คำสำคัญ : ความฉลาดทางวัฒนธรรม, อิสระการทำงานเป็นทีม, ความผูกพันต่อองค์กร

Abstract

The objectives of this research are: 1) to study cultural intelligence which affects to team autonomy; 2) to examine the team autonomy which exerts influence on organizational commitment; 3) to scrutinize the cultural intelligence which impacts on the organizational commitment; and 4) to investigate the cultural intelligence which has an effect on the organizational commitment through the team autonomy. The research sample is 200 personnel who work in a private sector in the area of Bangkok. The research instrument used was a survey in order to collect data. The data was analyzed the hypothesis testing by using structural equation modeling(SEM) by computer programs. The results revealed that cultural intelligence has a effect towards team autonomy with the path coefficient of 0.629; the team autonomy has a effect towards organizational commitment with the path coefficient of 0.475; the cultural intelligence has a effect towards organizational commitment with the path coefficient of 0.343; the cultural intelligence has a effect on the organizational commitment through the team autonomy has the direct effect of variable of 0.343 and the indirect effect of variable of 0.299 at a significance level of 0.001.

Keyword: Cultural Intelligence, Team Autonomy, Organizational Commitment

บทนำ

ปัจจุบันทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญ และมีค่ามากที่สุดขององค์กรเนื่องจากทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรม และกระบวนการทำงานในองค์กรให้เกิดความต่อเนื่องซึ่งองค์กรต่างมีความต้องการพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะการทำงานเป็นทีมที่ดี องค์กรจึงจำเป็นต้องสรรหาคัดเลือก จ่ายค่าตอบแทน และให้สวัสดิการที่เหมาะสมแก่พนักงาน อีกทั้งองค์กรควรมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร (Barney, 2001)

ในยุคศตวรรษที่ 21 รูปแบบการทำงานมีการเปลี่ยนแปลงไป พนักงานในองค์กรมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมมากขึ้น สำหรับรูปแบบการทำงานเป็นทีมมีความเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากองค์กรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงาน (Gallie *et al*, 2012) จึงส่งผลให้พนักงานมีการทำงานที่สะดวก รวดเร็ว ติดต่อสื่อสารประสานงาน ปฏิสัมพันธ์กันง่ายขึ้น และพนักงานมีอิสระในการทำงานมากขึ้น (Delarue *et al*, 2008) อย่างไรก็ตามจากการสำรวจอัตราการว่างงานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2561 พบว่าอัตราการว่างงานมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวน 1,311,313 คน 1,458,929 คน 1,703,814 คน1,759,454 คน และ 1,846,427 คน ตามลำดับ (เศรษฐกิจแรงงานประจำเดือนกันยายน 2562, กองเศรษฐกิจการแรงงาน, สำนักงานปลัดกระทรวง

แรงงาน) ซึ่งสาเหตุของการว่างงานจากข้อมูลของปี 2559 พบว่ามีเหตุผลมาจากพนักงานสมัครใจลาออกจากงานมากกว่ากิจการเลิกจ้าง (วารสารสถานการณ์ตลาดแรงงาน ปี 2559, กรมการจัดหางาน, กระทรวงแรงงาน)

การทำงานเป็นทีมในปัจจุบันมุ่งเน้นการให้อิสระกับพนักงานในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน ให้อิสระพนักงานในการควบคุมเวลาการปฏิบัติงาน และให้อิสระพนักงานเลือกวิธีการปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับตนเอง ได้แต่พนักงานยังคงทำงานร่วมกันเป็นทีมเช่นเดิม เรียกว่า อิสระในการทำงาน (Autonomy) (Procter and Burridge, 2008) เมื่อองค์กรได้นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินงานจึงส่งผลให้สมาชิกในทีมมีปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้น ดังนั้นความสามารถของพนักงานในการสื่อสาร และปฏิสัมพันธ์จึงมีความสำคัญ เนื่องจากพนักงานแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรม มีความหลากหลายทางภูมิหลัง พนักงานที่มีความสามารถในการปรับตัว ยอมรับ และเข้าใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรม สามารถจัดการกับสถานการณ์ที่ต้องเผชิญหน้ากับความแตกต่างทางวัฒนธรรมได้อย่างถูกต้องเหมาะสม เรียกว่า ความฉลาดทางวัฒนธรรม (Cultural Intelligence) (Ang *et al,* 2007) จึงมีความสำคัญ

ปัจจัยทางด้านความฉลาดทางวัฒนธรรม และอิสระการทำงานเป็นทีมจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานส่วนบุคคล เมื่อพนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน มีแรงจูงใจในการทำงาน มีทัศนคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน และมีความก้าวหน้าในหน้าที่การงานเมื่อปฏิบัติงานในองค์กร ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรเพิ่มขึ้น (Meyer and Allen, 1991)

ดังนั้น คำถามการวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาความฉลาดทางวัฒนธรรมและอิสระการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรหรือไม่ และความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรผ่านอิสระการทำงานเป็นทีมหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความฉลาดทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่ออิสระการทำงานเป็นทีม
2. เพื่อศึกษาอิสระการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
3. เพื่อศึกษาความฉลาดทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
4. เพื่อศึกษาความฉลาดทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรผ่านอิสระการทำงานเป็นทีม

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความฉลาดทางวัฒนธรรม (Cultural Intelligence)

Ang et al (2007) กล่าวว่า ความฉลาดทางวัฒนธรรมประกอบด้วย 4 ด้านดังนี้

1. อภิปัญญาความฉลาดทางวัฒนธรรม (Metacognition Cultural Intelligence) หมายถึง การตระหนักรู้ถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม การตรวจสอบความรู้สึกของตนเองที่มีต่อบุคคลต่างวัฒนธรรมโดยไม่ใช้ความรู้สึกส่วนตนตัดสินพฤติกรรมบุคคลต่างวัฒนธรรม และวางแผนศึกษาข้อมูลเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลต่างวัฒนธรรม

2. ความรู้ความฉลาดทางวัฒนธรรม (Cognitive Cultural Intelligence) หมายถึง ความรู้ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทั่วไปทางวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อทางศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี และความรู้เฉพาะทางวัฒนธรรม เช่น อุปนิสัยประจำชาติ วัฒนธรรมการทำงานเพื่อนำไปสู่การสร้างการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลต่างวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม

3. แรงจูงใจความฉลาดทางวัฒนธรรม (Motivational Cultural Intelligence) หมายถึง แรงจูงใจของพนักงานที่มีต่อความฉลาดทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้านคือ แรงจูงใจภายใน หมายถึง การให้ความสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมอื่น แรงจูงใจภายนอก หมายถึง บุคคลนั้นสนใจที่จะปฏิบัติงานกับบุคคลต่างวัฒนธรรม และให้คุณค่ากับประสบการณ์การทำงานร่วมกับบุคคลต่างวัฒนธรรม

4. พฤติกรรมความฉลาดทางวัฒนธรรม (Behavioral Cultural Intelligence) หมายถึง ความสามารถของบุคคลในนำความรู้ความฉลาดทางวัฒนธรรมไปประยุกต์ใช้ในการแสดงออกเชิงพฤติกรรม และการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลต่างวัฒนธรรม แบ่งออกได้ 3 ด้านคือ 1) วัจนภาษา หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการใช้ภาษาพูดคุยกับบุคคลต่างวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม 2) อวัจนภาษา หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการสื่อสารกับบุคคลต่างวัฒนธรรมผ่านภาษาท่าทาง เมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมได้เหมาะสม 3) วัจนกรรม หมายถึง การแสดงออกถึงกริยามารยาทกับบุคคลต่างวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม

อิสระการทำงานเป็นทีม (Team Autonomy)

Parker et al (2001) กล่าวว่า อิสระการทำงานเป็นทีมประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

1. ความมีอิสระในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความมีอิสระของพนักงานในการตัดสินใจด้วยตนเองในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน พนักงานมีอิสระในการตัดสินใจแก้ปัญหาในงานที่ได้รับมอบหมาย และมีอิสระในการตัดสินใจในการกำหนดเกณฑ์การปฏิบัติงาน

2. ความมีอิสระในการควบคุมเวลาการปฏิบัติงาน หมายถึง ความมีอิสระของพนักงานในการควบคุมเวลาการปฏิบัติงาน ควบคุมความเร็วในการปฏิบัติงาน และกำหนดช่วงเวลาหยุดพักด้วยตนเอง

3. ความมีอิสระในการเลือกวิธีการปฏิบัติงาน หมายถึง ความมีอิสระของพนักงานในการเลือกวิธีการปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับตนเอง การวางแผนการปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับตนเอง และสามารถกำหนดเป้าหมายการปฏิบัติงานของตนเองได้

ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment)

Meyer and Allen (1991) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรประกอบด้วย 3 ด้านดังนี้

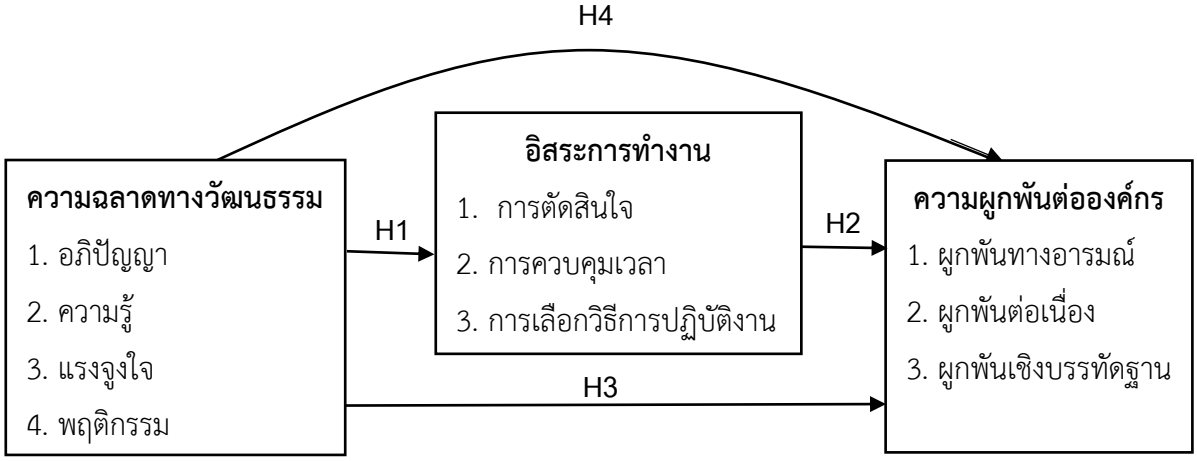
1. ความผูกพันทางอารมณ์ (Affective Commitment) หมายถึง ความต้องการของบุคคลในการเข้าร่วมปฏิบัติงานในองค์กร ซึ่งเป็นความรู้สึกทางอารมณ์ของบุคคลที่มีต่อองค์กร เช่น ความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ความรู้สึกถึงความเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร และความรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในองค์กร

2. ความผูกพันอย่างต่อเนื่อง (Continuance Commitment) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่จะต้องปฏิบัติงานในองค์กรนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสถานภาพทางการเงินและผลประโยชน์ที่ได้รับจากองค์กร รวมถึงการประเมินถึงผลกระทบหากตัดสินใจลาออกจากองค์กร

3. ความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน (Normative Commitment) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่รับรู้ว่าควรจะปฏิบัติงานกับองค์กรนี้ และบุคคลนั้นรับรู้ว่าควรจะปฏิบัติงานกับองค์กรอย่างไร สิ่งใดควรกระทำสิ่งใดไม่ควรกระทำต่อองค์กร ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความจงรักภักดีต่อองค์กร

กรอบแนวคิดงานวิจัย

การศึกษาความฉลาดทางวัฒนธรรม และอิสระการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรมีกรอบแนวคิดทางการวิจัย ดังแสดงในภาพ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่ออิสระการทำงานเป็นทีม

สมมติฐานที่ 2 อิสระการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานที่ 3 ความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานที่ 4 ความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรผ่านอิสระการทำงานเป็นทีม

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานองค์กรเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตาม Celik and Yilmaz (2013) ได้แนะนำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการงานวิจัยควรมีขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 200 ตัวอย่าง สำหรับการสุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งหมด 200 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามคัดกรอง เช่น องค์กรของท่านตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครหรือไม่, เพศ, อายุ และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความฉลาดทางวัฒนธรรมองค์ของพนักงาน ได้แก่ อภิปัญญาความฉลาดทางวัฒนธรรม, ความรู้ความฉลาดทางวัฒนธรรม, แรงจูงใจความฉลาดทางวัฒนธรรม และพฤติกรรมความฉลาดทางวัฒนธรรมโดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale (มัลลิการ บุนนาค. 2542)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับอิสระการทำงานเป็นทีมของพนักงาน ได้แก่ ความมีอิสระในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน, ความมีอิสระในการควบคุมเวลาการปฏิบัติงาน และความมีอิสระในการเลือกวิธีการปฏิบัติงานโดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale (มัลลิการ บุนนาค. 2542)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ได้แก่ ความผูกพันทางอารมณ์, ความผูกพันต่อเนื่อง และความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale (มัลลิการ บุนนาค. 2542)

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติมาวิเคราะห์ และจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันโดยใช้วิธีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2562)

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพนักงาน

ปัจจัยที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
ความฉลาดทางวัฒนธรรม			
อภิปัญญาความฉลาดทางวัฒนธรรม	3.91	0.54	ระดับสูง
ความรู้ความฉลาดทางวัฒนธรรม	3.69	0.65	ระดับสูง
แรงจูงใจความฉลาดทางวัฒนธรรม	4.03	0.60	ระดับสูง
พฤติกรรมความฉลาดทางวัฒนธรรม	3.86	0.60	ระดับสูง
รวม	**3.87**	**0.59**	**ระดับสูง**

อิสระการทำงานเป็นทีม			
ความมีอิสระในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน	3.95	0.66	ระดับมาก
ความมีอิสระในการควบคุมเวลาการปฏิบัติงาน	4.07	0.68	ระดับมาก
ความมีอิสระในการเลือกวิธีการปฏิบัติงาน	4.10	0.56	ระดับมาก
รวม	**4.04**	**0.63**	**ระดับมาก**
ความผูกพันต่อองค์กร			
ความผูกพันทางอารมณ์	3.86	0.67	ระดับมาก
ความผูกพันต่อเนื่อง	4.04	0.70	ระดับมาก
ความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน	3.99	0.65	ระดับมาก
รวม	**3.96**	**0.67**	**ระดับมาก**

จากตารางที่ 1 พบว่าจากค่าเฉลี่ย (Mean) และระดับความคิดเห็นของพนักงานสามารถอธิบายได้ดังนี้ ระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีผลต่อความฉลาดทางวัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 หมายความว่า พนักงานมีความฉลาดทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับสูง ต่อมาคือระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีผลต่ออิสระการทำงานเป็นทีมมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.04 หมายความว่าพนักงานมีอิสระในการทำงานเป็นทีมอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96 หมายความว่าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

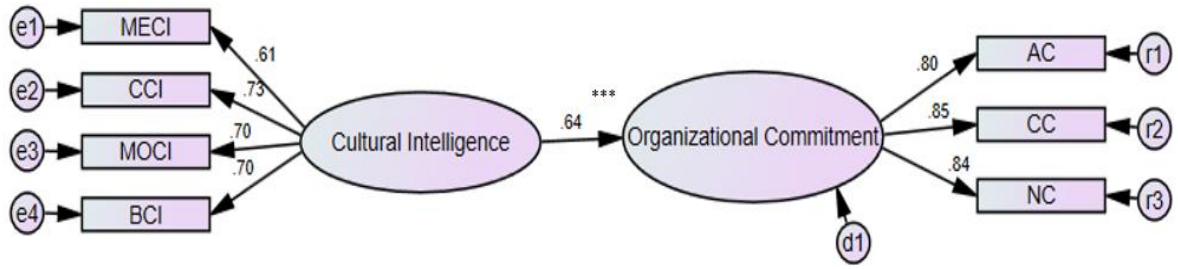
การทดสอบความกลมกลืนระหว่างโมเดลที่คาดไว้กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้ค่าดัชนีไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/df) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) ค่าดัชนีการวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) และค่าดัชนีรากที่สองของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดล

ดัชนีบ่งชี้ความเหมาะสมพอดี	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการศึกษา
1. ค่าดัชนีไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/df)	< 3.000	2.284	มีความกลมกลืน
2. ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI)	> 0.900	0.928	มีความกลมกลืน
3. ดัชนีการวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI)	> 0.900	0.956	มีความกลมกลืน
4. ดัชนีรากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA)	< 0.080	0.080	มีความกลมกลืน
5. ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR)	< 0.050	0.020	มีความกลมกลืน

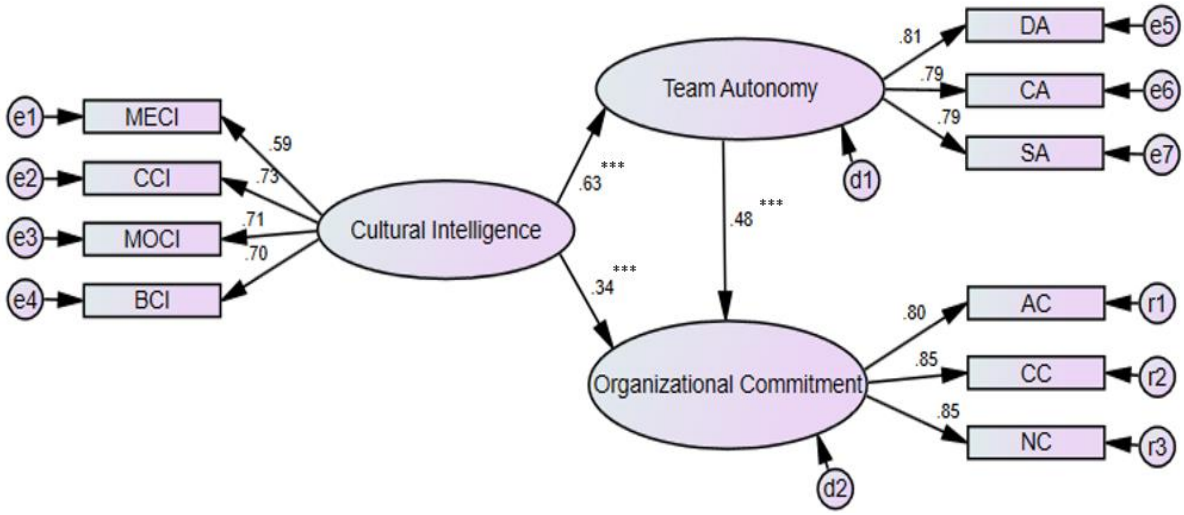
จากตารางที่ 2 พบว่าค่า CMIN/df มีค่าเท่ากับ 2.284 ค่า GFI มีค่าเท่ากับ 0.928 ค่า CFI มีค่าเท่ากับ 0.956 ค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.080 และค่า RMR มีค่าเท่ากับ 0.020 จึงแสดงให้เห็นว่าโมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัยมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์ที่กำหนด

สมมติฐานในการศึกษาโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้างของความฉลาดทางวัฒนธรรม อิสระการทำงานเป็นทีม และความผูกพันต่อองค์กรประกอบด้วย 4 สมมติฐานดังภาพที่ 2 และภาพที่ 3 ดังนี้



หมายเหตุ: ***$p < 0.001$

ภาพที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยโมเดลสมการโครงสร้างแบบไม่มีตัวแปรส่งผ่าน



หมายเหตุ: ***$p < 0.001$

ภาพที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยโมเดลสมการโครงสร้างแบบมีตัวแปรส่งผ่าน

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยโมเดลสมการโครงสร้างแสดงค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมสามารถแสดงผลได้ตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลรวมของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม

ตัวแปรสาเหตุ	ผลกระทบ	ตัวแปรผล	
		อิสระการทำงานเป็นทีม	ความผูกพันต่อองค์กร
ความฉลาดทางวัฒนธรรม	SDE	0.629	0.343
	SIE	0.000	0.299
	STE	0.629	0.642
อิสระการทำงานเป็นทีม	SDE	-	0.475
	SIE	-	0.000
	STE	-	0.475
$\boldsymbol{R^2}$		**0.395**	**0.548**

หมายเหตุ: อิทธิพลทางตรง (SDE), อิทธิพลทางอ้อม (SIE), อิทธิพลรวม (STE)

จากตารางที่ 3 พบว่า ความฉลาดทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมกับความผูกพันต่อองค์กรผ่านอิสระการทำงานเป็นทีม โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.343 และค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.299 แสดงว่า อิสระการทำงานเป็นทีมเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วน (Partial mediation)

จากการทดสอบสมมติฐานสามารถวิเคราะห์ค่าอิทธิผลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมเพื่อตอบสมมติฐานการวิจัยสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	สัมประสิทธิ์เส้นทาง	สรุปผล
1. ความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่ออิสระการทำงานเป็นทีม	0.629***	ยอมรับสมมติฐาน
2. อิสระการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร	0.475***	ยอมรับสมมติฐาน
3. ความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร	0.343***	ยอมรับสมมติฐาน
4. ความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรผ่านอิสระการทำงานเป็นทีม	0.629***, 0.475***	ยอมรับสมมติฐาน

หมายเหตุ: ***$p < 0.001$

จากตารางที่ 4 พบว่า สมมติฐานที่ 1 (อิทธิพลรวม 0.629, $p < 0.001$) สมมติฐานที่ 2 (อิทธิพลรวม 0.475, $p < 0.001$) สมมติฐานที่ 3 (อิทธิพลรวม 0.343, $p < 0.001$) และสมมติฐานที่ 4 (อิทธิพลทางตรง 0.343 อิทธิพลทางอ้อม 0.299 อิทธิพลรวม 0.642, $p < 0.001$) จากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของสมมติฐานที่ 1 ถึงสมมติฐานที่ 4 จึงสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐาน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากสมมติฐานที่ 1 ความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่ออิสระการทำงานเป็นทีม ซึ่งผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.629 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 อธิบายได้ว่าความฉลาดทางวัฒนธรรมทุกด้านส่งผลต่ออิสระการทำงานเป็นทีมของพนักงานสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen and Chen (2019) และงานวิจัยของ Chen and Fu (2018)

จากสมมติฐานที่ 2 อิสระการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.475 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 อธิบายได้ว่าอิสระการทำงานเป็นทีมในทุกด้านส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร พนักงานที่มีการทำงานเป็นทีม และมีส่วนร่วมในงานขององค์กรจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sarinah et al (2018) และงานวิจัยของ Butt et al (2017)

จากสมมติฐานที่ 3 ความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรซึ่งผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.343 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 อธิบายได้ว่าความฉลาดทางวัฒนธรรมของพนักงานส่งต่อความผูกพันต่อองค์กรซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ D’souza et al (2017) และงานวิจัยของ Anvari et al (2014)

จากสมมติฐานที่ 4 ความฉลาดทางวัฒนธรรมส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรผ่านอิสระการทำงานเป็นทีมพบว่า มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.343 และอิทธิทางอ้อมเท่ากับ 0.299 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 อธิบายได้ว่าอิสระการทำงานเป็นทีมเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วน (Partial mediation)

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ตัวแปรด้านความฉลาดทางวัฒนธรรม (Cultural Intelligence) พบว่า พนักงานองค์กรเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็นต่อความรู้ความฉลาดทาง มากที่สุดมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.730 รองลงมาคือแรงจูงใจความฉลาดทางวัฒนธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.712 ลำดับต่อมาคือพฤติกรรมความฉลาดทางวัฒนธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.704 และลำดับสุดท้ายคืออภิปัญญาทางวัฒนธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.592 ดังนั้นองค์กรควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพฤติกรรมทางวัฒนธรรม และปัจจัยด้านอภิปัญญาทางวัฒนธรรม โดยการให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะด้านภาษาและการให้ความรู้ในการแสดงออกทางพฤติกรรมกับบุคคลต่างวัฒนธรรมอย่างเหมาะสม รวมถึงการเพิ่มองค์ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมอื่น ๆ เพื่อให้พนักงานรับรู้ถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม และไม่ใช้ความรู้สึกของตนเองตัดสินพฤติกรรมบุคคลต่างวัฒนธรรม วางแผนก่อนมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลต่างวัฒนธรรมได้อย่างถูกต้องเหมาะสมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อสร้างโอกาสในอาชีพของพนักงาน และทำงานร่วมกับบุคคลต่างวัฒนธรรมได้อย่างราบรื่น

ตัวแปรด้านอิสระการทำงานเป็นทีม (Team Autonomy) พบว่า พนักงานองค์กรเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็นต่อความมีอิสระในการตัดสินใจในการปฏิบัติงานมากที่สุด โดยมีค่า

สัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.807 รองลงมาคือความมีอิสระในการเลือกวิธีการปฏิบัติงานมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.794 และลำดับสุดท้ายคือความมีอิสระในการควบคุมเวลาการปฏิบัติงานมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.789 ดังนั้น องค์กรเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครจึงควรให้ความสำคัญกับความมีอิสระในการควบคุมเวลาการปฏิบัติงานของพนักงานเพิ่มมากขึ้น เช่น ให้อิสระแก่พนักงานในการควบคุมเวลาการปฏิบัติงานของตนเอง การให้อิสระแก่พนักงานในการกำหนดเวลาหยุดพักของตนเองได้ สร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงานมีความสนุกกับงานที่ได้รับมอบหมาย เกิดความพึงพอใจในการทำงาน เพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์กร

ตัวแปรด้านความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) พบว่า พนักงานองค์กรเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน มากที่สุดมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.846 รองลงมาคือความผูกพันต่อเนื่อง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.845 และลำดับสุดท้ายคือความผูกพันทางอารมณ์ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.801 ดังนั้นองค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มความผูกพันทางอารมณ์ของพนักงานที่มีต่อองค์กรให้เพิ่มมากขึ้น เช่น ทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจในองค์กรส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรที่ดีและสร้างชื่อเสียงที่ดีให้กับองค์กร เพื่อเพิ่มความภาคภูมิใจของพนักงานในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เพิ่มต้องการของพนักงานที่จะปฏิบัติงานกับองค์กรมากขึ้น สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับพนักงาน มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีมเพื่อให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของตนเองที่มีต่อองค์กรมากขึ้น และองค์กรควรมีนโยบายที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และองค์กรควรให้ความสำคัญกับการเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานของพนักงาน และมุ่งเน้นการพัฒนาปรับปรุงความผูกพันทางอารมณ์ของพนักงานแต่ละระดับเพื่อเพิ่มระดับความผูกพันทางอารมณ์ของพนักงานที่มีต่อองค์กรมากขึ้น และลดแนวโน้มการลาออกของพนักงาน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงแรงงาน. (2559*). วารสารสถานการณ์ตลาดแรงงาน ปี 2559*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2562). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS.* กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มัลลิกา บุนนาค. (2542). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. (2562). *เศรษฐกิจแรงงานประจำเดือนกันยายน 2562.* กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

Ang et al. (2007). Cultural intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural Judgment and Decision Making Cultural Adaptation and Task Performance. *Management and Organization Review,* 3(3), 335-371.

Anvari et al. 2014. The Impact of Leader's Cultural Intelligence on Organizational Commitment.

Asian Social Science, 10(17), 45-51.

Barney. (2001). Resource-Based Theories of Competitive Advantage: A Ten-Year Retrospective on the Resource-Based View. *Journal of Management,* 27(6), 643-648.

Butt et al. (2017). Impact of Job Autonomy, Psychological Empowerment and Distributive Justice on Turnover Intension: Mediating Role of Organizational Commitment. *International Journal of Management & Organizational Studies,* 6(2), 58-74.

Byrne. (2010). *Structural Equation Modeling with AMOS.* New York: Routledge.

Çelik, H. E., & Yılmaz, V. (2013). Lısrel 9.1 ile Yapısal Eşitlik Modellemesi. Ankara: Anı Yayıncılık.

Chen and Fu. 2018. The Relationship between Cultural Intelligence and Career Satisfaction with the Moderating Effect of Job Autonomy. *Proceedings of the Seventeenth Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance & Social Sciences*, 1-12.

Chen and Chen. 2019. The Effects of CQ, Cross-Cultural Psychological Capital, and Job Autonomy on Expatriate's Adjustment. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings* 2019, (1), 1-12.

Delarue et al. (2008). Teamworking and Organizational Performance: A Review of Survey Based Research. *International Journal of Management Reviews,* 10, 127-148.

Dolatshah and Hosseini. (2016). The Relationship between Cultural Intelligence and Organizational Commitment and Burnout among Employees of the Arman Financial Institution. *International Journal of Management Sciences,* 6(12), 595-603.

D'souza et al. (2017). *The Influence of Cultural Intelligence in Relation to Organizational Commitment.* Bangkok: Assumption University.

Gallie et al. (2012). Teamwork, Skill Development and Employee Welfare. *British Journal of Industrial Relations,* 50, 23-46.

Kline, R. B. (2010). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: Guilford.

Meyer and Allen. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review,* 1(1), 61-89.

Parker et al. (2001). Designing a Safer Workplace: Importance of Job Autonomy, Communication Quality, and Supportive Supervisors. *Journal of Occupational Health Psychology,* 6, 211-228.

Procter and Burridge. (2008). Teamworking and Performance: The Extent and Intensity of Teamworking in the 1998 UK Workplace Employee Relations Survey (WERS98). *The International Journal of Human Resource Management,* 19, 153-168.

Sarinah et al. (2018). The Effect of Work Autonomy, Self-Efficacy and Work Engagement towards Organizational Commitment. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2, 31-44.

ทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในบริษัทเอกชนตั้งอยู่ในจังหวัดนนทบุรี

The Desirable Profession Skill of Accountants in a Private Companies Located in Nonthaburi Province

ชนากานต์ มั่นเรืองเดช* ทัดดาว ทับบุรี* และ ปาริชาต ชัยมีแรง*

Chanakarn Manruangdach* Tuddaw Tubburee* and Parichad Chaimeerang*

*นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*Undergraduate student, Program in Accounting, Faculty of Management Science, Silpakorn University

*อีเมล์: manruengdach.c@gmail.com *อีเมล์: dawcoffee16@gmail.com and *อีเมล์: parichadchaimeerang@gmail.com

อิสราภรณ์ ทนุผล**

Issaraporn Thanupon**

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

**Assistant Professor of the Faculty of Marketing, Faculty of Management Science, Silpakorn University

**อีเมล์: issaraporn@ms.su.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของบริษัทที่มีต่อทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ การวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามส่งไปยังผู้ประกอบการของบริษัทจำกัดในอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำนวน 202 กิจการ งานวิจัยนี้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจที่มีประเภทธุรกิจต่างกันจะมีความต้องการทักษะทางวิชาชีพบัญชีของนักบัญชีต่างกันในด้านทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะวิชาชีพด้านทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ ธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีความต้องการทักษะทางวิชาชีพบัญชีของนักบัญชีต่างกันในด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงานและทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ธุรกิจที่มีระยะเวลาต่างกันมีความต้องการทักษะทางวิชาชีพบัญชีของนักบัญชีต่างกันในด้านทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร และทักษะวิชาชีพด้านทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ

คำสำคัญ: ทักษะทางวิชาชีพบัญชี, นักบัญชีที่พึงประสงค์, ทักษะทางปัญญา, ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน, ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล, ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ

Abstract

The objectives of this research were to study the influence of the characteristics of the company on the professional skills of desirable accountants. The data of this research gathered by sending questionnaires to private business located in Nonthaburi province, totally 202 firms. The researchers analyze this research by the One-way ANOVA statistical data and compares the mean value by using LSD.

It was found that different business type, different need level of accountant's the desirable profession skills: intellectual skills, technical and functional skills, personal skills, and organizational and business management skills. Different authorized capital, different need level of accountant's the desirable profession skills: technical and functional skills, and interpersonal and communication skills. Different business age, different need level of accountant's the desirable profession skills: intellectual skills, technical and functional skills, personal skills, interpersonal and communication skills and organizational and business management skills.

Keywords: Accounting professional skills, Desirable accountants, Intellectual skills, Technical and functional skills, Personal skills, Organizational and business management skills

บทนำ

นักบัญชีเป็นบุคลากรที่มีความสำคัญต่อหน่วยงานและองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เนื่องด้วยเป็นผู้รวบรวม จัดการ และประมวลผลข้อมูลที่เกี่ยวกับผลประกอบการของธุรกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจวางแผน และควบคุม โดยทักษะของนักบัญชีเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนให้หน่วยงานและองค์กรบรรลุผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย อีกทั้งได้รับความสำเร็จและความก้าวหน้า (ข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี, 2553) ดังนั้น นักบัญชีจำเป็นต้องมีความรู้และทักษะทางวิชาชีพ ความรู้ความเข้าใจกฎหมายทางบัญชี และความเที่ยงธรรม (อรอุษา ด้วงช้าง และประเวศ เพ็ญวุฒิกุล, 2561) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ว่าจ้างหรือนายจ้าง ทั้งนี้การปฏิบัติงานต้องปฏิบัติภายใต้กฎระเบียบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543 พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2547 สภาวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เป็นต้น นอกจากนี้นักบัญชีต้องมีทักษะวิชาชีพและคุณสมบัติของนักบัญชีมืออาชีพตามข้อกำหนดมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี (International Education Standards for Professional Accountants: IESs) 5 ประเภท ได้แก่ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะทางการปฏิบัติสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและ

การสื่อสาร และทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2550) ซึ่งหากไม่ปฏิบัติตามอาจถูกใช้เป็นข้ออ้างได้ว่านักบัญชีไทยยังไม่มีคุณสมบัติเพียงพอตามมาตรฐานวิชาชีพบัญชีระหว่างประเทศ

จังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทย ประกอบด้วย 6 อำเภอ คือ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอไทรน้อย อำเภอปากเกร็ด อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง อำเภอบางกรวย มีพื้นที่ติดต่อกับกรุงเทพมหานคร ความเจริญในด้านต่าง ๆ หลั่งไหลจากกรุงเทพมหานครเข้าสู่จังหวัดนนทบุรีตามเส้นทางคมนาคมต่าง ๆ นำความเจริญมาสู่จังหวัดนนทบุรีอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดคลังสินค้า โรงงาน สำนักงาน และบริษัทต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก (สกลพร พิบูลย์วงศ์, 2561, น. 2) นอกนี้ยังเป็นจังหวัดที่มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาอยู่ตลอดเวลาทั้งด้านสังคม และเศรษฐกิจ โดยเห็นได้จากข้อมูลเบื้องต้นของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่พบว่าบริษัทที่จดทะเบียนในจังหวัดนนทบุรี มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) อันเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่าวิชาชีพบัญชีเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานในจังหวัดนนทบุรีมากขึ้น เนื่องจากบริษัทจำเป็นต้องมีการจัดทำรายงานทางการเงินเสนอต่อผู้ใช้ทั้งภายในและภายนอกกิจการ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในบริษัทเอกชนตั้งอยู่ในจังหวัดนนทบุรี เพื่อทำให้ทราบทักษะวิชาชีพที่พึงประสงค์ในบริษัทเอกชน นอกจากนี้ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางให้แก่นักบัญชีที่จะพัฒนาตนเองให้มีทักษะวิชาชีพเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานในจังหวัดนนทบุรีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของบริษัทที่มีต่อทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

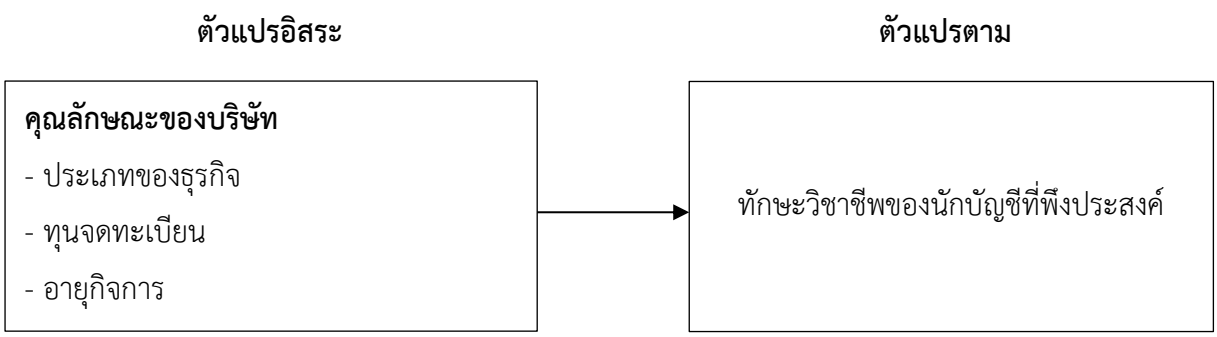
แนวคิดเกี่ยวกับทักษะทางวิชาชีพบัญชี (คณะกรรมการวิชาชีพบัญชีด้านการศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี สภาวิชาชีพบัญชี, 2550) แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ (1) ทักษะทางปัญญา (Intellectual Skills) หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ และประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจในแนวคิด หลักการ ทฤษฎีและกระบวนการต่าง ๆ มาใช้ในการคิด วิเคราะห์ และการแก้ปัญหาซับซ้อนขององค์กรได้อย่างสร้างสรรค์ (2) ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน (Technical and Functional Skills) หมายถึง ทักษะทั่วไปและทักษะเฉพาะเจาะจงสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ซึ่งรวมถึงความชำนาญทางตัวเลข เทคโนโลยีสารสนเทศ และความรู้ด้านกฎหมายและกฎเกณฑ์ข้อบังคับ (3) ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (Personal Skills) หมายถึง ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี การพัฒนาทักษะเหล่านี้จะช่วยการเรียนรู้และการปรับคุณลักษณะเฉพาะตัวบุคคล ซึ่งรวมถึงความสามารถในการจัดการตนเอง มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถโน้มน้าวและเรียนรู้ด้วยตนเอง รวมทั้งมีความระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

(4) ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร (Interpersonal and Communication Skills) หมายถึง ความสามารถปฏิบัติงานร่วมกับบุคคลอื่นในองค์กรได้ดี รับและส่งผลสารสนเทศได้ การตัดสินใจอย่างมีเหตุผลและมีประสิทธิภาพ (5) ทักษะวิชาชีพด้านทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ (Organizational and Business Management Skills) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องสามารถแสดงบทบาทในเชิงรุกในการจัดการองค์กร มีความรู้ด้านธุรกิจมากขึ้น ตระหนักในเรื่องการเมือง และมีมุมมองแบบรอบด้าน รวมถึงทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

จรรยาบรรณวิชาชีพ หมายถึง ประมวลความประพฤติ ข้อบังคับ มารยาท ที่ผู้ประกอบวิชาชีพแต่ละอย่างกำหนดขึ้นและประพฤติเพื่อรักษาและส่งเสริมเกียรติคุณ ชื่อเสียง ฐานะของสมาชิก ความดีงาม ก่อให้เกิดความสงบสุขและความเจริญในตัวตนวิชาชีพและสังคมอเสียงและฐานะของสมาชิก อาจเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้ ผู้กระทำผิดจรรยาบรรณจะต้องได้รับโทษ โดยว่ากล่าวตักเตือน ถูกพักงาน หรือถูกยกเลิกในประกอบอาชีพได้ (ปวีณ ณ นคร, 2555; ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, น. 301 และศราวุธ พงศ์พัฒนพาณิชย์, 2556) จากความหมายของจรรยาบรรณวิชาชีพสรุปได้ว่า จรรยาบรรณวิชาชีพเป็นอาชีพที่กำหนดให้มีองค์กรรองรับ โดยมีการกำหนดให้สภาวิชาชีพบัญชีจัดทำจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีขึ้นเป็นภาษาไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการควบคุมความประพฤติและการดำเนินงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีให้ถูกต้องตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพบัญชี โดยแสดงโดยสรุปจรรณยาวิชาชีพได้ดังนี้ (1) ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต (2) ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน (3) ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและการรักษาความลับ (4) ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน หรือบุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้ (5) ความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพ และจรรยาบรรณทั่วไป (ฉัตรอมร แย้มเจริญ, 2558 และนิพันธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลปพร ศรีจั่นเพชร, 2559)

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการของบริษัท จำกัดในอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำนวน 432 กิจการ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 202

กิจการ สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบคือ แบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามที่ส่งไปยังบริษัทเอกชนประเภทบริษัท จำกัด ในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของสถานประกอบการ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทักษะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ แบ่งเป็นทักษะทางปัญญา ประกอบด้วยข้อคำถาม 11 ข้อ ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน ประกอบด้วยข้อคำถาม 7 ข้อ ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคลประกอบด้วยข้อคำถาม 7 ข้อ ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ประกอบด้วยข้อคำถาม 6 ข้อ ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ และคุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีประกอบด้วยข้อคำถาม 6 ข้อ และวัดค่าคะแนนข้อคำถามโดย Likert Scale 1-5 (น้อยที่สุด – มากที่สุด)

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ผลรวมเฉลี่ยแต่ละด้านที่มีค่ามากที่สุด คือ คุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมาคือ ทักษะทางปัญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ซึ่งทักษะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ทุกด้านมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของธุรกิจกับทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์

ทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ทักษะทางปัญญา	ระหว่างกลุ่ม	2.936	2	1.468	5.632	**0.004*** **
	ภายในกลุ่ม	51.871	199	0.261		
	รวม	54.807	201			
2. ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน	ระหว่างกลุ่ม	3.153	2	1.577	6.343	**0.002*** **
	ภายในกลุ่ม	49.465	199	0.249		
	รวม	52.618	201			
3. ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.160	2	0.580	2.560	**0.080***
	ภายในกลุ่ม	45.086	199	0.227		
	รวม	46.246	201			

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของธุรกิจกับทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ (ต่อ)

ทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
4. ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	0.620	2	0.310	1.033	0.358
	ภายในกลุ่ม	59.760	199	0.300		
	รวม	60.380	201			
5. ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.327	2	0.664	3.757	**0.025****
	ภายในกลุ่ม	35.154	199	0.177		
	รวม	36.481	201			
6. คุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	1.903	2	0.952	4.387	**0.014****
	ภายในกลุ่ม	43.163	199	0.217		
	รวม	45.066	201			

*** ระดับนัยสำคัญ 0.01, ** ระดับนัยสำคัญ 0.05, * ระดับนัยสำคัญ 0.10

จากตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของธุรกิจกับทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One-way ANOVA) ประเภทธุรกิจได้แก่ ธุรกิจบริการ ธุรกิจพาณิชยกรรม และธุรกิจอุตสาหกรรม พบว่า ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในภาพรวม ที่แตกต่างกันของบริษัทเอกชนประเภทบริษัท จำกัด ในจังหวัดนนทบุรี ทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ที่มีความแตกต่างระหว่างประเภทธุรกิจ ได้แก่ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ คุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) เพิ่มเติมจากตารางที่ 1 เพื่อหาความแตกต่างโดยใช้วิธี LSD พบว่า ธุรกิจบริการมีความต้องการทักษะทางบัญชีน้อยกว่าธุรกิจพาณิชยกรรม ได้แก่ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน และทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ ธุรกิจบริการมีความต้องการทักษะทางบัญชีน้อยกว่าธุรกิจอุตสาหกรรม ได้แก่ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน และทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ และคุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพ สำหรับธุรกิจพาณิชยกรรมมีความต้องการทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคลมากกว่าธุรกิจอุตสาหกรรม

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทุนจดทะเบียนกับทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์

ทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ทักษะทางปัญญา	ระหว่างกลุ่ม	0.754	2	0.377	1.388	0.252
	ภายในกลุ่ม	54.053	199	0.272		
	รวม	54.807	201			
2. ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.761	2	0.880	3.444	**0.034****
	ภายในกลุ่ม	50.857	199	0.256		
	รวม	52.618	201			
3. ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.568	2	0.284	1.237	0.293
	ภายในกลุ่ม	45.679	199	0.230		
	รวม	46.246	201			
4. ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	1.908	2	0.954	3.247	**0.041****
	ภายในกลุ่ม	58.472	199	0.294		
	รวม	60.380	201			
5. ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	0.575	2	0.288	1.594	0.206
	ภายในกลุ่ม	35.906	199	0.180		
	รวม	36.481	201			
6. คุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	0.053	2	0.026	0.117	0.890
	ภายในกลุ่ม	45.013	199	0.226		
	รวม	45.066	201			

*** ระดับนัยสำคัญ 0.01, ** ระดับนัยสำคัญ 0.05, * ระดับนัยสำคัญ 0.10

จากตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทุนจดทะเบียนกับทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One-way ANOVA) พบว่า ทุนจดทะเบียนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ที่แตกต่างกันของบริษัทเอกชนประเภทบริษัท จำกัด ในจังหวัดนนทบุรี ทักษะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ที่มีความแตกต่างระหว่างทุนจดทะเบียน ได้แก่ ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน และทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) เพิ่มเติมจากตารางที่ 2 เพื่อหาความแตกต่างโดยใช้วิธี LSD พบว่า ทุนจดทะเบียน 1-5 ล้านบาทขึ้นไป มีความต้องการทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงานน้อยกว่าทุนจดทะเบียน 6-10 ล้านบาท และทุนจดทะเบียน 1-5 ล้านบาทขึ้นไป มีความต้องการทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงานน้อยกว่าทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาทขึ้นไป สำหรับทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร กิจการที่มีทุนจดทะเบียน 1-5 ล้านบาท มีความต้องการทักษะน้อยกว่ากิจการที่มีทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาทขึ้นไป และกิจการที่มีทุนจดทะเบียน 6-10 ล้านมีความต้องการทักษะดังกล่าวน้อยกว่ากิจการที่มีทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาทขึ้นไปเช่นกัน

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกิจการของกิจการกับทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์

ทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. ทักษะทางปัญญา	ระหว่างกลุ่ม	15.188	3	5.063	25.301	**0.000*** **
	ภายในกลุ่ม	39.619	198	0.200		
	รวม	54.807	201			
2. ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน	ระหว่างกลุ่ม	10.114	3	3.371	15.705	**0.000*** **
	ภายในกลุ่ม	42.504	198	0.215		
	รวม	52.618	201			
3. ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	3.764	3	1.255	5.847	**0.001*** **
	ภายในกลุ่ม	42.482	198	0.215		
	รวม	46.246	201			
4. ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	3.578	3	1.193	4.158	**0.007*** **
	ภายในกลุ่ม	56.802	198	0.287		
	รวม	60.380	201			
5. ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	4.318	3	1.439	8.861	**0.000*** **
	ภายในกลุ่ม	32.163	198	0.162		
	รวม	36.481	201			
6. คุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	9.434	3	3.145	17.474	**0.000*** **
	ภายในกลุ่ม	35.632	198	0.180		
	รวม	45.066	201			

*** ระดับนัยสำคัญ 0.01, ** ระดับนัยสำคัญ 0.05, * ระดับนัยสำคัญ 0.10

จากตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของกิจการกับทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One-way ANOVA) พบว่า อายุของกิจการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในภาพรวม ที่แตกต่างกันของบริษัทเอกชนประเภทบริษัท จำกัดในจังหวัดนนทบุรี ทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ที่มีความแตกต่างระหว่างประเภทธุรกิจ ได้แก่ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ คุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) เพิ่มเติมจากตารางที่ 3 เพื่อหาความแตกต่างโดยใช้วิธี LSD พบว่า (1) ทักษะทางปัญญาของนักบัญชีที่กิจการต้องการ กิจการที่มีอายุการการดำเนินงาน 1-5 ปี จะมีความต้องการทักษะทางปัญญาของนักบัญชีทีน้อยกว่ากิจการที่ดำเนินงานมา ดังนี้ 6-10 ปี 11-20 ปี และ 20 ปีขึ้นไป, (2) ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงานของนักบัญชีที่กิจการต้องการ กิจการที่มีอายุการการดำเนินงาน 1-5 ปี จะมีความต้องการทักษะดังกล่าวของนักบัญชีทีน้อยกว่ากิจการที่ดำเนินงานมา ดังนี้ 6-10 ปี 11-20 ปี และ 20 ปีขึ้นไป, (3) ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล กิจการที่มีอายุการดำเนินงาน 1-5 ปี จะมีความต้องการทักษะดังกล่าวของนักบัญชีทีน้อยกว่ากิจการที่ดำเนินงานมา ดังนี้ 6-10 ปี 11-20 ปี และ 20 ปีขึ้นไป, (4) ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารของนักบัญชีที่กิจการต้องการ กิจการที่มีอายุการการดำเนินงาน 1-5 ปี จะมีความต้องการทักษะดังกล่าวของนักบัญชีทีน้อยกว่ากิจการที่ดำเนินงานมา ดังนี้ 6-10 ปี 11-20 ปี และ 20 ปีขึ้นไป, (5) ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจของนักบัญชีที่กิจการต้องการ กิจการที่มีอายุการการดำเนินงาน 1-5 ปี จะมีความต้องการทักษะดังกล่าวของนักบัญชีทีน้อยกว่ากิจการที่ดำเนินงานมา ดังนี้ 6-10 ปี 10-20 ปี และ 20 ปีขึ้นไป และ (6) คุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของนักบัญชีที่กิจการต้องการ กิจการที่มีอายุการการดำเนินงาน 1-5 ปี จะมีความต้องการทักษะดังกล่าวของนักบัญชีทีน้อยกว่ากิจการที่ดำเนินงานมา ดังนี้ 6-10 ปี 11-20 ปี และ 20 ปีขึ้นไป อีกทั้งพบว่า กิจการที่ดำเนินงานมา 6-10 ปี จะมีความต้องการคุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีน้อยกว่ากิจการที่ดำเนินงานมา 11 -20 ปี และกิจการที่มีการดำเนินงานมา 11-20 ปีมีความต้องการคุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมากกว่ากิจการที่ดำเนินงานมา 20 ปีขึ้นไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะวิชาชีพของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในด้านคุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่นักบัญชีควรมี โดยเฉพาะเรื่องการรักษาความลับเป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการทุกคนมีความต้องการที่ตรงกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันวิสา กลิ่นหอม และพรเทพ รัตนตรัยภพ (2561) ที่พบว่า การไม่นำความลับขององค์กรไปเปิดเผย รวมทั้งนำไปใช้เพื่อเป็นการหาประโยชน์ของตนเองหรือบุคคลอื่น เป็นคุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพที่นักบัญชีพึงมีมากที่สุด อาจเป็นเพราะนักบัญชีถือเป็นงานทางด้านวิชาชีพหนึ่ง ซึ่งผู้ปฏิบัติงานต้องมีจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

ตามจรรยาบรรณของวิชาชีพบัญชีหรือนักบัญชี ดังนั้นในทางปฏิบัติผู้ประกอบการควรให้ผู้ปฏิบัติงานทราบถึงความสำคัญดังกล่าวว่ามีผลอย่างไรต่อหน้าที่การงาน โดยการสร้างกติกาและสร้างค่านิยมเพื่อให้ยึดถือปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน นอกจากนี้พบว่าทักษะของนักบัญชีตามข้อกำหนดมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ ที่ผู้ประกอบการมีความต้องมากที่สุด 2 อันดับแรก คือ (1) ทักษะทางปัญญา ในเรื่องการมีความสามารถรายงานผลได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ซึ่งมีระดับความต้องการค่าเฉลี่ยสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สังวาลย์ ยมเกิด (2552) ที่พบว่าผู้บริหารมีความต้องการนักบัญชีที่สามารถนำหลักการบัญชีมาใช้ในการจัดทำรายงานการเงินของหน่วยงานได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน (2) ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน ในเรื่องการมีความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ต่อลาภ สุขพันธ์ (2546) พบว่า ความสามารถในการใช้เครื่องใช้สำนักงานและคอมพิวเตอร์เป็นคุณลักษณะที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุด ดังนั้นในปัจจุบันเทคโนโลยีหลักที่นักบัญชีจำเป็นต่อการใช้งาน ได้แก่ โปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชี Word Excel PowerPoint และการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูลหรือติดต่อบุคคลภายนอก

นอกจากนั้นหากพิจารณาทักษะวิชาชีพของนักบัญชีแบ่งตาม (1) ประเภทธุรกิจ พบว่า ธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรมจะมีความต้องการทักษะทางวิชาชีพที่มากกว่าธุรกิจบริการ ได้แก่ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน และทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ และคุณลักษณะด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพ กล่าวได้ว่า ธุรกิจที่เป็นลักษณะการให้บริการย่อมมุ่งเน้นทักษะด้านปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และกระบวนการทางการบัญชีบางกิจกรรมอาจไม่เกิดขึ้นบ่อยนัก เช่น การควบคุมสินค้าคงคลัง การสั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิตการซื้อสินค้ามาเพื่อขาย ทำให้นักบัญชีมีโอกาสในการวิเคราะห์ตัวเลข หรือทักษะการจัดการเป็นผู้ประกอบการ น้อยกว่าธุรกิจที่มีลักษณะพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ สกลพร พิบูลย์วงศ์ (2561) ที่พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจที่มีธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตสินค้าและธุรกิจพาณิชยกรรม มีความต้องการนักบัญชีที่มีทักษะทางปัญญา ทักษะทางความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร และทักษะด้านการจัดการองค์กรมากกว่าผู้ประกอบการธุรกิจที่มีธุรกิจบริการ (2) ธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนสูงหรือขนาดใหญ่จะมีความต้องการทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงานมากกว่าธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนต่ำหรือขนาดเล็ก เนื่องจากธุรกิจที่มีขนาดใหญ่จะมีระบบการทำงานที่ซับซ้อนมากกว่าขนาดเล็ก นักบัญชีจำเป็นต้องมีทักษะด้านการคำนวณตัวเลข เทคโนโลยี กฎหมายข้อบังคับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา ศรีมะเรือง (2550) พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนมากย่อมต้องมีการลงทุนมาก จึงให้ความสำคัญของการจัดทำบัญชี การเก็บข้อมูลทางการบัญชี การนำเสนอข้อมูลทางบัญชี ทันเวลาและตรงประเด็นในเรื่องที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นเครื่องมือช่วยให้การวางแผนและตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (3) อายุของกิจการ กิจการที่มีการดำเนินงานมาเป็นระยะเวลานานมักมีความต้องการทักษะทางวิชาชีพของนักบัญชีมากกว่าบริษัทที่ดำเนินมาไม่นาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาลวี เชาว์พานิช และ อนุชา พุฒิกูลสาคร (2554) พบว่า ผู้ประกอบการของกิจการที่มีระยะเวลาดำเนินงานเป็นเวลานานย่อมต้องมีประสบการณ์ในการทำงาน เป็นเหตุผลในการเลือกผู้ทำบัญชีที่มีคุณสมบัติ

และความสามารถเหมาะสมกับการดำเนินงานและวัฒนธรรมขององค์กร เพื่อให้ข้อมูลในงบการเงินมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และนำพาองค์กรบรรลุผลตามเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะจากผลวิจัย

นักบัญชีที่ต้องการเข้าทำงานในบริษัทเอกชนควรตระหนักถึงทักษะทางวิชาชีพที่บริษัทต้องการเพื่อใช้เป็นแนวทางพัฒนาตนเองในการสมัครเข้าทำงาน เช่น ธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนสูงหรือขนาดใหญ่จะมีความต้องการทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงานมากกว่าธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนต่ำหรือขนาดเล็ก

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). สถิติข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคลประจำเดือน. สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2562, จาก https://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=1620.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ระบบคลังข้อมูลธุรกิจ เรื่อง ข้อมูลนิติบุคคล. สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2562, จาก https://datawarehouse.dbd.go.th/searchJuristicInfo.

ข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 19. (2553). จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553. กรุงเทพฯ: สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์.

คณะกรรมการวิชาชีพบัญชีด้านการศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี. (2550). มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 3 เรื่อง ความรู้และความสามารถทางวิชาชีพ. [เอกสารประกอบการสัมมนา]. กรุงเทพฯ: สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์.

ฉัตรอมร แย้มเจริญ. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี : กรณีศึกษา นักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกรงุเทพมหานคร. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 35(2), 19-43.

ต่อลาภ สุขพันธ์. (2546). คุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการในจังหวัด ลำปาง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นิพันธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลปพร ศรีจั่นเพชร. (2559). การสอบบัญชี. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: หจก.ทีพี เอ็นเพรส.

ปวีณ ณ นคร. (2555). จริยธรรมจรรยาบรรณวิชาชีพ. สืบค้นเมื่อ 29 กันยายน 2562, จาก http://www.rta.mi.th.

ปาลวี เชาว์พานิช และอนุชา พุฒิกูลสาคร. (2554). คุณลักษณะผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการธุรกิจในเขตอำเภอเมืองกาฬสินธุ์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.

วันวิสา กลิ่นหอม และพรเทพ รัตนตรัยภพ. (2561). คุณลักษณะของนักบัญชีที่ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดพระนครศรีอยุธยาพึงพอใจ. ใน*การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2* (น. 631-645). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

วาสนา ศรีมะเรือง. (2550). ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ศราวุธ พงศ์พัฒนพาณิชย์. (2556). จรรยาบรรณวิชาชีพ. สืบค้นเมื่อ 29 กันยายน 2562, จาก https://www.facebook.com/SarawutPongPattanaPanich/posts/329204247189070.

สกลพร พิบูลย์วงศ์. (2561). คุณลักษณะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการธุรกิจในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2550). มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ: บทนำสู่มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ. สืบค้นเมื่อ 29 กันยายน 2562 จาก, http://www.tfac.or.th/Article/Detail/66980.

สังวาลย์ ยมเกิด. (2552). ทักษะทางวิชาชีพของพนักงานบัญชีการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยอำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรอุษา ด้วงช้าง และประเวศ เพ็ญวุฒิกุล. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของผู้ทำบัญชีในองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 12(28), 223-230.

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ของกลุ่มคนวัยทำงาน

THE BEHAVIORAL DECISION TO CHOOSE A RESIDENCE IN BANGKOK METROPOLITAN REGION AMONG WORKING PEOPLE

อาภาพร ภู่ทอง*
Arparpon Puthong*
นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*
Master Degree student, Business Economics*
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*
Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*
จิราภรณ์ ชาวงษ์**
Jiraporn Shawong**
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ**
Assistant Professor and Ph.D., Business Economics**
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*
Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*
อีเมล์ : arparpon4@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีจุดประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) และ 3) ปัจจัยทางด้านอื่นๆที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของกลุ่มคนวันทำงาน กลุ่มเป้าหมายของการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรกลุ่มคนวัยทำงาน ที่มีอายุระหว่าง 20 – 60 ปี การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ช่วงระหว่างเดือนสิงหาคม - กันยายน พ.ศ.2562 โดยเป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะซื้อที่อยู่อาศัยหรือมีประสบการณ์ในการซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 204 คน การวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการตัดสินใจ ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การวิเคราะห์ด้าน ส่วนประสมทางการตลาด และด้านคุณภาพและการบริการ ประกอบด้วยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ในส่วนการทดสอบสมมติฐาน ใช้ Independent Sample T-Test และ One-Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ และใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐานด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านคุณภาพและการบริการ

ผลการวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์รวมถึงพฤติกรรมผู้ซื้อที่อยู่อาศัยพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของกรณีศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 33-38 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ไม่เกิน 75,000 บาท และ 75,001-90,000 บาท มีสัดส่วนที่มากที่สุดเท่ากัน ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการเป็นบ้านเดี่ยว และเป็นที่อยู่อาศัยใหม่ ขนาด 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ งบประมาณ 2,500,001-3,000,000 บาท และใช้ระยะเวลามากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1ปี ในการพิจารณาตัดสินใจ ความสะดวกสบายเป็นวัตถุประสงค์หลักในการตัดสินใจ Social Media เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและมีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพและบริการ พบว่าสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยเรียงจากมากไปน้อย ปัจจัยทางด้านราคา ด้านคุณภาพและบริการ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และสุดท้าย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

คำสำคัญ: ที่อยู่อาศัย, กลุ่มคนวัยทำงาน, ปัจจัยทางการตลาด, กระบวนการตัดสินใจ,อสังหาริมทรัพย์

Abstract

The objective of this study were 1) to study demographic factors 2) to study investigate marketing mix factors (4P’s) and 3) to study other factors are influence the buying the residence in Bangkok Metropolitan Region among working people. Target group is working people age on 20-60 years old. The period of data collection was during August - September 2019.The sample of this study was 204 people interested in buying a residence or with prior experience to buy a residence in Bangkok Metropolitan Region. Data on demographic factors and behavioral decision were analyzed using descriptive statistics, including frequency and percentage. Data on marketing mix and the quality and service were analyzed using mean and standard deviation. The hypothesis testing was conducted through Independent Sample T-Test and One-Way ANOVA to test the

hypothesis for demographic factors. Chi-Square was determined at the statistical significance level of 0.05 to test the hypothesis for marketing mix factors and the quality and service.

The results of this research indicated that in terms of demographic factors and buyer behavior, most of the respondents were females, those aged between 33-38 years old, single persons, graduated with a bachelor's degree, worked as private company employees, had the number of household members of 3-4 people. The average household income was not over 75,000 baht and 75,001-90,000 baht. Most of the respondents demanded for a detached house and a new residence with 3 bedrooms, 2 bathrooms under a budget of 2,500,001-3,000,000 baht. They took more than 6 months but not more than 1 year for consideration before making a decision. Convenience was the main purpose of buying decision making. Social Media was an influential public relations media for exposure to news and information and decision-making.

In terms of marketing mix factors, and the quality and service, a factor with the highest influence level was price, followed by quality and service, promotion, product, and lastly place, respectively.

Keywords: residence, Working people, market factors, decision process, Bangkok real estate.

บทนำ

จากอดีตจนถึงปัจจุบันที่อยู่อาศัย เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ นอกจากจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นของการดำรงชีวิตแล้ว ยังเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพของชีวิต ฐานะทางสังคม และยังรวมไปถึงเป็นการกระตุ้นการออมและเป็นการลงทุนในระยะยาวรูปแบบหนึ่งซึ่งไม่เพียงแต่เป็น สิ่งที่พำนักอาศัยแต่ที่อยู่อาศัยยังจัดเป็นทรัพย์สินที่มีอายุยาวนาน อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย และธุรกิจที่อยู่อาศัยเป็นธุรกิจที่สะท้อนให้เห็นถึงระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิตของประชาชน และยังมีอิทธิพลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ภาวะการณ์จ้างงาน ตลอดจนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมากมาย

จากการเก็บข้อมูลไตรมาสที่ 2 ปี 2562 ที่ผ่านมา ธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ได้มีการกล่าวถึงสถานการณ์ที่อยู่อาศัยดังนี้ สำหรับด้านอุปสงค์ ตลาดมีการปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งทางด้านการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย และการปล่อยสินเชื่อใหม่เพื่อที่อยู่อาศัย ซึ่งมีสาเหตุหลักจากธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นผลกระทบจากมาตรการ Macro Prudential ที่มีการเข้มงวดในเรื่องของการ

ปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินต่างๆ ส่วนทางด้านอุปทานนั้น กลับสวนทางกับอุปสงค์ กล่าวคือ ผู้ประกอบการมีการเปิดตัวโครงการใหม่ๆเพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่นั้นจะเป็นอาคารชุด ซึ่งมีสัดส่วนจำนวน และมูลค่าเปิดขายใหม่ มากกว่า โครงการประเภทบ้านจัดสรร เพื่อเป็นการทดแทนอุปทานที่ลดลงจากช่วงปลายปี 2561 จนถึงไตรมาสแรกของปี 2562 จากการเปรียบเทียบช่วงเวลาเดียวกันของปี 2561 พบว่า สัดส่วนลดลง (ที่มา : สถานการณ์อสังหาริมทรัพย์กทม-ปริมณฑลไตรมาส2 ปี 2562, https://www.reic.or.th/Upload) ส่วนการเพิ่มขึ้นของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างต่อเนื่องจึงทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น จากการเก็บข้อมูลสถิติของสำนักงานสถิติพบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเพิ่มขึ้น จากปี 2560 จำนวน 70,206 คน ซึ่งจังหวัดที่มีการเพิ่มขึ้นสูงสุดอันดับที่ 1 คือ จังหวัดปทุมธานี เพิ่มขึ้นจำนวน 16,977 คน อันดับที่ 2 คือ จังหวัดนนทบุรี เพิ่มขึ้นจำนวน 16,560 คน อันดับที่ 3 คือ จังหวัดสมุทรปราการ เพิ่มขึ้นจำนวน 15,842 คน อันดับที่ 4 คือ จังหวัดสมุทรสาคร เพิ่มขึ้นจำนวน 9,499 คน (ที่มา : สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ, สำนักงานสถิติแห่งชาติ,http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของกลุ่มคนวัยทำงาน

2. เพื่อศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาด (4P’s) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลของกลุ่มคนวัยทำงาน

3. เพื่อศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลของกลุ่มคนวัยทำงาน

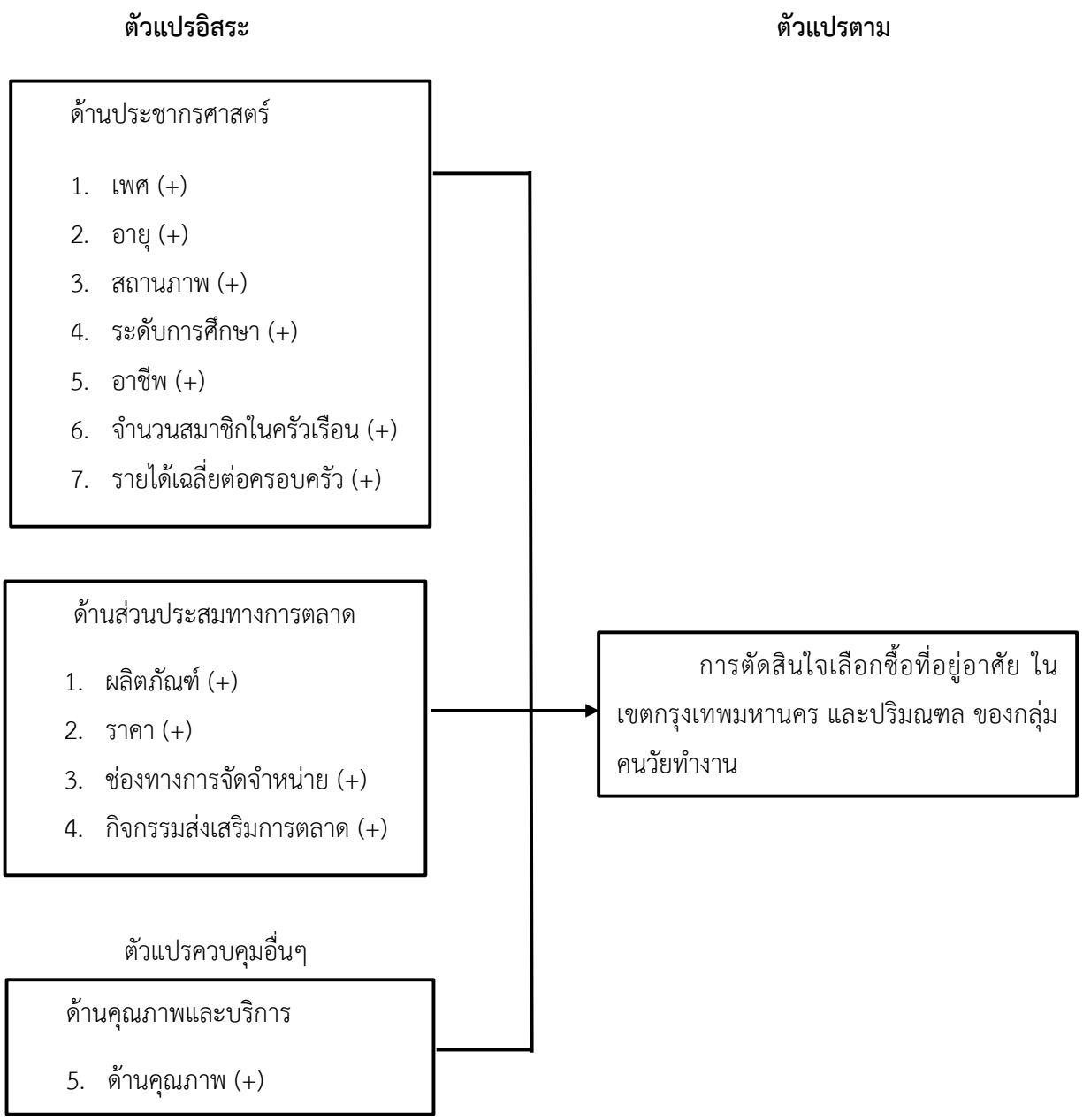
ขอบเขตการศึกษา

1. ด้านประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคผู้ที่กำลังจะตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย และผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลของกลุ่มคนวัยทำงาน โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากการใช้คำถามคัดกรอง โดยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 97% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 0.03 ซึ่งจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำโดยประมาณ 204 ตัวอย่าง

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยทั่วไปส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว) ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย (4P's : ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด) และปัจจัยทางด้านคุณภาพและการบริการ ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

3. ช่วงระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลเดือน สิงหาคม – กันยายน 2562

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการนำข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตัวบุคคล รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลของกลุ่มคนวัยทำงาน เป็นการศึกษาลักษณะการกระจายของข้อมูล ซึ่งจะจัดกลุ่มในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การนำข้อมูลทดสอบสมมติฐานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์สมการโดยใช้สถิติ ทดสอบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วยข้อมูลในส่วนของอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว ด้วยวิธี Independent Sample T-Test และ One-Way ANOVA ส่วนการทดสอบด้วยวิธี Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 เป็นการทดสอบตามสมมติฐานด้านส่วนประสมทางการตลาด(4P’s) และด้านคุณภาพและบริการ ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกรณีตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน เพื่ออธิบายผลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม

สรุปผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.9 อายุอยู่ระหว่าง 33 -38 ปี ร้อยละ 41.2 สถานภาพโสด ร้อยละ 46.6 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 72.5 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 80.4 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนระหว่าง 3-4 คน ร้อยละ 69.6 และรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ไม่เกิน 75,000 บาท และ 75,001-90,000 บาท มีสัดส่วนที่มากที่สุดเท่ากัน ร้อยละ 27

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลของกลุ่มคนวัยทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการลักษณะที่อยู่อาศัยบ้านเดี่ยว ร้อยละ 57.4 เป็นที่อยู่อาศัยใหม่ ร้อยละ 96.6 จำนวนห้องที่อยู่อาศัย 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ ร้อยละ 57.4 งบประมาณในการซื้อที่อยู่อาศัยระหว่าง 2,500,001 – 3,000,000 บาท ร้อยละ 41.7 ระยะเวลาที่ใช้พิจารณาก่อนตัดสินใจ มากกว่า 6 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี ร้อยละ 50 วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ เพื่อความสะดวกสบาย ร้อยละ 76 สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อข้อมูลข่าวสารและมีผลต่อการตัดสินใจ คือ Social Media ร้อยละ 74

3. ผลการศึกษาการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยโดยพิจารณาถึงความจำเป็น เป็นประโยชน์ และความพึงพอใจต่อภาพรวมในการซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 คือ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

4. ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ของกลุ่มคนวัยทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า จากการจัดอันดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และสุดท้าย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ภาพรวมของระดับความสำคัญ คือ สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.45 ซึ่งให้ความสำคัญเรื่องของการจัดหาสินเชื่อจากสถาบันการเงินที่หลากหลาย และอัตราดอกเบี้ยต่ำ รองลงมา คือ ราคาขายของโครงการมีความคุ้มค่า และเงื่อนไขการผ่อนชำระ เช่น ผ่อนดาวน์ ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ภาพรวมของระดับความสำคัญ คือสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.12 ซึ่งให้ความสำคัญเรื่องของการมอบส่วนลดพิเศษ เช่น ส่วนลดเงินสด รองลงมา คือโครงการมีการจัดโปรโมชั่นของแถม เช่น เครื่องปรับอากาศ ไมโครเวฟ ทีวี เฟอร์นิเจอร์ การขนย้ายสัมภาระ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมของระดับความสำคัญ คือสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 ซึ่งให้ความสำคัญเรื่องการจัดแผนผังในโครงการ รองลงมา คือ แบบของที่อยู่อาศัยให้เลือกหลากหลาย สุดท้ายคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมของระดับความสำคัญ คือสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 ซึ่งให้ความสำคัญเรื่อง ที่ตั้งของโครงการอยู่ใกล้ระบบขนส่ง เช่น รถไฟฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน แอร์พอร์ตลิงก์ รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งของสำนักงานขายเพื่อสะดวกการติดต่อ

5. ผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพและการบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของกลุ่มคนวัยทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ภาพรวมของระดับความสำคัญ คือสำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.41 ซึ่งให้ความสำคัญเรื่องของ การรับประกันหลังการขาย รองลงมาเป็น การดูแลเอาใจใส่และตอบสนองข้อร้องเรียนของลูกค้า

6. การทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทั่วไปส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของกลุ่มคนวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว ส่วนปัจจัยทั่วไปส่วนบุคคลในด้าน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อทีอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลของกลุ่มคนัวยทำงาน

7. การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P’s) และด้านคุณภาพและการบริการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และด้านคุณภาพและการบริการ ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของกลุ่มคนวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผลการศึกษา

1.จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อครอบครัว ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของกลุ่มคนวัยทำงาน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ของ ธงชัย ซูสุ่น (2556) กล่าวไว้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ส่วนปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลของกลุ่มคนวัยทำงาน ไม่แตกต่างกัน นั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของบริษัทพฤกษา เรียลเอสเตส จำกัด(มหาชน) อัญชนา ทองเมืองหลวง (2554) กล่าวไว้ว่า ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยภาพรวม จำนวนสามชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวโครงการ เดอะแพลนท์ไม่แตกต่างกัน

2. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ของกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านแฝดของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สุธาร ศรีสุข (2559) กล่าวไว้ว่า ปัจจัยทางด้านราคา ดังนี้ การกำหนดราคาบ้านที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่าเมื่อเทียบกับสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับ ผู้บริโภคมีการเปรียบเทียบราคาบ้านกับโครงการอื่นก่อนตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วีณา ถิระโสภณ(2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจัยที่ให้ความสำคัญจากมาก คือ ปัจจัยด้านราคา ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การที่ราคาบ้านจัดสรรมีความเหมาะสมกับทั้งขนาดที่ดิน ทำเลของโครงการ และคุณภาพของบ้าน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะมีส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางคุณภาพ และการให้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ของกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของ วีณา ถิระโสภณ (2558) กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านคุณภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ว่า การใช้วัสดุในการก่อสร้างที่มีคุณภาพ ขนาดบ้านและพื้นที่รอบ ๆ ตัวบ้านที่มีความเหมาะสม รวมทั้งการมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำ สโมสร ที่มีอยู่อย่างเพียงพอนั้น ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วัสดุที่ ใช้ในการก่อสร้าง รวมทั้งการออกแบบบริเวณบ้านโดยรอบหมู่บ้าน การมีสโมสร สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำในโครงการ ในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดรร ปัจจัยด้านการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ การมีสำนักงานให้คำแนะนำ และติดต่ออย่างสะดวกจะส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ บ้านจัดสรร การมีบ้านตัวอย่างให้เลือกชมก่อนการตัดสินใจซื้อ

ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งนี้

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ของกลุ่มคนวัยทำงาน ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคที่ตรงจุดมากขึ้น โดยเรียงลำดับความสำคัญดังนี้ ด้านราคา ด้านคุณภาพ ด้านการส่งสริมทางการขาย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หากอธิบายเป็นด้านๆดังนี้ 1) การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดทางด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในเรื่องของ โครงการมีการจัดหาสินเชื่อจากสถาบันการเงินที่หลากหลาย และอัตราดอกเบี้ยต่ำ ค่าเฉลี่ย 4.56 การที่โครงการมีการบริการทางด้านการเงินเป็นการบริการเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายของผู้บริโภคในการติดต่อในที่ที่เดียว คือ โครงการ ซึ่งส่งผลสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ต้องการความรวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก 2) การศึกษาด้านคุณภาพและการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในเรื่องของ การดูแลเอาใจใส่และตอบสนองข้อเรียกร้องของลูกค้าซึ่งค่าเฉลี่ย 4.58 เป็นการคาดหวังคุณภาพและการให้บริการหลังการขายอีกประการของลูกค้า ที่ผู้ประกอบการต้องให้ความใส่ใจเพื่อสนองตอบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการ มีความประทับใจในด้านบวกต่อภาพลักษณ์การบริการของโครงการ หากโครงการใดมีภาพลักษณ์การบริการดีก็จะแสดงถึงคุณภาพที่ดีของโครงการด้วย 3) การศึกษาด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในเรื่องของ การมอบส่วนลดพิเศษ เช่น ส่วนลดเงินสด ค่าเฉลี่ย 4.42 จำนวนเงินที่ผู้ขายยอมลดให้กับผู้ซื้อ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ทาง

การตลาดของผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า หรือเป็นการกระตุ้นเพื่อให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าและชำระเงินให้เร็วขึ้น 4) การศึกษาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดแผนผังในโครงการ ค่าเฉลี่ย 3.97 การเลือกสถานที่การจัดวางโครงการที่สะดวกต่อการติดต่อ การคมนาคมขนส่งต่างๆ รวมถึงการจัดวางแผนผังภายในโครงการ ที่ดูสวยงาม เป็นระเบียบ และได้มาตรฐาน เป็นส่วนที่ผู้ประกอบการควรคำนึงเป็นหลัก 5) การศึกษาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในเรื่องของ ที่ตั้งของโครงการอยู่ใกล้ระบบขนส่ง เฉลี่ย 4.03 ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการตอบโจทย์ความสะดวกในการติดต่อ และควรมีการประชาสัมพันธ์ โดยมีการออกบูท เช่น งานมหกรรมบ้านและที่อยู่ ห้างสรรพสินค้า เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง

1. เพิ่มตัวแปรทางด้านภูมิศาสตร์ เพื่อเป็นการขยายกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัด เพื่อเป็นการศึกษาและทดสอบ ให้ทราบผลลัพธ์ที่ได้ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันกับผลวิจัยข้างต้น และเกิดประโยชน์อย่างไรจากการเปรียบเทียบ

2. ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆเพื่อเป็นการส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ของกลุ่มคนวัยทำงาน อาทิเช่น กลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps

3. ศึกษาถึงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท Social Media เช่น Facebook Instagram Line และTwitter เป็นต้นซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ของกลุ่มคนวัยทำงาน

เอกสารอ้างอิง

สุธาร ศรีสุข. (2559). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านแฝดของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วีณา ถิระโสภณ. (2558). "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล." การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ธงชัย ซูสุ่น. (2557). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม.” การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อัญชนา ทองเมืองหลวง. (2554). "ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของบริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)." การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2562). ข้อมูลโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย(กรุงเทพฯ-ปริมณฑล). สืบค้นวันที่ 20 สิงหาคม 2562. เข้าถึงจาก: https://www.reic.or.th/Product/Chart/1/ที่อยู่อาศัย

ชีวรรณ เจริญสุข. (2557). “บทที่ 1 แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด (Marketing Theory).” สืบค้นวันที่ 10 กรกฎาคม 2562. เข้าถึงจาก: https://maymayny.wordpress.com/2014/12/07/บทที่-1-แนวคิดทฤษฎีทางกา/

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). “สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ.” สืบค้นวันที่ **สืบค้นวันที่ 7** สิงหาคม 2562. เข้าถึงจาก: http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx

academic. (2019). “ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix).” สืบค้นวันที่ 10 กรกฎาคม 2562. เข้าถึงจาก: http://academic.udru.ac.th/~samawan/content/02maketingMix.pdf

ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการ ของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร

The satisfaction of teachers with academic administration of school Administrators, schools in the United Campus Wangthonglang Group under the secondary Educational service area office 2, Bangkok.

ดวงใจ ไทยจันทึก*
Duangjai Thaijantherk*
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยรามคำแหง*
Master of Education (Educational Administration) Ramkhamhaeng University
อำนวย ทองโปร่ง*
Amnuay Thongprong*
ภาควิชาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*
Department of Educational Administration Faculty of Education Ramkhamhaeng University
อีเมล์ : duangjaithai@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการ ของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามวุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้แก่ ครูผู้สอนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2562 ประชากรทั้งสิ้น 546 คน คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการของ โคเฮน Cohen (2011) ได้จำนวนทั้งสิ้น 210 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova) ผลวิจัยพบว่า 1) ครูมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานครโดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก 2) ครูที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการวัดและประเมินผล และเทียบโอนผลการเรียน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในภาพรวม และด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการวัดและประเมินผล และเทียบโอนผลการเรียน ด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านหลักสูตร ที่ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : การบริหารงานวิชาการ, ผู้บริหารสถานศึกษา, โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง

Abstract

The purpose of this research was to study the comparison of teachers' satisfaction with academic administration of school administrators, schools in the United Campus Wangthonglang Group of the secondary Educational service area office 2, Bangkok. Classified by educational background and work experience. The population used was the teachers in schools in the Wangthonglang United Campus Group of the secondary Educational service area office 2, Bangkok. Academic Year 2562, a total population of 546 people. The size of the sample was calculated by Cohen method with a total of 210 persons classified by educational level and work experience. The instrument used in this research was a questionnaire with a reliability of 0.98. The statistics used in this research were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and one-way analysis of variance (One. -way ANOVA) The results showed that 1) Teachers are satisfied at a high level with academic administration of school administrators. Schools in the United Campus Wangthonglang Group under the secondary Educational service area office 2, Bangkok. 2) Teachers with different qualifications there was no different satisfaction with academic administration of the school administrators in overall and in all aspects except the measurement and evaluation and transfer grades that different with statistical significance at the level of .05 3) Teachers with different work experiences Satisfied with the academic administration of the school administrators in the overall aspect of learning management Measurement and Evaluation And compare transferring grades and the development of internal quality assurance systems in educational institutions Differences were statistically significant at the .05 level except in the curriculum is not different.

Key words: Academic Administration, School Administrators, Schools in the Wangthonglang United Campus Group

บทนำ

เป็นที่ยอมรับกันว่า การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่เสริมสร้างคนให้เกิดการพัฒนาเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ ตามที่ประเทศชาติต้องการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ที่เร่งพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรมให้เป็นการพัฒนาขับเคลื่อนประเทศทุกด้าน เพื่อพัฒนาคุณภาพของคน สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อพัฒนาประเทศไทยไปสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และเกิดความร่วมมือกันระหว่างประเทศ เพื่อให้เป็นคนที่มีคุณภาพ และสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข เป็นผู้มีคุณธรรมและจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมที่เขาอยู่และสังคมโลก

นอกจากนี้ พระราชบัญญัติการศึกษาการแห่งชาติพุทธศักราช 2542 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติมพุทธศักราช 2553 มีผลให้ระบบการศึกษาไทยเกิดการเปลี่ยนแปลง การปฏิรูปการศึกษาที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพสถานศึกษารวมถึงการพัฒนาบุคลากรในโรงเรียน ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา ครู อาจารย์ และที่สำคัญที่สุดคือ คุณภาพของผู้เรียน ซึ่งเน้นผู้เรียนสำคัญที่สุด เพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์

จากรายงานการดำเนินงานประจำปีของโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขต ส่งผลให้ทราบว่า ยังมีปัญหาอีกหลายอย่างที่ยังไปไม่ถึงเป้าหมาย เช่น ในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามเป้าหมายคือให้ผู้เรียน เป็นคนดี คนเก่ง และมีความสุข และการพัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ คิดอย่างมีวิจารณญาณ กระตุ้นและ ส่งเสริมการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนในด้านต่างๆ ซึ่งต้องอาศัยการบริหารงานของผู้บริหาร และเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายหลักของการจัดการศึกษา ผู้บริหารโรงเรียนจะต้องตระหนักและให้ความสำคัญต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการของผู้เรียนให้มีคุณภาพ และเกิดความพึงพอใจต่อครูและผู้รับบริการทุกฝ่าย เพราะความพึงพอใจจึงมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพของงาน (บังอร เดชศรี, 2558 หน้า 2-3)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สพม เขต 2 กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงงานวิชาการในโรงเรียน การพัฒนาบุคลากรและครูในโรงเรียนให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นประโยชน์ต่อสถานศึกษาที่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการดำเนินงานวิชาการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการ ของผู้บริหารสถานศึกษา ในโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา

ในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ได้แก่ครูในโรงเรียนกลุ่มสหเขตวังทองหลางระดับมัธยมศึกษา สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2562 คือโรงเรียนเทพลีลา โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) โรงเรียนเรียนนวมินทราชินูทิศบดินทรเดชา และโรงเรียนมัธยมวัดบึงทองหลาง ประชากรทั้งสิ้น 546 คน คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยโดยใช้ตารางการสุ่มตัวอย่างของ โคเฮน Cohen, (2011) โดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ได้รับแบบสอบถามคืนที่สมบูรณ์และสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด 210 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 89

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

2.2 ตัวแปรตามได้แก่ การบริหารงานวิชาการ ได้แก่ ด้านหลักสูตร ด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการวัดผล ประเมินผลและเทียบโอนผลการเรียน และด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร แบ่งรายละเอียดขอบข่ายการบริหารวิชาการ 4 ด้าน คือ ด้านหลักสูตร ด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการวัดผลประเมินผล และเทียบโอนผลการเรียน และด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา แบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ วุฒิการศึกษา และ ประสบการณ์ในการทำงาน มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check lists) จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร จำนวน 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านหลักสูตร	จำนวน 10 ข้อ
2. ด้านการจัดการเรียนรู้	จำนวน 10 ข้อ
3. ด้านการวัดผลประเมินผล และเทียบโอนผลการเรียน	จำนวน 10 ข้อ
4. ด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา	จำนวน 10 ข้อ

ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ ความพึงพอใจมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง มีส่วนร่วมน้อยที่สุด

จากนั้นกำหนดเกณฑ์การแปลช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปมีขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่มีข้อความสมบูรณ์มาจัดระเบียบข้อมูลลงรหัส

2. วิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน โดยใช้ความถี่(Frequency) และร้อยละ (Percentage)

3. วิเคราะห์ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean)และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เป็นรายข้อ รายด้านและภาพรวม นำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

4. วิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการ จำแนกตามวุฒิการศึกษา วิเคราะห์โดยการทดสอบค่าที (t-test)

5. วิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการ จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way analysis of variance) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ่ (Scheffe's Post hoc Comparison)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปเป็นข้อๆได้ดังนี้

1. ครูมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ครูที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการวัดและประเมินผล และเทียบโอนผลการเรียน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในภาพรวม และด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการวัดและประเมินผล และเทียบโอนผลการเรียน ด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านหลักสูตร ที่ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการ ของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร พบว่าประเด็นที่น่าสนใจ ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน เป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษาเห็นความสำคัญของการบริหารงานวิชาการ ดังที่กระทรวงศึกษาธิการ (2546,หน้า 33) ให้ความสำคัญของการบริหารงานวิชาการ ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2552 – 2559) บทบาทของผู้บริหารในการบริหารสถานศึกษามีภารกิจขอบข่ายและการจัดการศึกษาตามโครงสร้างสายงานที่เปลี่ยนแปลงใหม่และเป็นบทบาทที่ผู้บริหารต้องนำไปใช้หรือนำไปปฏิบัติ โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ และยึดหลักสูตรของสถานศึกษา ตามที่กระทรวงศึกษาธิการ (2546ข, หน้า 7, 12) อธิบายถึงการบริหารจัดการหลักสูตรว่า สถานศึกษาต้องสร้างหลักสูตรของตนเองที่เรียกว่า หลักสูตรสถานศึกษา ทำให้ผู้บริหารและครูต้องทำหน้าที่ เป็นผู้พัฒนาหลักสูตร ซึ่งหมายถึง การสร้าง การใช้และปรับปรุงหลักสูตร นอกเหนือจากหน้าที่ในการสอน เมื่อสถานศึกษาสร้างหลักสูตรแล้ว ในขั้นต่อไปเป็นการนำหลักสูตร ไปใช้ซึ่งต้องมีกระบวนการบริหารจัดการหลักสูตรเพื่อการใช้หลักสูตรอย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาในการจัดทำหลักสูตรเพื่อให้สอดคล้องกับการศึกษาในยุคศตวรรษที่ 21 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2546ข, หน้า 34) การจัดการศึกษาต้องยึดหลัก จัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจ และความถนัดของผู้เรียนโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ฝึกทักษะ กระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ และการประยุกต์ ความรู้มาใช้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา จัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้

จากประสบการณ์จริง ดังที่ รุจิร์ ภู่ สาระ และจันทรานี สงวนนาม (2545, หน้า 70) ได้กล่าวว่า การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ที่เรียกว่า การปฏิรูปการเรียนรู้ ทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับวิธีการเรียนและ วิธีการสอนของครู ซึ่งครูจะต้องสอนโดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ และทั้งนี้เพราะผู้บริหารสถานศึกษาได้มีการบริหารงานตามที่กรมวิชาการกำหนดไว้ (กรมวิชาการ, 2545ข, หน้า 24-25) การวัดและประเมินผลระดับชั้นเรียน มีจุดมุ่งหมายสำคัญของการประเมินระดับชั้นเรียน คือมุ่งหาคำตอบว่าผู้เรียนมีความก้าวหน้าทั้งด้านความรู้ ทักษะกระบวนการ คุณธรรม และค่านิยมอันพึงประสงค์อันเป็นผลเนื่องจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ หรือไม่เพียงใด ดังนั้น การวัดและประเมินจึงต้องใช้วิธีการที่หลากหลาย เน้นการปฏิบัติ ให้สอดคล้อง และเหมาะสมกับสาระการเรียนรู้ กระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยความเห็นชอบของ คณะกรรมการสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาได้ดำเนินการ อย่างจริงจังเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการศึกษา แห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้กำหนดจุดมุ่งหมายและหลักการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นคุณภาพและมาตรฐานไว้ในหมวด 6 มาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษา โดยกำหนดให้มีระบบประกันคุณภาพเพื่อพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐานการศึกษาทุกระดับสอดคล้องกับ อัจฉรา บุตโคต (2559) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการในของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ครูมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนมัธยมอยู่ในระดับมากทุกด้าน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันตนา สว่างศรี (2559) วิจัยเรื่องความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการ ในโรงเรียนดอนเมืองจาตุรจินดา สังกัดเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่าครูมีระดับความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการด้านการบริหารหลักสูตรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการ จำแนกตามวุฒิการศึกษาและประสบการณ์การทำงาน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า

2.1. ครูที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ด้านหลักสูตร ด้านการจัดการเรียนรู้ และด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา ยกเว้นด้าน ในด้านการวัดและประเมินผล และเทียบโอนผลการเรียน ครูมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ครูที่มีวุฒิปริญญาตรี มีความพึงพอใจ น้อยกว่าครูที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เป็นเพราะ ครูที่มีวุฒิการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการวัดการประเมินผลและการเทียบโอนผลการเรียน พร้อมทั้งได้เรียนรู้กระบวนการวัดการประเมินผลที่ถูกต้อง มากกว่าครูที่มีวุฒิการศึกษาปรริญญาตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไชยกร กิติยายาม (2560) ความพึงพอใจของครูกับการพัฒนางานวิชาการศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาตำบลปิงโค้ง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่เขต 3 ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ครูที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ครูที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการ ในภาพรวม ด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการวัดผลประเมินผล และเทียบโอนผลการเรียน และด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อภิปรายผลได้ดังนี้

2.2.1 ด้านหลักสูตร ครูที่มีประสบการณ์ทำงานต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารงานวิชาการไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก หลักสูตรเป็นหัวใจสำคัญของการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพตามมาตรฐานกำหนด สอดคล้องนโยบายตามที่สพฐ.กำหนด และบริหารสถานศึกษาตามแนวทางกรมวิชาการ (2545ข, หน้า 5) อธิบายไว้ว่า หลักสูตรสถานศึกษา เป็นแผนหรือแนวทาง หรือข้อกำหนดของการจัดการศึกษาที่จะพัฒนาให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถโดยส่งเสริมให้แต่ละบุคคลพัฒนาไปสู่ศักยภาพสูงสุดของตน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กันตนา สว่างศรี (2559) วิจัยเรื่องความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการ ในโรงเรียนดอนเมืองจาตุรจินดา สังกัดเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่าครูมีระดับความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการด้านการบริหารหลักสูตรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2.2.2 ด้านการจัดการเรียนรู้ ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการ น้อยกว่าครูที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 11 ปีขึ้นไป นั่นอาจเป็นเพราะว่าครูที่มีประสบการณ์การทำงานที่มากกว่า ได้เห็นการบริหารในด้านการจัดจัดการเรียนรู้ที่มีการพัฒนาขึ้นมากกว่าเดิม มากกว่าครูที่มีประสบการณ์น้อย ครูที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่าย่อมมีทัศนะในด้านการบริหารวิชาการของผู้บริหารได้ครอบคลุม มีวิสัยทัศน์และมีมุมมองในการทำงานได้กว้างไกลกว่าครูที่มีประสบการณ์น้อย อีกทั้งการสั่งสมประสบการณ์ในการทำงานที่มากกว่า พร้อมทั้งผู้บริหารได้จัดให้ครูมีการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เน้นผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติจริง ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ โดยผู้บริหารส่งเสริมให้ครูใช้สื่อการสอนที่ทันสมัย โดยนำเทคโนโลยีมาช่วยในการทำสื่อ ICT และส่งเสริมให้ครูทำวิจัยในชั้นเรียนและนำผลมาแก้ปัญหาในการเรียนการสอน และส่งเสริมให้ครูมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ พร้อมทั้งจัดหาแหล่งเรียนรู้ และสร้างบรรยากาศการเรียนรู้เชิงบวกที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ ทำให้ครูที่มีประสบการณ์มากกว่ามีความพึงพอใจในด้านการจัดการเรียนรู้มากกว่าครูที่มีประสบการณ์น้อย ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ พัชรี อินโต (2559) ความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหาร สถานศึกษาในโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 74 สังกัดสำนักงานเขตจอมทอง กรุงเทพมหานครในภาพรวมครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกันมีมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ ยก

2.2.3 ด้านการวัดและประเมินผล และเทียบโอนผลการเรียน ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการ ที่ต่ำกว่าครูที่มีประสบการณ์ 11 ปีขึ้นไป นั่นอาจเพราะว่า ครูที่มีประสบการณ์มากกว่า ย่อมมีทัศนะในด้านการบริหารวิชาการของผู้บริหารได้ครอบคลุม มีวิสัยทัศน์และมีมุมมองในการทำงานได้กว้างไกลกว่าครูที่มีประสบการณ์น้อย อีกทั้งการสั่งสมประสบการณ์ในการทำงานที่มากขึ้น ส่งผลเล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารมากกว่า โดย

ผู้บริหารได้มีการกำหนดและประกาศค่าเป้าหมายของสถานศึกษาที่ชัดเจน และมีการนิเทศ ติดตามการวัดผลประเมินผลอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์ในการวัดผลประเมินผล และเทียบโอนผลการเรียนที่เป็นไปตามมาตรฐานการศึกษา ตามมาตรฐานที่กำหนด และได้ส่งเสริมและจัดส่งครูเข้ารับการอบรมการวัดผลและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับ เฉลิมวุฒิ สืบสม (2555) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของข้าราชการครูต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของข้าราชการครูต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน โดยในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ ด้านการวัดการประเมินผลและการเทียบโอนผลการเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2.4 ด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา พบว่าครูที่มีประสบการณ์ 1-5 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการ ต่ำกว่าครูที่มีประสบการณ์ 6-10 ปี และครูที่มีประสบการณ์ 11 ปีขึ้นไป นั่นอาจเพราะว่า ครูที่มีประสบการณ์ที่มากกว่าได้เห็นพัฒนาการการปรับปรุงขึ้นเรื่อย ๆ ของผู้บริหารสถานศึกษาในด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา ครูที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่าย่อมมีทัศนะในด้านการบริหารวิชาการของผู้บริหารได้ครอบคลุม มีวิสัยทัศน์และมีมุมมองในการทำงานได้กว้างไกลกว่าครูที่มีประสบการณ์น้อย ดังที่ กระทรวงศึกษาธิการ (2553, หน้า 17) กล่าวว่า การประกันคุณภาพการศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร ซึ่งโรงเรียนจะต้องดำเนินงานเป็นประจำและต้องมีการนำผลการประเมินภายในมาชี้แจงให้แก่ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบมีการ วางแผนและมอบหมายให้ครูรับผิดชอบมาตรฐานและตัวบ่งชี้ และมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการ ประเมินจากองค์กรภายนอก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สายนภา ดาวแสง พบว่า ครูที่มีสถานภาพที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการบริหารงานวิชาการของผู้บริหาร สถานศึกษาโรงเรียนในสังกัดสำนักการศึกษา เมืองพัทยา รายด้านและโดยรวมต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ ด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการ ของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา ในแต่ละด้านดังนี้

1.1 ด้านหลักสูตร ผู้บริหารสถานศึกษาเปิดควรเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกคนในโรงเรียนและชุมชนร่วมกันปรับปรุงหลักสูตรสถานศึกษา และมีการประเมินหลักสูตรสม่ำเสมอ พร้อมทั้งาจัดอบรมการพัฒนาหลักสูตรที่เปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยอยู่เสมอให้ครูอย่างต่อเนื่อง

1.2 ด้านการจัดการเรียนรู้ ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะกระบวนการคิดอย่างมีระบบมากกว่านี้ และส่งเสริมการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียน

1.3 ด้านการวัดและประเมินผล และเทียบโอนผลการเรียน ผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดส่งครูเข้ารับการอบรมการวัดผล และประเมินผลอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้ครูมีส่วนร่วมในการปรับปรุง และกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการวัดผล ประเมินผล และเทียบโอน ผลการเรียน

1.4 ด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำคณะครูไปศึกษาดูงานการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาอื่นที่ประสบความสำเร็จ และควรปรับปรุงวิธีการประเมินคุณภาพภายใน สถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานวิชาการ ของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง

กันตนา สว่างศรี, ความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการ ในโรงเรียนดอนเมืองจาตุรจินดา สังกัดเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร 2559

ไชยกร กิติยายาม (2560) ความพึงพอใจของครูกับการพัฒนางานวิชาการศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาตำบลปิงโค้ง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่เขต 3

เฉลิมวุฒิ สืบสม (2555) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของข้าราชการครูต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี

ทวี ประคอง, ความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการโรงเรียนขยายโอกาส เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร, การศึกษาอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2553

ปัญจพล โคตรคันทา (2554, หน้า 87) ศึกษาความ พึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการโรงเรียนบุณฑริกวิทยาคาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 29

พัชรี อินโต (2559) ครูที่มีประสบการณ์ในการท างานต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการของ

ผู้บริหาร สถานศึกษาในโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายที่ 74 สังกัดสำนักงานเขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร

ภาวิดา ธาราศรีสุทธิ และกัลยมน อินทุสุต (2558, น.5-6), การบริหารงานวิชาการ, กรุงเทพฯ: บริษัทมิตรภาพการพิมพ์และสติวดิโอจำกัด

รุจิร์ ภู่สาระและกัลยมน อินทุสุต (2558) การบริหารจัดการสถานศึกษา กรุงเทพฯ: บริษัทมิตรภาพการพิมพ์และสติวดิโอจำกัด

ศรัยวัลย์ สมบูรณ์ (2560) ความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตลาดพร้าว, สาขาการบริหารการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร. 2560.

สายชล มากมี (2552) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดเขตพื้นที่การศึกษากระบี่, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ม 2552

สายนภา ดาวแสง (2559) ความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียน สังกัดสำนักงานการศึกษา เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี, วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยบูรพา

อัจฉรา บุตโคต (2559) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของครูต่อการบริหารงานวิชาการในของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ครูมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนมัธยมอยู่ในระดับมากทุกด้าน

L. Cohen, L. Manion, and K. Morrison, K., Research Methods in Education, 7th ed. Routledge, 20119

ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร

The Satisfaction of Teachers Towards Personnel Administration of School Administrators Schools in The United Campus Wang Thong Lang Group The Secondary Educational Service Area Office 2 , Bangkok

เจตจันทร์ ราชสินธ์*
Jetjun Ratchasin*
อำนวย ทองโปร่ง*
Amnuay Thongprong*
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Faculty of Education Ramkhamheang University Thailand
E-mail : chanjetjaan@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต2 กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม วุฒิการศึกษา อายุ และประสบการณ์ในการทำงานของครูที่ต่างกันตัวแปรตามที่ศึกษามีทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการสรรหา คัดเลือกครูและบรรจุแต่งตั้ง ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านการธำรงรักษาบุคลากร และด้านการออกจากราชการ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ครูในโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2562 จำนวน 4 โรงเรียน มีครูจำนวน 546 คน คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการของ Cohen ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้รับแบบสอบถามคืนที่สมบูรณ์และสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด 219 คน คิดเป็นร้อยละ 93.58 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร จำนวน 47 ข้อ รวมทั้งหมด 219 ฉบับ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ การบริหารงานบุคคล ผู้บริหารสถานศึกษา

Abstract

Research subject teachers' satisfaction with the personnel administration of school administrators. Schools in the united campus Wang Thonglang group under the secondary educational service area office 2, Bangkok. The objectives are as follows: (1) to study the teacher's satisfaction with the personnel management of school administrators in the Wang Thonglang group under the secondary educational service area office 2, Bangkok.
(2) to compare the teachers' satisfaction with the personnel administration of school administrators in the Wang Thonglang group under the secondary educational service area office 2, Bangkok,classified by educational background, age, and work experience of different teachers.The variables studied in all 4 areas are teacher recruitment and appointment. Human resource development In personnel maintenance and the exit from government service population used in this research including teachers in schools the united campus Wang Thonglang group under the secondary educational service area office 2, Bangkok. In the academic year of 2019, 4 schools, consisting of 546 teachers, calculated the size of the sample by the Cohen method at 95% confidence level. The questionnaires were returned completely and can be used to analyze all 219 data, which is 93.58 %. The instrument used in the study was a questionnaire about teachers' satisfaction with personnel management of school administrators. Schools in the united campus Wang Thonglang group under the secondary educational service area office 2, Bangkok, in total of 47 items, totaling 219 copies.

Keywords : Satisfaction, Personnel management, School Administrator

บทนำ

การพัฒนาประเทศชาติและการพัฒนาคน มาจากการทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560- 2564) ซึ่งอยู่ในช่วงการปฏิรูปประเทศเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานหลายด้าน สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว การแข่งขันด้านเศรษฐกิจจะเข้มข้นมากขึ้น สังคมโลกจะมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกันมากขึ้นเป็นสภาพไร้พรมแดน การพัฒนาเทคโนโลยีจะมีการเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็วและจะกระทบชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมาก ในการขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกด้านเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยท่ามกลาง การแข่งขันในโลกที่รุนแรงขึ้นมากแต่ประเทศไทยมีข้อจำกัดหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงด้านกฎระเบียบและระบบ การบริหารราชการแผ่นดิน เป็น

ต้น การยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” มุ่งสร้างคุณภาพชีวิตและสุขภาวะที่ดีสำหรับคนไทย พัฒนาคนให้มีความเป็นคนที่สมบูรณ์มีวินัย ใฝ่รู้ มีความรู้ มีทักษะ มีความคิดสร้างสรรค์ มีทัศนคติที่ดี รับผิดชอบต่อสังคม มีจริยธรรมและคุณธรรม บนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 -2579) ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

การบริหารงานบุคคลเป็นการบริหารงานในสถานศึกษา โดยมีคณะผู้บริหาร คณะครูและบุคลากรทางการศึกษา ซึ่งมีบทบาทในการดำเนินการจัดการจนมีการจัดอัตรากำลัง การสรรหา คัดเลือกบุคลากร ที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาบรรจุแต่งตั้ง เพื่อปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาระเบียบวินัยและการรักษาวินัยเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับบุคลากรในการทำงานตรงตามเป้าหมายของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (2542) ในการบริหารงานบุคคล

บุญศรี แสงศรี (2557, หน้า 12) หัวใจของการบริหารงานบุคคลในสถานศึกษา มุ่งพัฒนาธุรกิจสถานศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพนำเอาวิธีการต่างๆมาพัฒนาครูเพื่อให้เกิดประโยชน์และมีสูงสุดโดยผู้บริหารสถานศึกษารู้จักแสวงหาและคัดเลือกครูเข้ามาทำงานอย่างเหมาะสม ในตำแหน่งที่รับผิดชอบ ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องรู้จักกระตุ้นให้ครู นั้นเกิดแรงจูงใจปฏิบัติงานด้วยความเอาใจใส่และมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานนั้นอย่างอุตสาหะ และมีความเสียสละ รักองค์กรในการทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวม ผู้วิจัยจึงได้ทราบปัญหา และเล็งเห็นสาเหตุของการบริหารงานบุคคล โดยเฉพาะครู ขาดการมีส่วนร่วมในการทำงานหลายเรื่อง การไม่ได้รับการดูแลหลังออกกจากงานราชการไปแล้ว เช่น ชีวิตหลังเกษียณอายุราชการ ตลอดจนไม่ได้รับความเป็นธรรมการพิจารณาความดีความชอบ ส่งผลให้ครูต้องมีความพึงพอใจในการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 ผู้วิจัยจึงได้สนใจศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษา อายุ และประสบการณ์ในการทำงาน

ขอบเขตของการวิจัย

1.ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจของครูเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 ประกอบด้วย 4 ด้านดังนี้

1.1 ด้านการสรรหาคัดเลือกครูและบรรจุแต่งตั้ง

1.2 ด้านการพัฒนาบุคลากร

1.3 ด้านการธำรงรักษาบุคลากร

1.4 ด้านการออกจากราชการ

2. ประชากรและตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูผู้สอนโรงเรียน ในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร จำนวน 4 โรงเรียน ดังนี้ โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ บดินทรเดชา โรงเรียนเทพลีลา และโรงเรียนวัดบึงทองหลาง ปีการศึกษา 2562 จำนวน 546 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูผู้สอนโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ โคเฮน Cohen (Louis Cohen, Lawrence Manain and Keith Morrison,2011, p. 147) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และยอมให้เกิดความคาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 %ได้กลุ่มตัวอย่างครู จำนวน 219 คน จากนั้นทำการสุ่มวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) ตามระดับวุฒิการศึกษา อายุ และประสบการณ์ในการทำงาน

3. ตัวแปรที่ศึกษา ครั้งนี้ ได้แก่

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

3.1.1 วุฒิการศึกษา

3.1.1.1 ปริญญาตรี

3.1.1.2 สูงกว่าปริญญาตรี

3.1.2 อายุ

3.1.2.1 ต่ำกว่า 30 ปี

3.1.2.2 31 - 50 ปี

3.1.2.3 50 ปี ขึ้นไป

3.1.3 ประสบการณ์ในการทำงาน

3.1.3.1 ต่ำกว่า 5 ปี

3.1.3.2 5-10 ปี

3.1.3.3 10 ปี ขึ้นไป

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลางสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

3.2.1 ด้านการสรรหา คัดเลือกครูและบรรจุแต่งตั้ง

3.2.2 ด้านการพัฒนาบุคลากร

3.2.3 ด้านการธำรงรักษาบุคลากร

3.2.4 ด้านการออกจากราชการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจของครูต่อการบริหารจัดการศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนเทพลีลา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2562 จำนวน 546 คน

2. ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2562 จำนวน 219 คน กำหนดขนาดตัวอย่างตามตารางของ Krejcie & Morgan (1970, p. 607) ได้ตัวอย่างจำนวน 219 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหาสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร โดยใช้คะแนนเฉลี่ย ($\overline{X}$)และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (*SD*)

2. เปรียบเทียบความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหาสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ใช้สถิติทดสอบค่าที (*t-test*) และจำแนกตามขนาดโรงเรียน ใช้สถิติ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ่ (Sheffe’s method)

ผลการวิจัย

1. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างครู จำนวน 219 คน ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุ 31 - 50 ปี และมีประสบการณ์ในการทำงาน 5 - 10 ปี

2. ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานครโดยภาพรวมและรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ ดังนี้ ด้านการออกจากราชการ ด้านการพัฒนาบุคลากร และด้านการสรรหา คัดเลือกครูและบรรจุแต่งตั้ง

3. เปรียบเทียบความความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร จำแนกตามตาม วุฒิการศึกษา อายุ และประสบการณ์ในการทำงานของครูพบว่า

3.1 ครูที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานครโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.2 ครูที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการพัฒนาบุคลากร และด้านการธำรงรักษาบุคลากร ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

ครูที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 1 คู่ ครูที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าครูที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี

3.2.1 ด้านการพัฒนาบุคลากร ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร จำนวน 1 คู่ ในด้านการพัฒนาบุคลากร ครูที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าครูที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี

3.2.2 ด้านการธำรงรักษาบุคลากร ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร จำนวน 2 คู่ ด้านการธำรงรักษาบุคลากร ครูที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าครูที่มี อายุต่ำกว่า 30 ปี และครูที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าครูที่มีอายุ 31-50 ปี

3.3 ครูที่มีประสบการณ์ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการธำรงรักษาบุคลากรที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ครูที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าครูที่มีประสบการณ์การทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี

ด้านการธำรงรักษาบุคลากร ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าครูที่มีประสบการณ์การทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร สรุปประเด็นสำคัญเพื่อนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร พบว่าโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้เพราะผู้บริหารให้ความสำคัญกับการบริหารงานบุคคล ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545) ทำให้การบริหารงานบุคคลมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของครูอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สอดคล้องกับ สมศักดิ์ พรมมล (2552) วิจัยเรื่อง ความคาดหวังของครูและบุคลากรทางการศึกษาต่อการบริหารบุคคลของโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 24 อำเภอจุน จังหวัดพะเยา อยู่ในระดับมากทุกด้าน

2. จากผลการเปรียบเทียบความความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร จำแนกตามตาม วุฒิการศึกษา อายุ และประสบการณ์ในการทำงานของครู อภิปรายผลดังนี้

2.1 ครูที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

2.2 ครูที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมด้านการพัฒนาบุคลากร และด้านการธำรงรักษาบุคลากร ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

ครูที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 1 คู่ ครูที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าครูที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี

2.2.1 ด้านการพัฒนาบุคลากร ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร จำนวน 1 คู่ ในด้านการพัฒนาบุคลากร ครูที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าครูที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี

2.2.2 ด้านการธำรงรักษาบุคลากร ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร จำนวน 2 คู่ ด้านการธำรงรักษาบุคลากร ครูที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าครูที่มี อายุต่ำกว่า 30 ปีและครูที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าครูที่มีอายุ 31-50 ปี

2.3 ครูที่มีประสบการณ์ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการธำรงรักษาบุคลากรที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ครูที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าครูที่มีประสบการณ์การทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี

ด้านการธำรงรักษาบุคลากร ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปี ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าครูที่มีประสบการณ์การทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี

ทั้งนี้เพราะผู้บริหารสถานศึกษา ได้ดำเนินการบริหารงานบุคลากรเป็นไปตามแนวคิด ทฤษฎีของทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Frederick Herberzg มีการสนับสนุน และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณา อ่อนแก้ว (2560) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนขนาดใหญ่สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร พบว่า ครูที่ประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานบุคคลในสถานศึกษาโดยภาพรวมแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้

1.1 ด้านการสรรหา คัดเลือก และบรรจุแต่งตั้ง ควรให้ครูมีส่วนร่วมในการสรรหาบุคคลก่อนเข้ามาปฏิบัติงาน ให้มากขึ้น

1.2 ด้านการพัฒนาบุคลากร ควรมีความเป็นธรรมในการขอบำเหน็จความชอบเป็นกรณีพิเศษให้กับครูในโรงเรียนให้มากขึ้น

1.3 ด้านการธำรงรักษาบุคลากร ควรมีการพิจารณาความดีความชอบโดยยึดระเบียบและข้อตกลงร่วมกัน มีความเป็นธรรมให้มากขึ้น

1.4 ด้านการออกจากราชการ โรงเรียนควรมีระบบดูแลสวัสดิการและขวัญกำลังใจให้กับข้าราชการครูและบุคลากรหลังเกษียณอายุในสถานศึกษาให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาบทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาที่มีต่อการบริหารงานบุคคลโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร

2.2 ควรวิจัยเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจในการทำงานด้านบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตวังทองหลาง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 กรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). *คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.

ขวัญหทัย นุพรม. (2560). *ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่ม 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 1.* สาขาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เทพรัตน์ ดาวเรือง.(2560). *การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาใน อำเภอยะหา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษายะลา เขต* 2. การศึกษาค้นคว้าอิสระครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

นฤมล เสือเมือง.(2559). *ความพึงพอใจของครูที่มีต่อการบริหารงานบุคลากรของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มโรงเรียนพระยาจักร อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.*สาขาการบริหารการศึกษา, กาญจนบุรี,มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บุญศรี แสงศรี. (2557). *การพัฒนารูปแบบการบริหารงานบุคคลโดยใช้หลักธรรมาภิบาลของสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง.* ดุษฎีนิพนธ์ ปร.ด. ,กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2. (2562). *แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 260-2564 .กลุ่มนโยบายและแผน,* กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2. (2562). *แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2562,* กรุงเทพมหานคร.

Herzberg, F. (1959). The motivation to work. New York: John Wiley & Sons.

L.Cohen, L. Manion, and K. Morrison, K., *Research Methods in Education*, 7th ed. Routledge, 2011

Maslow, A. H. (1987). *Motivation and personality (3rd ed.).* New York: Harper & Row.

กลโกงการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัล

FINANCIAL FRAUD IN DIGITAL ERA

พิรุฬห์รัตน์ ศรีแจ่ม*
Piroonrat Srijaem*
ธันย์พันธ์ ใคร้วานิช**
Tanpat Kraiwanit**
* สาขาเศรษฐกิจดิจิทัล สถาบันเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
* Digital Economy, Institute of Economics, Rangsit University
*อีเมล์: pangzaa_1990@hotmail.com
** สถาบันเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
**Assistant Professor and Ph.D., Institute of Economics, Rangsit University
**อีเมล์: tanpat.k@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลโกงการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 745 คน เครื่องมือในการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม โดยศึกษาปัจจัยที่นำไปสู่การรับรู้กลโกงการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัล รวมถึงปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อกลโกงการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัล ใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance: ANOVA) พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ร่วมมือในการตอบ มีความเสียหายโดยรวมต่อการสำรวจครั้งนี้โดยเฉลี่ยคือ 14,666.98 บาท ซึ่งมีการหลอกลวงเกี่ยวกับการทำอาชีพเสริมออนไลน์ ค่าเฉลี่ย 1,154.10 มากที่สุด (ในแง่มูลค่า) รองลงมาคือการสั่งซื้อสินค้าทั้งแบบออนไลน์ หรือ แบบอื่น ๆ แต่ไม่ได้รับของตรงตามที่โฆษณาไว้ หรือ อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง ค่าเฉลี่ย 895.16 ลำดับที่ 3 คือหลอกลวงเกี่ยวกับการถูกรางวัลออนไลน์ ค่าเฉลี่ย 814.26 จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าตัวแปรอิสระลักษณะการใช้งานด้านระยะเวลาเฉลี่ย เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ และประเภทรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อกลโกงการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยมีค่า R Squared .324 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผู้ให้บริการ ควรคำนึงถึงความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ในโลกยุคปัจจุบัน ให้มีระบบการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่ดีเพียงพอ ซึ่งภัยคุกคามทางไซเบอร์เหล่านี้สามารถสร้างความเสียหายแก่ตัวผู้ใช้งานได้ แนวคิดเรื่องการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) จึงต้องถูกพัฒนาไปพร้อมกับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยี

คำสำคัญ : กลโกงการทำธุรกรรมทางการเงิน ธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต

Abstract

The objective of this research is to study financial fraud in the digital era. The sample consisted of 745 people. Survey instruments using questionnaires. Objective: to study the factors to the recognition of financial fraud in the digital era. Including the factors of information recognition through online social networks affecting the financial transaction scams in the digital era. Using the Analysis of Variance (ANOVA) formula, it was found that the respondents who collaborated in answering The total damage to this survey was an average of 14,666.98 baht, which is a scam about extra careers online, the average of 1,154.10, followed by ordering products online or other, but not received. According to the advertised or boasts exaggerated properties, the average 895.16, the 3rd is a scam about being rewarded online, the average is 814.26. The independent variable was used for the average duration of operation. Social media tools used and the type of information recognition Influence financial transaction scams with R Squared .324 with statistical significance .05

Service providers should consider cyber security in today's world to have a good and sufficient security system. These cyber threats can cause damage to users. The concept of cyber security must be developed with the advancement of technology.

Keywords: Financial Transactions Fraud, internet transaction

Keywords : Financial Transactions Fraud, Internet Transaction

บทนำ

ปัจจุบันการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีอัตราการเติบโตมากกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Internet Banking เนื่องจากสามารถตอบโจทย์ของผู้บริโภคยุคใหม่ในการทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกรวดเร็ว ทุกที่และทุกเวลา รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสเทคโนโลยีและการเติบโตของธุรกิจ E-commerce/M-commerce ทำให้ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น และนิยมใช้ Mobile Banking เป็นช่องทางในการชำระค่าสินค้าบริการออนไลน์ส่งผลให้การใช้ Mobile Banking มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในประเทศไทยเริ่มมีการใช้บริการ Cashless ในบางบริการแล้วไม่ว่าจะเป็นบริการ e-Wallet หรือการชำระเงินผ่าน QR Code ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของหลายภาคส่วน โดยเฉพาะสถาบัน การเงินที่มีการตื่นตัวและปรับตัวเพื่อทันต่อวิวัฒนาการทางการเงินที่มีการพัฒนาก้าวหน้าไปแล้วให้ประเทศไทยสามารถเป็นสังคมไร้เงินสดอย่างเห็นได้ชัด ประโยชน์มากมายเหล่านี้ก็แฝงไปด้วยภัยจากกลุ่มผู้ไม่ประสงค์ดีที่มักจะใช้ช่องทางออนไลน์หลอกลวงให้หลงเชื่อด้วยกลอุบายต่าง ๆ ก่อนจะโจรกรรมข้อมูลส่วนตัว

ไปใช้แสวงหาผลประโยชน์จนเกิดความเสียหายตามมา ทุกวันนี้จึงได้เห็นภัยไซเบอร์ในโลกดิจิทัลออกมามากมาย ทั้งการหลอกลวงขายสินค้า การส่งข้อความแชทเพื่อหลอกให้โอนเงิน หรือการปลอมแปลงสลิปโอนเงินในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ การขโมยใช้เครดิตการ์ด หรือขโมยข้อมูลส่วนตัวเช่น ชื่อบัญชีผู้ใช้งาน รหัสผ่าน อีเมลหลอกลวง (Phishing) เพื่อหลอกให้ทำธุรกรรม หรือกรอกข้อมูลสำคัญ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

ในด้านเทคโนโลยีมีความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายกับฐานข้อมูลต่าง ๆ ภายในองค์กร ข้อมูลมีการถูกทำลาย ความเสี่ยงจากผู้บุกรุกข้อมูล หรือการโจรกรรมข้อมูลที่สำคัญ เช่น ข้อมูลลูกค้า การลักลอบเข้ามาแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูล ซึ่งความเสี่ยงเหล่านี้มีความจำเป็นที่จะต้องบริหารจัดการด้านข้อมูล ดังนั้นการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลจึงเป็นเรื่องสำคัญ (เอกลักษณ์ โสภาพันธ์, 2553) ถึงแม้ว่าปัจจุบันประเทศไทยจะได้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ และครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามคนไทยยังขาดความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับอุปสรรคหรือภัยคุกคามที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ภัยคุกคามทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่กระทบต่อหลักการรักษาความลับ ความครบถ้วนถูกต้อง และสภาพพร้อมใช้งาน เช่น การกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ในรูปแบบต่าง ๆ ส่วนอุปสรรคซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยคือ ปัญหาการฉ้อโกงที่มีแนวโน้มการกระทำความผิดเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากข้อมูลทางสถิติภัยคุกคามประจำปี พ.ศ. 2554 ของศูนย์ประสานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยระบบคอมพิวเตอร์ประเทศไทย พบว่ามีสถิติการกระทำความผิดในลักษณะของการฉ้อโกงสูงถึงร้อยละ 61.4 เมื่อเปรียบเทียบกับการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ในลักษณะอื่น (พลอย เจริญสม, 2555)

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องกลโกงการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัลของผู้ใช้บริการเพื่อเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินทั้งรูปแบบฟังก์ชั่นการใช้งาน ระบบรักษาความปลอดภัย รวมถึงความเสี่ยงด้านภัยคุกคาม ทางไซเบอร์ รวมถึงระบบการใช้งาน เพื่อประเมินความเสียหายที่เกิดขึ้นและสามารถสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยรวมทั้งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

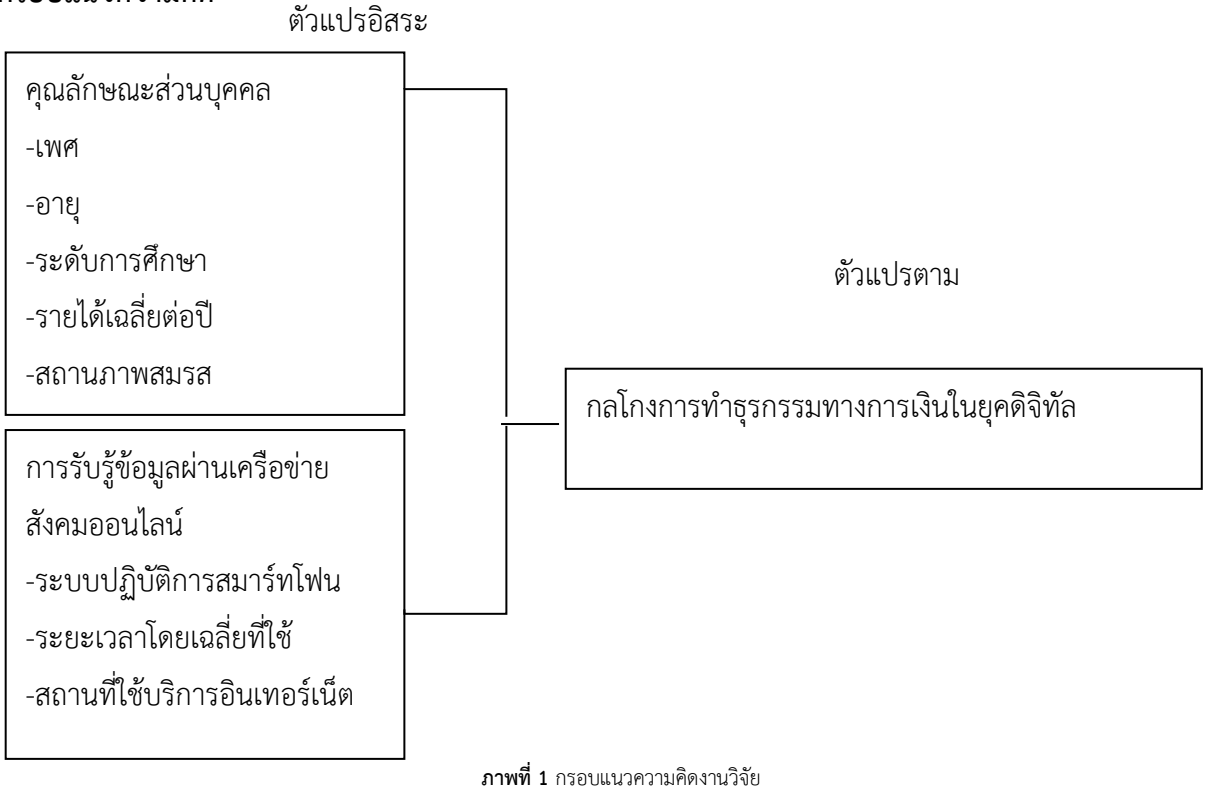
1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่นำสู่การรับรู้กลโกงธุรกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัล

2.เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อกลโกงธุรกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัล

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้การทำธุรกรรมผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์จะมีความสะดวกสบายและรวดเร็ว แต่ก็แฝงไปด้วยภัยอันตรายหรือภัยคุกคามจากผู้ไม่ประสงค์ดีที่อาศัยช่องโหว่หรือจุดอ่อนทั้งจากคน กระบวนการ หรือเทคโนโลยีที่ขาดการควบคุมที่ดีเพียงพอ ทำให้ระบบงาน และผู้ใช้บริการเกิดความเสียหายโดย สามารถแบ่งประเภทของภัยคุกคามที่เกิดได้เป็น 2 รูปแบบ คือ ภัยคุกคามแบบ Non-Technical เช่น การปลอมแปลงเอกสารเพื่อสมัครใช้บริการช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือการลักลอบหรือหลอกลวงเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ เป็นต้น และภัยคุกคามแบบ Technical เช่น การแพร่กระจายของ Malware ไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อทำการขโมย ข้อมูลสำคัญหรือสร้างความเสียหายให้กับระบบคอมพิวเตอร์การสร้าง Mobile Banking Application เลียนแบบของธนาคาร เป็นต้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)นอกจากนี้ พรพงศ์ จงประสิทธิผล และสมคิด ทรัพย์แสง (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการชำระเงินออนไลน์ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่าแม้ว่าผู้คนส่วนใหญ่จะรับรู้ถึงความเสี่ยงในด้านต่างๆ มีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลบัตรเครดิต หรือการทำธุรกรรมออนไลน์ แต่ยังมีการยอมรับการชำระเงินออนไลน์สอดคล้องกับ Kwon and Lee (2003) ที่พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการรับรู้ถึงความเสี่ยง ความปลอดภัยในด้านต่างๆ ในการชำระเงินออนไลน์ แต่ก็ยอมรับการชำระเงินออนไลน์ สอดคล้องกับ วอนชนก ไชยสุนทร (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับระบบการชำระเงินในประเทศไทย และ สืบพงษ์ ปัทมโยธิน (2556) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีออนไลน์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs). พบว่าปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงไม่ส่งการยอมรับในเทคโนโลยี

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดงานวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรคือ บุคคลที่ใช้ โทรศัพท์แอปพลิเคชั่นในการทำธุรกรรมของกลุ่มอายุ 20-50 ปี จำนวน 745 คน ที่ทำธุรกรรมทางการเงินกับสถาบันทางการเงินผ่านระบบออนไลน์

ขอบเขตเนื้อหา คือ การการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อความเสียหายกลโกงการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัล อันประกอบไปด้วย

ถูกเรียกเก็บเงินจากผู้ให้บริการ (กระปุกดอทคอม,สืบค้น วันที่ 10 มกราคม 2563) หมายถึง มาทางโทศัพท์ในรูปแบบ SMS, MMS หรือโทรมาจากระบบอัตโนมัติ เมื่อเรารับสายแล้วกดปุ่มตาม หรือกดที่ SMS, MMS โดยที่ไม่มีการสมัครบริการไว้ สั่งซื้อสินค้าทั้งแบบออนไลน์ หมายถึง การทำธุรกรรมทุกรูปแบบโดยครอบคลุมถึงการซื้อขายสินค้า/บริการ การชำระเงิน การโฆษณาโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต ใช้ข้อความประกาศขายสินค้าราคาถูกเป นเหยื่อล่อให้คนที่ต้องการได้สินค้าดีราคาถูกมาติดกับ ก่อนจะเชิดเงินหนีไปโดยไม่มีสินค้าจริง ๆ ให้กับผู้ซื้อ

มิจฉาชีพแอบอ้างเอาบัตรเครดิต หมายถึง การถูกปลอมแปลงบัตรอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ถูกบุคคลอื่นนำบัตรอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ เช่น ขโมยบัตรเดบิต/บัตรเครดิต/บัตร ATM หรือถูกขโมยข้อมูลบัตร/รหัสผ่าน และนาไปใช้ซื้อสินค้า/โอนเงินออกจากบัญชี

หลอกลวงเกี่ยวกับการถูกรางวัล หมายถึง การได้รับ E-Mail แจ้งว่าได้รับของรางวัลจากที่ใดก็ตาม แต่ต้องโอนค่าส่งค่าภาษีให้สงสัยไว้ก่อน

หลอกลวงเกี่ยวกับการทำอาชีพเสริมออนไลน์ หมายถึง การประกาศตามหลังต่าง ๆ ทั้ง เวปบอร์ด โซเชี่ยลต่าง ๆ รวมทั้งประกาศตามหน้าหนังสือพิมพ์ ตามเว็ปไซค์หางาน สมัครงานต่างๆ ทำให้เกิดความหลงเชื่อไปตามที่ได้รับข้อมูลมา เมื่อไปถึงพบว่าเปนการชักชวนทำธุรกิจ ต้องเสียค่าสมัคร ต้องฟัง

หลอกลวงเกี่ยวกับการบริจาค หรือ ทำบุญ หมายถึง ข้อความหรืออีเมล์ที่ชักชวนให้บริจาคเพื่อช่วยเหลือให้โอนเงินบริจาค

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี สถานภาพสมรส เขตที่อยู่อาศัย จำนวนบุตร ภูมิหลังด้านอาชีพ มีผลต่อกลโกงการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัล

2. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อกลโกงการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัล

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ Accidental Sampling Selection จากแบบสอบถามออนไลน์ จำนวนทั้งหมดที่เก็บข้อมูลมานั้น มีจำนวน 745 ชุด นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมเพื่อประกอบการวิเคราะห์และประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยสถิติ Analysis of Variance (ANOVA)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ความเสียหายจากกลโกงทุกธุรกรรม

กลโกงธุรกรรมทางการเงิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เรียกเก็บ	165.4987	270.01966
สั่งสินค้า	895.1613	1,771.54972
แอบอ้าง	731.5436	2,644.05112
รางวัล	814.2665	2,851.29393
หลอกอาชีพ	1154.1050	3,365.45495
บริจาค	66.8224	51.82696
เสียหายรวม	14,666.9811	14,339.30643
Valid N (listwise)		

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียหายจากการถูกแอบอ้าง จำนวน 745 คน ค่าเฉลี่ย 731.5436 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2,644.05112 รองลงมาคือเสียหายจากการสั่งสินค้าจำนวน 744 คน ค่าเฉลี่ย 895.1613 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1,771.54972 ต่อมาคือเสียหายจากรางวัลจำนวน 743 คน ค่าเฉลี่ย 814.2665 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2,851.29393 เสียหายจากการหลอกอาชีพจำนวน 743 คน ค่าเฉลี่ย 1,154.1050ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3,365.45495 เสียหายจากการเรียกเก็บจำนวน 742 คน ค่าเฉลี่ย 165.4987 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 270.01966 และน้อยที่สุดคือเสียหายจากการบริจาคจำนวน 107 คน ค่าเฉลี่ย 66.8224 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 51.82696 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การทดสอบความแปรปรวนร่วม (ด้านประชากรศาสตร์) โดยวิธี Levene's Test of Equality of Error Variances[a]

F	df1	df2	Sig.
1.710	108	380	.000

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups
a. Design: Intercept + เพศ + อายุ + ระดับการศึกษา + อาชีพ + รายได้ + เพศ * อายุ * ระดับการศึกษา * อาชีพ * รายได้.

จากตารางที่ 2 พบว่าความแปรปรวนร่วมของตัวแปรอิสระ ด้านประชากรศาสตร์ มีความแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อตกลงของการใช้สถิติ ANOVA อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลมากกว่าจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำ 400 ตัวอย่างโดยเก็บมากถึง 745 ราย (Karen T. D'Alonzo.2019) ทำให้สามารถลดผลกระทบของความผิดพลาดได้น้อยลง

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน (ด้านประชากรศาสตร์) โดยวิธี Tests of Between-Subjects Effects

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	10088912813.555[a]	108	93415859.385	1.123	.215	.242
Intercept	1532895228.819	1	1532895228.819	18.432	.000	.046
เพศ	25620114.333	1	25620114.333	.308	.579	.001
อายุ	427290662.525	4	106822665.631	1.284	.276	.013
ระดับการศึกษา	87766643.125	2	43883321.562	.528	.590	.003
อาชีพ	134139250.591	5	26827850.118	.323	.899	.004
รายได้	357339984.790	4	89334996.197	1.074	.369	.011
เพศ * อายุ * ระดับการศึกษา * อาชีพ * รายได้	8159455143.874	92	88689729.825	1.066	.335	.205
Error	31603207480.413	380	83166335.475			
Total	56967019375.000	489				
Corrected Total	41692120293.967	488				

a. R Squared = .242 (Adjusted R Squared = .027)

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระด้านประชากรศาสตร์ ไม่มีผลอิทธิพลต่อกลโกงในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยมีค่า R Squared .242 สำหรับด้านความเสียหายทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ 4การทดสอบความแปรปรวนร่วม (ด้านลักษณะการใช้งาน) โดยวิธี Levene's Test of Equality of Error Variances[a]

F	df1	df2	Sig.
1.454	102	386	.006

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + ระบบปฏิบัติงาน + ระยะเวลาเฉลี่ย + สถานที่ใช้ + เครื่องมือที่ใช้ + รับรู้ข้อมูลข่าวสาร + ระบบปฏิบัติงาน * ระยะเวลาเฉลี่ย * สถานที่ใช้ * เครื่องมือที่ใช้ * รับรู้ข้อมูลข่าวสาร

จากตารางที่ 4 พบว่าความแปรปรวนร่วมของตัวแปรอิสระ ด้านลักษณะการใช้งาน มีความแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อตกลงของการใช้สถิติ ANOVA อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลมากกว่าจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำ 400 ตัวอย่างโดยเก็บมากถึง 745 ราย ทำให้สามารถลดผลกระทบของความผิดพลาดได้น้อยลง

ตารางที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน (ด้านลักษณะการใช้งาน) โดยวิธี Tests of Between-Subjects Effects

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	13487826484.522[a]	102	132233592.986	1.810	.000	.324
Intercept	3516100317.402	1	3516100317.402	48.121	.000	.111
ระบบปฏิบัติงาน	204438017.957	2	102219008.978	1.399	.248	.007
ระยะเวลาเฉลี่ย	667477879.582	3	222492626.527	3.045	.029	.023
สถานที่ใช้	156110669.753	2	78055334.877	1.068	.345	.006
เครื่องมือที่ใช้	1839994733.799	2	919997366.899	12.591	.000	.061
ประเภทรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	1044213983.898	5	208842796.780	2.858	.015	.036
ระบบปฏิบัติงาน * ระยะเวลาเฉลี่ย * สถานที่ใช้ * เครื่องมือที่ใช้ * รับรู้ข้อมูลข่าวสาร	9356063930.203	88	106318908.298	1.455	.009	.249

Error	28204293809.445	386	73068118.677			
Total	56967019375.000	489				
Corrected Total	41692120293.967	488				

a. R Squared = .324 (Adjusted R Squared = .145)

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรอิสระ ระยะเวลาเฉลี่ย เครื่องมือที่ใช้ ประเภทรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อกลโกงในการทำธุรกรรมทางการเงินโดยมีค่า R Squared .324 สำหรับด้านความเสียหายทางเศรษฐกิจ ยกเว้นสถานที่

ตารางที่ 6การทดสอบความแปรปรวนร่วม (ด้านการรับรู้ในการทำธุรกรรม) โดยวิธี Levene's Test of Equality of Error Variances[a]

F	df1	df2	Sig.
1.651	79	409	.001

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + Totalรับประโยชน์ + Totalด้านปลอดภัย + Totalรับประโยชน์ * Totalด้านปลอดภัย

จากตารางที่ 6 พบว่าความแปรปรวนร่วมของตัวแปรอิสระ ด้านการรับรู้ในการทำธุรกรรม มีความแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อตกลงของการใช้สถิติ ANOVA อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลมากกว่าจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำ 400 ตัวอย่างโดยเก็บมากถึง 745 ราย ทำให้สามารถลดผลกระทบของความผิดพลาดได้น้อยลง

ตารางที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน (ด้านการรับรู้ในการทำธุรกรรม) โดยวิธี Tests of Between-Subjects Effects

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	9737527137.303[a]	79	123259837.181	1.578	.003	.234
Intercept	2798575190.418	1	2798575190.418	35.820	.000	.081
ด้านรับรู้ถึงประโยชน์	3322753271.008	12	276896105.917	3.544	.000	.094
ด้านความปลอดภัย	592440532.041	14	42317180.860	.542	.908	.018
Total รับประโยชน์ * Total ด้านปลอดภัย	3614384418.262	53	68195932.420	.873	.723	.102

Error	31954593156.664	409	78128589.625			
Total	56967019375.000	489				
Corrected Total	41692120293.967	488				

a. R Squared = .234 (Adjusted R Squared = .086)

จากตารางตารางที่ 7 พบว่า ตัวแปรอิสระด้านการรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลต่อกลโกงในการทำธุรกรรมทางการเงินโดยมีค่า R Squared .234 สำหรับด้านความเสียหายทางเศรษฐกิจ ยกเว้นด้านความปลอดภัย

การอภิปรายผล

จากการศึกษางานวิจัย พบว่าความเสียหายที่เคยได้รับจากการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต เช่น 1) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ คือ โอนเงิน/เติมเงิน ชำระค่าสินค้า ได้สะดวกขึ้น สามารถทำธุรกรรมการเงินได้ทุกที่ตลอดเวลา ทำธุรกรรมการเงินได้เร็วกว่าเดิม ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง/ไม่เสียเวลารอคิว/ไม่เสียค่าธรรมเนียม 2) ด้านความปลอดภัย คือ มีระบบให้ ใส่รหัสผ่านก่อนเข้าใช้งานทุกครั้ง มีการยืนยันตัวตนในการทำธุรกรรมครั้งแรก มีการเตือนทุกครั้งในการทำธุรกรรมออนไลน์ มีระบบความปลอดภัยที่ดี มีความสัมพันธ์และที่มีผลต่อความเสียหายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมการเงินของผู้ใช้บริการ ซึ่งจากผลของการวิจัย ดังกล่าว มีความสอดคล้องกบสมมติฐานที่กำหนดไว้โดยความสัมพันธ์และที่มีผลต่อปัจจัยที่นำสู่โอกาสเกิดความเสียหายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงิน

ความปลอดภัยมีผลต่อความเสียหายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต สอดคล้องงานวิจัยของ ปิยะ ฉัตร ทองนาค (2553) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ และสอดคล้องกับความคิดเห็นของธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ให้ความคิดเห็นในเรื่องของข้อควรระวังในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินไว้ว่า ควรตรวจสอบความถูกต้องของการธุรกรรมอย่างสม่ำเสมอ เช่น จำนวนเงิน วันที่ ทำรายการ เลขที่บัญชี และตรวจสอบยอดเงินในบัญชี เป็นต้น เพื่อป้องกันรายการผิดปกติที่อาจเกิดขึ้น การเพิ่มความระมัดระวังในเรื่องของการป้องกันการถูกหลอกลวง ไม่คลิกลิงก์ในอีเมลเพื่อการเข้าสู่หน้าเว็บไซต์ ให้ใช้วิธีพิมพ์ตำแหน่งเว็บไซต์ของบริษัทดังกล่าวด้วยตนเอง ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลยังรวมไปถึงสถานที่ นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการควรหลีกเลี่ยงการใช้บริการ Internet Banking จากคอมพิวเตอร์สาธารณะและ ผู้ใช้บริการควรใช้บริการ Internet Banking ผ่านทางคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือส่วนตัวเพื่อลดความเสี่ยงด้านสถานที่และการรั่วไหลของข้อมูลในการใช้บริการ

งานวิจัยนี้สามารถระบุปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการพร้อมทั้งได้ระบุถึงความสำคัญของแต่ละปัจจัยเป็นปัจจัยเชิงบวกที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างทำงานได้ถูกต้อง และ Application ใช้งานได้ง่าย รองลงมาเป็นปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยผลการวิจัยดังกล่าวเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์เชิงพาณิชย์

ข้อเสนอแนะ

นโยบายของภาครัฐ สามารถนำผลเกี่ยวกับการรับรู้ด้านรับรู้ประโยชน์ในเรื่องของการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต ข้อมูลการเงินข้อมูลในแต่ละด้านเกี่ยวกับการทำธุรกรรมและการรู้เท่าทันมิจฉาชีพเพื่อไม่ให้ถูกหลอกลวงทำให้เกิดความเสียหายที่เคยได้รับจากการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต รวมถึง ด้านความปลอดภัย เนื่องจากเป็นปัจจัย ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากรองมาจากปัจจัยด้านรับรู้ประโยชน์ ดังนั้นผู้ใช้บริการควรคำนึงถึงความปลอดภัยในเรื่องของการไม่เปิดเผย ข้อมูลการเงินให้กับผู้อื่นได้ทราบ และควรตรวจสอบความถูกต้องในการใช้บริการ Internet Banking ก่อนยืนยันการทำธุรกรรมทุกครั้ง เพื่อเป็นการป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับผู้ใช้งานมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระปุกดอทคอม. (2563). 13 กลโกงและอันตรายบนโลกออนไลน์ สืบค้นวันที่ 10 มกราคม 2563 จาก https://home.kapook.com/view123741.html

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). *แนวปฏิบัติที่ดีสาหรับการควบคุมความเสี่ยงของระบบงานเทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนธุรกิจหลัก (IT Best Practices).* สืบค้น 5 ตุลาคม 2562, จาก https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/PruReg_HB/RiskMgt_Manual/Documents/IT_BestPractices-PhaseII.pdf

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *3 อันดับภัยไซเบอร์ใกล้ตัวที่คนไทยถูกหลอกมากที่สุด*. สืบค้น 5 ตุลาคม 2562, จาก https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256203FinancialWisdom.aspx

ปิยะฉัตร ทองนาค. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการทางอินเตอร์เน็ตของผู้ใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์* (ปริญญาศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พรพงศ์ จงประสิทธิผล และสมคิด ทรัพย์แสง. (2553). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, *1*(2), 30-44.

พลอย เจริญสม. (2555) .*การฉ้อโกงทางอินเตอร์เน็ตและการระงับข้อพิพาททางออนไลน์.* สืบค้น 1 ตุลาคม 2562, จาก http://www.etda.or.th/etda_website/content/1446.html,

วอนชนก ไชยสุนทร. (2558). *การยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย* (รายงานการวิจัย). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. สืบค้น 1 ตุลาคม 2562, จาก file:///C:/Users/Administrator/Downloads/Fulltext%232_183673.pdf

สืบพงษ์ ปัทมโยธิน. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีออนไลน์ (E-Filing) สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs).* (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกลักษณ์ โสภาพันธ์. (2553). ความเสี่ยงด้านระบบข้อมูลสารสนเทศ. สืบค้น 1 ตุลาคม 2562, จาก http://www.gotoknow.Org/posts/338158

Karen T. D'Alonzo.(2019) The Johnson-Neyman Procedure as an Alternative to ANCOVA, Retrived on February 23,2020 ,https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3203541/.

Kwon, K., & Lee, J. (2003). Concerns about payment security of internet purchases: A perspective on current on-line shoppers. *Clothing and Textiles Research Journal, 21*(4), 174-184.

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสด ของไทยไปตลาดจีน

Analysis of the Export Competitiveness for Fresh Longans ,Durians and Mangosteens from Thailand to China Market

เมธาพร กิ่งสะกุน
Mataporn Kingsakun
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Master of Economics Program in Business Economics
University of the Thai Chamber of Commerce
ผศ.ดร.คมกริช ถาวรวันชัย
Asst.prof. Komgrich Thavornwanchai Ph.D.
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Business Economics University of the Thai Chamber of Commerce
อีเมล์ : jryoynana@yahoo.com

บทคัดย่อ

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าลำไย ทุเรียนและมังคุดสดเป็นอันดับ 1 ในตลาดจีน โดยมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกมากที่สุด เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งที่มีการส่งออกสินค้าตัวเดียวกัน โดยประเทศที่มีส่งออก เช่น เมียนมาร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ดังนั้น จึงได้ทำการศึกษาเพื่อ วิเคราะห์ความสามารถของการแข่งขันการส่งออกของไทยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งที่มีการส่งออกสินค้าลำไย ทุเรียน และมังคุดสดไปตลาดจีน ระหว่างปี 2556-2561

ผลการศึกษา พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ในทุกรายการสินค้าและทุกช่วงปี หรือมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกช่วงปีของการส่งออกไปตลาดจีน เมื่อทำการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น การส่งออกลำไยสด (HS Code : 08134010000KGM – Longans) ไทยมีความได้เปรียบกว่าประเทศเมียนมาร์ การส่งออกทุเรียนสด (HS Code : 08106000000KGM - Durians) ไทยมีความได้เปรียบกว่าประเทศมาเลเซีย และประเทศเวียดนาม รวมไปถึงการส่งออกมังคุดสด (HS Code : 08045030000KGM – Mangosteens) ไทยมีความได้เปรียบกว่าประเทศมาเลเซีย

ดังนั้น การส่งออกในทุกรายการสินค้าของไทยไปตลาดจีน ระหว่างปี 2556-2561 ไทยมีความสามารถในการแข่งขันและมีความได้เปรียบในการส่งออกสินค้า ลำไย ทุเรียน มังคุดไปตลาดจีน เพราะประเทศไทยมีศักยภาพด้านการผลิตและการส่งออก รวมไปถึงมาตรการการนำเข้าสินค้าของจีนที่ประเทศไทยได้รับการรับรองมาตรฐานการส่งออก

คำสำคัญ : ลำไย , ทุเรียน , มังคุด , การส่งออกไทย , ตลาดจีน , การวิเคราะห์ , ความสามารถในการแข่งขัน

Abstract

Thailand is a producer and exporter of longan products. Durian and fresh mangosteen are number 1 in the Chinese market with the highest volume and value of exports. When compared with competing countries that have exported the same product In which the exporting countries, such as Myanmar, Indonesia, Malaysia and Vietnam, therefore have studied to Analyze the competitiveness of Thai exports compared to competing countries. By using the comparative advantage index (RCA) of Thailand and the competitors that export longan, durian and fresh mangosteen to the Chinese market between 2013-2018

The results show that Thailand has comparative advantage. In every product list and every year or with RCA value greater than 1 during every year of exporting to the Chinese market When comparing with competitors, such as fresh longan exports (HS Code: 08134010000KGM - Longans), Thailand has an advantage over Myanmar. Exporting fresh durian (HS Code: 08106000000KGM - Durians) Thailand has an advantage over Malaysia. And Vietnam As well as exporting fresh mangosteen (HS Code: 08045030000KGM - Mangosteens). Thailand has an advantage over Malaysia.

Therefore, exports of all Thai products to the Chinese market between 2013-2018 Thailand has the ability to compete Because Thailand has production and export potential Including Chinese import measures that Thailand has been certified for export standards

Keywords : longans , Durians , Mangosteens , Thai export , Chinese market , The analysis , Competitive advantage

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมีการเพราะปลูกพืชทางการเกษตรหลายชนิดทั้งพืชไร่ พืชสวน อาทิ ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง ยางพารา กาแฟ สับปะรด ลำไย ทุเรียน มังคุด มันฝรั่ง กล้วยไม้ ปัจจุบันพบว่า ประเทศไทยนั้นมีพื้นที่ทางการเกษตรทั่วประเทศประมาณ 43% (138 ล้านไร่) และรายได้ของภาคเกษตรคิดเป็น 10% ของ GDP ประเทศ (สำนักเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2562). สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้มปี 2562.) โดยผลผลิตทางการเกษตรส่วนใหญ่ที่เพาะปลูกได้ จะนำมาเพื่อการบริโภคภายในประเทศ หรือทำการซื้อ-ขายภายในประเทศซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ให้กับเกษตรกรที่เพราะปลูก และสินค้าเกษตรบางรายการที่เป็นที่ต้องการของตลาดโลก ก็จะทำการส่งออกไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก สินค้าเกษตรที่ทำการส่งออก อาทิ ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา ยางพารา สับปะรด ลำไย ทุเรียน มังคุด เป็นต้น

ทั้งนี้ รูปแบบสินค้าที่ส่งออกมีทั้งไม่ผ่านการแปรรูป จนกระทั่งแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ และสินค้าเกษตรที่ผู้บริโภคจากทั่วโลกยอมรับมากที่สุดของประเทศไทย จะจัดอยู่กลุ่มผลไม้ไทย เช่น ลำไย ทุเรียน มังคุด โดยหลายประเทศทั่วโลก ต่างให้การยอมรับในรสชาติและคุณภาพและมีการนำเข้าเป็นจำนวนมาก หนึ่งในนั้น คือ ประเทศจีน โดยพบว่า การส่งออกสินค้าเกษตรโดยเฉพาะผลไม้ไทยไปในตลาดจีนต่อปี มีมูลค่าการส่งออกสูงมาก ประกอบกับนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนการส่งออกสินค้าไปยังตลาดจีน ส่งผลให้ต่อปีการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสด ไปตลาดจีนมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ปัจจุบันประเทศไทยสามารถส่งออกสินค้าเข้าไปในตลาดหลายมณฑลของประเทศจีน (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2562). สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (ทูตพาณิชย์จีน). สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2562, จาก http://www.ditp.go.th)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าพื้นที่การเพาะปลูกและผลผลิตลำไย ทุเรียน มังคุด ของประเทศไทยมีการขยายตัวและมีการเติบโตขึ้น แต่ทั้งนี้ เมื่อประเทศไทยเห็นโอกาสทางการตลาด ความต้องการบริโภค การนำเข้ายังมีต่อเนื่องในตลาดจีน ส่งผลต่อการแข่งขันก็สูงขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มประเทศที่สามารถผลิตสินค้าประเภทเดียวกันได้จึงทำให้หลายประเทศ พยายามผลักดันการส่งออกสินค้าดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่าของสินค้าเพื่อขยายส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศจีนมากขึ้น

จึงพบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าลำไย ทุเรียน มังคุด ที่มีการส่งออกไปในตลาดจีนมีการเติบโต ยังส่งผลให้มูลค่าโดยรวมของการส่งออกในแต่ละประเทศมีการขยายตัวไปตามการเติบโตของปริมาณและมูลค่าที่ส่งออกสินค้าดังกล่าวด้วย

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงมูลค่าการการส่งออกโดยรวมของแต่ละประเทศไทย มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย เมียนมาร์ ระหว่างปี 2556-2562 ที่ส่งสินค้าออกไปยังตลาดจีน

ประเทศ /ปี	ไทย	มาเลเซีย	เวียดนาม	อินโดนีเซีย	เมียนมาร์	โลก
	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่า (ล้านบาท)
2556	26,736,507,450	31,099,491,090	16,824,977,515	22,841,154,255	2,905,818,938	1,966,343,834,401
2557	24,434,900,691	27,482,795,207	20,120,167,529	16,984,652,419	15,439,475,305	1,922,774,757,490
2558	23,184,415,767	25,690,050,750	23,882,063,153	14,825,826,656	5,334,471,725	1,576,452,217,440
2559	24,125,760,028	24,187,833,488	27,646,906,392	17,453,202,505	3,484,906,227	1,542,932,628,541
2560	29,709,490,997	30,000,573,658	43,315,438,943	23,218,557,834	3,832,460,001	1,837,468,930,573
2561	29,631,785,558	34,587,634,933	53,760,202,322	26,926,081,062	3,778,998,057	2,112,061,609,914

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางที่ 2 แสดงมูลค่าของการส่งออกลำไยสด (HS Code : 08134010000KGM – Longans) ของไทย เวียดนาม เมียนมาร์ที่ส่งออกไปตลาดจีน ตั้งแต่ปี 2556-2561

ประเทศ	มูลค่า : ล้านบาท					
	2556	2557	2558	2559	2560	2561
1.ไทย	2,265,036,786	1,465,198,719	1,118,533,935	1,305,210,070	3,182,073,603	4,103,930,344
2.เวียดนาม					932,911	
3.เมียนมาร์	167,852,538	322,620,418	292,548,852	303,857,422	219,038,126	163,239,609
4.โลก	2,432,946,954	1,789,305,964	1,411,366,422	1,611,725,553	3,402,143,485	4,281,300,744

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางที่ 3 แสดงมูลค่าของการส่งออกทุเรียนสด (HS Code : 08106000000KGM - Durians) ของไทย เวียดนาม มาเลเซียที่ส่งออกไปตลาดจีน ตั้งแต่ปี 2556-2561

ประเทศ	มูลค่า : ล้านบาท					
	2556	2557	2558	2559	2560	2561
1.ไทย	15,925,275,544	18,883,533,853	19,661,033,838	23,912,958,507	18,883,778,715	36,134,201,225
2.เวียดนาม	-	-	-	-	13,452,714	-
3.มาเลเซีย	9,879	-	84,402	53,997	-	-
4.โลก	15,925,285,424	18,883,533,853	19,661,118,241	23,913,012,505	18,897,231,429	36,134,201,225

ที่มา : Global Trade Atlas

ตารางที่ 4 แสดงมูลค่าของการส่งออกมังคุดสด (HS Code : 08045030000KGM – Mangosteens) ของไทย มาเลเซีย อินโดนีเซียที่ส่งออกไปตลาดจีน ตั้งแต่ปี 2556-2561

ประเทศ	มูลค่า : ล้านบาท					
	2556	2557	2558	2559	2560	2561
1.ไทย	6,450,248,985	4,467,978,740	7,369,062,065	4,480,505,930	4,976,317,372	10,994,269,401
2.มาเลเซีย	384,904,271	410,355,925	669,773,323	669,099,464	20,384,023	381,408,275
3.อินโดนีเซีย	1,968,863	-	-	973,893	1,025,449	1,034,435,807
4.โลก	6,837,122,119	4,878,334,665	8,038,835,387	5,150,579,286	4,997,726,844	12,410,113,484

ที่มา : Global Trade Atlas

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสด ของประเทศไทยที่ส่งออกสินค้าไปยังตลาดจีน

2. เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสดของไทยไปยังตลาดจีน เทียบคู่แข่ง อาทิ มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย และเมียนมาร์

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมจากเอกสาร งานวิจัย บทความวิเคราะห์จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับข้อมูลด้านการผลิต การค้า ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน อาทิ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง ตลอดจนจากเว็บไซต์ต่างๆ

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลการนำเข้าส่งออก ลำไย ทุเรียน มังคุดสดไปยังตลาดจีน เพื่อรวบรวมข้อมูลในการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสดของประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA Index) โดยใช้ข้อมูลการค้าระหว่างของประเทศไทยไปตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน และการค้าระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียนที่สำคัญที่มีการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสดไปตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน อาทิ มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย และเมียนมาร์ ระหว่างปี พ.ศ. 2556-2561 เพื่อหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA Index)

2. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) เพื่อวิเคราะห์ถึงสถานการณ์การส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสดของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งสำคัญในกลุ่มประเทศอาเซียนที่ส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุด

อาทิ มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย และเมียนมาร์ ที่มีการส่งออกไปยังตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน รวมถึงแนวโน้มการส่งออกจะไปในทิศทางใด รวมถึงศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกด้วย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ของเบลา บาลาสซา (Bela Balassa 1965) มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันของไทยที่ทำการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดของไทยในตลาดจีน โดยทำการเปรียบเทียบกับคู่แข่งโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียนซึ่งมีการส่งออกสินค้าเดียวกัน เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม เมียนมาร์

$$RCA_{ijk} = (x_{ijk} / x_{ij}) / (x_{wjk} / x_{wj})$$

RCA_{ijk} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปประเทศ j

X_{ijk} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ j

X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศ j

X_{wjk} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลก (w) ไปยังประเทศ j

X_{wj} = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก (w) ไปยังประเทศ j

k = สินค้าส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสดที่พิจารณา

j = ประเทศที่ต้องการจะศึกษา คือ ประเทศจีน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปการศึกษาจากการใช้ดัชนีวัดค่าความได้เปรียบในแข่งขันการส่งออกสินค้าลำไย ทุเรียน มังคุดสดไปตลาดจีน โดยใช้ ดัชนีได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศไทยกับกลุ่มประเทศที่ผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มประเทศอาเซียน ได้แก่ มาเลเซีย เวียดนาม เมียนมาร์ และอินโดนีเซีย ที่ส่งออกสินค้าไปในตลาดจีน พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าทุกรายการ ไม่ว่าจะเป็นลำไย ทุเรียน และมังคุดสด โดยประเทศไทยมีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 ในทุกช่วงปี และยังมีค่า RCA เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีค่ามากสุดเมื่อเทียบ

กับคู่แข่ง และจากการศึกษายังพบว่า ค่า RCA ของประเทศคู่แข่งบางปีมีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสดไปในตลาดจีน ทั้งนี้ เพื่อรักษาความได้เปรียบได้การแข่งขันในการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสดของไทยไปตลาดจีน และครองการเป็นผู้ส่งออกอันดับ 1 ประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่าการส่งออกให้มีมูลค่าเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีทั้งปริมาณและมูลค่า

สำหรับผลการศึกษาและวิจัย พบว่า การส่งออกลำไยสด (HS Code : 08134010000KGM – Longans) ประเทศไทยมีความได้เปรียบเป็นอันดับ 1 รองลงมา คือ เมียนมาร์ เพื่อรักษาความได้เปรียบของการส่งออกทั้งปริมาณและมูลค่าการส่งออกยังต้องเพิ่มและรักษาคุณภาพของสินค้าไว้จะทำให้การส่งออกเพิ่มขึ้นได้ทั้งปริมาณและมูลค่าได้

ตารางที่ 5 แสดงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกลำไยสด (HS Code : 08134010000KGM – Longans) ของประเทศไทย มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย และเมียนมาร์ ไปตลาดจีน ในช่วงปี 2556 – 2561

ค่า RCA ของการส่งออกลำไยสด (HS Code : 08134010000KGM – Longans)					
ปี	ไทย	มาเลเซีย	เวียดนาม	อินโดนีเซีย	เมียนมาร์
2556	68.46954	0	0	0	46.68595
2557	64.43618	0	0	0	22.45449
2558	53.88824	0	0	0	61.25591
2559	51.79112	0	0	0	83.47081
2560	57.84727	0	0.011632	0	30.86807
2561	68.32396	0	0	0	21.30982

จากตารางที่ 5 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทย เมื่อเทียบกับคู่แข่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 – 2561 การส่งออกลำไยสดของประเทศไทย มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย เมียนมาร์ ไปยังตลาดจีน พบว่า ค่า RCA ของไทยมากกว่า 1 ในทุกช่วงของปี และมีค่า RCA มากสุดในปี 2556 มีค่า RCA อยู่ที่ 68.46954 และ 68.32396 ,64.43618 ตามลำดับ และมีค่า RCA น้อยที่สุดในปี 2559 มีค่า RCA อยู่ที่ 51.79112 ขณะที่ คู่แข่งรองลงมา คือ เมียนมาร์ มีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกช่วงของปี และมีค่า RCA มากสุดในปี 2559 อยู่ที่ 83.47081 และ 61.25591 ,46.68595 ตามลำดับ และมีค่า RCA น้อยที่สุดในปี 2561 อยู่ที่ 21.30982 ส่วนประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบในการส่งออกลำไยสดไปตลาดจีน คือ เวียดนาม มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกช่วงของปี 2556-2561 ส่วนประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซียไม่มีการส่งออกลำไยสดไปตลาดจีน

การส่งออกทุเรียนสด (HS Code : 08106000000KGM - Durians) พบว่า การส่งออกทุเรียนสดของไทยไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเป็นอันดับ 1 ขณะที่ การส่งออกทุเรียนสดของประเทศมาเลเซีย และประเทศเวียดนาม ไม่มีความได้เปรียบแต่เพื่อรักษาปริมาณและมูลค่าการส่งออก ประเทศไทยจำเป็นต้องรักษาคุณภาพและปริมาณการส่งออกอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 6 แสดงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกทุเรียนสด (HS Code : 08106000000KGM - Durians) ของประเทศไทย มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย และเมียนมาร์ ไปตลาดจีน ในช่วงปี 2556 – 2561

ค่า RCA ของการส่งออกทุเรียนสด (HS Code : 08106000000KGM - Durians)					
ปี	ไทย	มาเลเซีย	เวียดนาม	อินโดนีเซีย	เมียนมาร์
2556	73.54523092	3.92222	0	0	0
2557	78.68968987	0	0	0	0
2558	67.99591009	0.000263	0	0	0
2559	63.95359743	0.000144	0	0	0
2560	61.80384775	0	0.030199	0	0
2561	71.27689304	0	0	0	0

จากตารางที่ 6 การส่งออกทุเรียดสด ของไทย มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย เมียนมาร์ไปยังตลาดจีน ในปี 2556-2561 พบว่า การส่งออกทุเรียนสดของไทย มีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกช่วงของปี 2556-2561 โดยมีค่า RCA มากที่สุดในปี 2557 มีค่า RCA อยู่ที่ 78.68968987 และ 73.54523092 ,71.27689304 ตามลำดับ ส่วนปีที่มีค่า RCA น้อยที่สุดในปี 2560 มีค่า RCA อยู่ที่ 61.80384775 ส่วนมาเลเซีย มีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี 2556 เท่านั้น โดยมีค่า RCA อยู่ที่ 3.92222 และจากช่วงปี 2557-2561 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ปีที่มีค่า RCA น้อยที่สุด คือปี 2559 มีค่า RCA อยู่ที่ 0.000144 และปีที่ไม่มีค่า RCA พบว่าไม่มการส่งออก ส่วนเวียดนาม มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกช่วงของปี 2556-2561 โดยปีที่มีค่า RCA คือปี 2560 มีค่า RCA อยู่ที่ 0.030199 ส่วนปีอื่นๆไม่มีการส่งออก

นอกจากกนี้ ยังพบว่า การส่งออกทุเรียนสดของไทย ในช่วงปี 2556-2561 อาจจะมีค่า RCA ปรับตัวลดลงบ้างในช่วงปี 2558-2560 โดยค่า RCA อยู่ที่ 67.99591009 , 63.95359743 และ 61.80384775 ตามลำดับ และปรับเพิ่มขึ้นในปี 2561 โดยมีค่า RCA อยู่ที่ 71.27689304 ขณะที่ ค่า RCA ในการส่งออกทุเรียนสดของประเทศมาเลเซีย ในปี 2556 มีค่า RCA อยู่ที่ 3.92222 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 แต่หลังจากช่วงปี 2557 ประเทศมาเลเซียมีค่า RCA น้อยกว่า 1 โดยเป็นผลมาจากบางช่วงเวลาของการส่งออกทุเรียนของมาเลเซียไม่มีการส่งออกทุเรียนสดไปจีน ส่วนเมียนมาร์และอินโดนีเซียไม่มีการส่งออกทุเรียน

การส่งออกมังคุดสด (HS Code : 08045030000KGM – Mangosteens) พบว่า การส่งออกมังคุดสดของประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเป็นอันดับ 1 รองลงมา คือ มาเลเซีย ส่วนการส่งออกมังคุดสดของอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยมากเมื่อเทียบกับคู่แข่ง อย่างไรก็ตาม มาเลเซียยังมีค่าความได้เปรียบสูงกว่า 1 ทั้งนี้ เพื่อสร้างความได้เปรียบอยู่ประเทศไทยจำเป็นต้องรักษาปริมาณและมูลค่าการส่งออกในตลาดจีนไว้

ตารางที่ 7 แสดงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกมังคุดสด (HS Code : 08045030000KGM – Mangosteens) ของประเทศไทย มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย และเมียนมาร์ ไปตลาดจีน ในช่วงปี 2556 – 2561

ค่า RCA ของการส่งออกมังคุดสด (HS Code : 08045030000KGM – Mangosteens)					
ปี	ไทย	มาเลเซีย	เวียดนาม	อินโดนีเซีย	เมียนมาร์
2556	69.38378	3.559472	0	0.02479	0
2557	72.07047	5.885138	0	0	0
2558	62.33095	5.112703	0	0	0
2559	55.63357	8.286757	0	0.016716	0
2560	61.58293	0.249809	0	0.016238	0
2561	63.14506	1.876723	0	6.538246	0

จากตารางที่ 7 การส่งออกมังคุดสด ของไทย มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย เมียนมาร์ไปยังตลาดจีน ในปี 2556-2561 พบว่า การส่งออกมังคุดสดของไทย มีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกช่วงของปี 2556-2561 มีค่า RCA มากกว่า 1 แต่ค่า RCA ก็มีการปรับตัวขึ้น-ลงบ้าง จาก 69.38378 , 72.07047 , 62.33095 , 55.63357, 61.58293 , 63.14506 ตามลำดับ ค่า RCA มากสุดอยู่ที่ปี 2557 อยู่ที่ 72.07047 ขณะที่ มาเลเซีย มีค่า RCA มากกว่า 1 ในช่วงปี 2556-2559 อยู่ที่ 3.559472 , 5.885138 , 5.112703, 8.286757 และในปี 2561 มีค่า RCA มากกว่า 1 อยู่ที่ 1.876723 ส่วนในปี 2560 การส่งออกมังคุดสดของมาเลเซีย มีค่า RCA น้อยกว่า 1 อยู่ที่ 0.249809 โดยค่า RCA มีการปรับขึ้นลง ขณะที่ การส่งออกมังคุดสดของมาเลเซียในช่วงปี 2560 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 เท่านั้น ขณะที่การส่งออกมังคุดสดของอินโดนีเซีย มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในช่วงปี 2556-2560 ขณะที่การส่งออกมังคุดของอินโดนีเซียในช่วงปี 2561 มีค่า RCA มากกว่า 1 อยู่ที่ 6.538246 ส่วนเวียดนามและเมียนมาร์ ไม่พบว่ามีการส่งออกมังคุดสดไปตลาดจีน

อย่างไรก็ตาม การวัดค่าดัชนีโดยรวมของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออก ลำไย ทุเรียน มังคุดสดของประเทศไทยไปตลาดจีน ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกช่วงปี 2556-2561 ซึ่งหมายความว่าประเทศไทย มีความได้เปรียบในการส่งออกสินค้าทั้ง 3 รายการ ขณะที่ ประเทศที่ส่งออกสินค้าตัวเดียวก็มีมูลค่าการส่งออกสูงมีผลให้มีค่า RCA มากกว่า 1 โดยมีปรับขึ้น-ลงบ้างในบางปี

ดังนั้น เพื่อยังคงรักษาปริมาณและมูลค่า ความได้เปรียบในการส่งออกสินค้าลำไย ทุเรียน และมังคุดสดของประเทศไทยไปตลาดจีน ประเทศไทยยังจำเป็นต้องรักษาการส่งออกให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

1. ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตซึ่งอาจจะส่งเสริมให้เกษตรกรรวมตัวกัน เพื่อลดต้นทุนด้านการเพาะปลูก ปุ๋ย เพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิต โดยอาจตั้งเป้าหมายการส่งออก

2. สนับสนุนและส่งเสริมการวิจัยด้านการผลิตลำไย ทุเรียน มังคุด โดยการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมเข้ามาปรับใช้ ในการพัฒนาพันธุ์ให้มีความหลากหลาย

3. การพัฒนารูปแบบ แพกเกจจิ้งหรือบรรจุภัณฑ์ ในการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสด เพื่อให้เกิดความแตกต่าง หรือบ่งชี้ว่าสินค้านี้มีคุณภาพและมาจากประเทศไทย

4. สนับสนุนและพัฒนาด้านการตลาด โดยสร้างการเชื่อมโยงตลาดและสินค้าลำไย ทุเรียน มังคุดสดของไทยในตลาดจีน เปิดการเจรจา จับคู่ธุรกิจระหว่างเกษตรกร ผู้ซื้อของจีนโดยตรงเพื่อขยายช่องทางตลาด

5. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะนโยบายของภาครัฐซึ่งมีส่วนสำคัญ จำเป็นต้องส่งเสริมและสนับสนุนผู้ส่งออกอย่างจริงจัง

พร้อมกันนี้ ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการติดตามกฎระเบียบ ขั้นตอนการส่งออกของต่างประเทศ รวมไปถึงยุทธศาสตร์ นโยบายการผลักดันการส่งออกของประเทศคู่แข่ง เพื่อสร้างความได้เปรียบได้ในการแข่งขัน ปัจจุบันจะพบว่า เวียดนาม มาเลเซีย มีนโยบายในการส่งเสริมการเพาะปลูกทุเรียน ดังนั้น ปริมาณ มูลค่าการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสดของประเทศไทยไปตลาดจีนนั้นอาจจะลดลงได้ อย่างไรก็ดี สิ่งสำคัญที่จะทำให้ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทยยังคงเติบโต การสนับสนุน ส่งเสริมจากภาครัฐ ทั้งด้านการตลาดการส่งเสริมการเพาะปลูก ขยายพันธุ์ เป็นสิ่งสำคัญเพื่อยังคงรักษาความได้เปรียบอยู่

เอกสารอ้างอิง

จักรี เตจ๊ะวารี , ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์ , กันต์สินี กันทะวงศ์วาร และวรินธร ชัยวิวัธน์, 2553, การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันในตลาดผลไมไทย – จีน. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2562, จาก https : // www.econ.cmu.ac.th/

ฐะปะนี มะลิซ้อน (2539). ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความสามารถในการแข่งขันส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย.

สายฝน ตระกลสุทรัพย์ (2543). ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกข้าวของประเทศไทยในปี 2529-2539.

ณัทธร กลิบุตร (2544). ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยในตลาดส่งออกที่สาคัญคือ ประเทศฮ่องกง กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป และประเทศเกาหลีใต้.

ภาณุ วสุนธราภิวัฒก์ (2545). ได้ศึกษาเกี่ยวกับ สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต การส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทย.

คมสันต์ สิทธิชัย (2546). ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและส่วนแบ่งการตลาดน้ำสับปะรดของประเทศไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญ.

ทรงสุดา ยนต์นิยม (2548). ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของผักและผลไม้ส่งออกของไทยในตลาดที่สำคัญ.

พนิตนาฎ ยวงศิริ (2553). ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การเปรียบเทียบศักยภาพการส่งออกข้าวของไทย และเวียดนาม.

เสาวนีย์ รอดอยู่ (2559). ได้ศึกษาเกี่ยวกับ วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกมังคุดไทยไปตลาดจีน.

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตรสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้มปี 2562.

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. ข้อมูลการส่งออกลำไย ทุเรียน มังคุดสดของไทย. (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2562, จาก https : // ditp.go.th/

กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง. ข้อมูลพิกัดศุลกากรสินค้าลำไย ทุเรียน มังคุดสดของประเทศไทย. (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2562, จาก http://itd.customs.go.th/

การศึกษาความเป็นได้ในการลงทุนธุรกิจชัยวัฒน์เกสต์เฮาส์

Investment feasibility Study of Chaiwat Guesthouse

อติญา โอฬารรัตนพันธ์
Atiya Olanratanaphan
สาขา เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Program in Business economic
Faculty of Economic University of Thai Chamber of Commerce
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมกริช ถาวรวันชัย
Assistant Professor Dr. Komgrich Thavonwanchai
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Faculty of Economic University of Thai Chamber of Commerce
E-mail : atiya1234@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจชัยวัฒน์เกสต์เฮาส์ โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาสภาพอุปสงค์ของที่พักอาศัยประเภทเกสต์เฮาส์ ในพื้นที่ท่าเตียน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาสภาพความเป็นไปได้ในด้านการตลาด วิเคราะห์สภาพปัจจุบันของอุปสงค์และอุปทานในพื้นที่ ท่าเตียน และศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและแผนการขายของคู่แข่งในพื้นที่ 3. เพื่อศึกษาสภาพความเป็นไปได้ในด้านการเงิน โดยการจัดทำในรูปแบบการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนการลงทุน อาทิ

- อัตราผลตอบแทนของโครงการเทียบกับต้นทุนเงินลงทุนที่ใช้ไปทั้งหมดในการ พัฒนาโครงการ
- การวิเคราะห์ความเสี่ยงและความอ่อนไหวต่อสถานการณ์ต่าง ๆ

งานวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างและประชากร ประชากร มาจากการสัมภาษณ์ผู้ศึกษาได้มีการสำรวจและการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้จัดการ และผู้ช่วยผู้จัดการ รวมทั้งหมด 3 ท่าน จากการที่ได้สัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้ อัตราในการจองห้องพักค่อนข้างสูง โดยปกตินักท่องเที่ยวที่จะมาเข้ามาพัก จะจองห้องพักผ่านช่องทางออน์ไลน์ เช่น Booking.com , Agoda.com และ ทางแถบนี้มีการสร้างเป็นโรงแรมเพิ่มขึ้นอีกประมาณ10% ที่เพิ่มน้อย เนื่องจาก ข้อกฎหมาย และข้อบังคับของทางแถบท่าเตียนที่ไม่ค่อยเอื้อให้ทำโรงแรม แต่อย่างไรก็ตาม ความต้องการของลูกค้าก็ยังมีมากขึ้น ส่วนห้องพักมีไม่เพียงพอกับความต้องการ หรือ จำนวนห้องพักมีจำนวนน้อยกว่าความต้องการของลูกค้า

โดยรูปแบบของอาคารที่ทางโครงการนำมาดำเนินการ เป็นอาคาร 1 คูหา 3 ชั้นครึ่ง สถานที่ตั้ง ตั้งอยู่บริเวณ ซอยปานสุข ถนนมหาราช เขตพระนคร เดิมอาคารเป็นอาคารไม้ และเป็นอาคารที่ปล่อยว่าง โดยโครงการยังใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว อาทิ วัดโพธิ์ วัดพระแก้ว หรือ พระบรมหาราชวัง โดยโครงการนี้เป็น มี

ทั้งหมด 6 ห้อง ชั้นที่1 มี 1 ห้อง ชั้นที่2 และชั้นที่ 3 มี ชั้นละ 2 ห้องและชั้นสุดท้ายมี 1 ห้อง

ผลการศึกษาพบว่า ในด้านการตลาด กลุ่มเป้าหมายในแถบท่าเตียน สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มคือ 1. กลุ่มนักท่องเที่ยว 1-2 คน และ กลุ่มที่2 จะเป็นครอบครัว โดยรูปแบบการจองห้องพักของท่าเตียน สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบทางออนไลน์ และ รูปแบบที่2 คือ รูปแบบที่เข้ามาจองเอง

โรงแรมในแถบนี้มีโรงแรมทั้งหมด 12 โรงแรม 1 เกสต์เฮาส์ และ 2 โฮทเทล แต่มีโรงแรมที่อยู่ใกล้เคียงกับโครงการทั้งหมด 7 โรงแรม และราคาห้องพักจะมีราคาประมาณ 1,000-20,000 บาท ต่อห้อง โดยโครงการนี้ มีการกำหนดราคา ต่อ 1 ห้อง คือ 890 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ถูกที่สุดในตลาด

ในด้านการเงิน โครงการมีการลงทุน 1,031,466 บาท โดยโครงการมีระเวลาในการปรับปรุงโครงสร้าง 1 ปี โดยสัดส่วนในการกู้เงินจากธนาคาร 100% มีระยะเวลากู้ยืม 10 ปี อัตราดอกเบี้ย 6.87% (MRR+3) โดยโครงการมีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) 2,387,793 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (B/C Ratio) 1.32 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) 88% ระยะเวลาปรับค่าเวลา (DPB) 6ปี 5เดือน 15วัน

ในกรณีวิเคราะห์ความอ่อนไหว จะพบว่าโครงการมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนและผลตอบแทนค่อนข้างน้อย แสดงให้เห็นว่าโครงการมีความเสี่ยงต่ำ จึงเหมาะสมต่อการลงทุนคำ

Abstract

Investment feasibility study of Chaiwat Guesthouse, which objective of Independent Study 1. To study the demand conditions of Guesthouse accommodation in the Tha Tian area Pha Nakhon district 2. To study marketing conditions Analysis, the current conditions of supply and demand in the Tha Tian area. 3. To study the financial feasibility By preparing in the form of analysis of returns on investment such as

- The rate of return of the Project compared to the total investment cost used in the project development.
- Analysis of risks and sensitivity to various situations.

The research is a qualitative research. In which the sample and the population come from interviews. The researcher surveyed and collected data from interviews with entrepreneurs, managers, and assistant managers in total of 3 people. Can be summarized as follows the rate of booking a room is quite high. Normally, tourists who come to stay will book rooms via online channels such as Booking.com, Agoda.com, and this area has been built as an additional 10% as a hotel due to the laws and regulations of the Tha Tian region that is not very conducive to doing hotel Nevertheless the needs of customers are also increasing. There are not enough rooms to meet the needs or the number of rooms is less than the needs of

customers.

The building style is a combination building style old and new style. Building 1 unit 3 floors half, which located in Pansuk soi, Maharat road, Pha Nakhon district. Formerly, the building is wood building and a building that was left vacant. In addition to, the project is also close to tourist attractions such as Wat Pho, The Grand Palace.

In term of design, the project is commercial building there are 6 rooms, the first floor has rent room 1 room, the second and third floor has rent room 2 room and the last floor has rent room 1 room.

In term of marketing, the target group in Tha Tian area can be 2 group, the first is traveler group 1-2 people and the second is family group. Booking form can be divided into 2 forms, which are the first is by online form and the second is booking directly to the guesthouse or hotel. The Hotel in Tha Tian area has 15 hotel, 1 guesthouse and 2 hostels. There are 7 hotels that close to our project and the price per room in this area price about 1,000-20,000 baht. The our project has a set price per1 room is 890 baht, Which price is the cheapest price in market.

In term of financial, the project has investment is 1,031,466 Baht. The project has the duration of the project renovation is 1 year. With a loan term of 10 years. Interest rate is 6.87%(MRR+3). The Project has Net Present Value (NPV) 2,387,793, Benefit Cost Ratio(B/C Ratio) 1.32 Internal Rate of Return(IRR) 76% Discount payback period (DPB) 6years 5 months 15 day.

In case Sensitivity Analysis found that the project is sensitive to cost in changes and the relatively little return indicated has low risk therefore suitable for investment.

บทนำ

ในประเทศไทยมีพื้นที่ที่เป็นเป้าหมายในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ อยู่หลายแห่ง เช่น กรุงเทพมหานคร สุพรรณบุรี เชียงใหม่ พังงา ภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี พัทยา เป็นต้น ซึ่งกรุงเทพมหานครได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเป็นสุดยอดเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอันดับ 1 ของโลก จากการจัดอันดับของมาสเตอร์การ์ด 3 ปีซ้อน ซึ่งเป็นผู้จัดอันดับการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมระดับโลก

โดยในปัจจุบันธุรกิจประเภทโรงแรม มีการขยายตัวมาก โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่มีขนาดเล็กที่เกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการพึ่งพาจากการท่องเที่ยวมาเป็นหลักทั้งชาวไทยและต่างชาติ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงตำแหน่งที่ตั้งของโรงแรมเป็นหลักที่จะต้องใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นที่ท่องเทียวทางวัฒนธรรมหรือแหล่งร่วมสมัย ความสะดวกในการเดินทาง การให้บริการ นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงภาพรวมของประเทศที่มีความมั่นคงและปลอดภัยในการท่องเที่ยวอีกด้วย ดังนั้นการเลือกพื้นที่ในการตั้งโรงแรมหรือกิจการที่ให้บริการห้องพักนั้นจึงสำคัญอย่างมาก เช่น การเลือกสถานที่ๆ ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวหลักของกรุงเทพมหานคร เช่น วัดพระแก้ว วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม(วัดโพธิ์) วัดอรุณ เป็นต้น รวมถึงการเลือกทำเลที่ตั้งที่ใกล้กับขนส่งสาธารณะหลักที่สะดวกในการใช้งาน เช่น รถไฟฟ้า BTS หรือ MRT รถประจำทาง และเรือโดยสาร เป็นต้น รวมถึงแหล่งที่ใกล้กับร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น ซึ่งการเลือกทำเลที่ตั้งที่ได้เปรียบในการแข่งขันก็จะทำให้ง่ายต่อการดำเนินกิจการต่อไป

โดยบริเวณที่โครงการต้องการที่จะทำการศึกษาจึงอยู่ในบริเวณดังกล่าวที่กล่าวมานั้น คือ บริเวณท่าเตียน ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่ที่อยู่บริเวณ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยบริเวณดังกล่าวเป็นจุดที่อยู่ใกล้ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร คือ วัดพระแก้ว วัดโพธิ์ วัดอรุณ เยาวราช ปากคลองตลาด เป็นต้น และมีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก มีรถไฟฟ้า MRT ตัดผ่านที่สถานีสนามไชย มีรถโดยสารประจำทางผ่านเป็นจำนวนมาก มีเรือโดยสารทั้งประจำทางและข้ามฝากให้บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ในบริเวณดังกล่าวก็ยังมีร้านอาหารมากมายให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการ ดังนั้นโครงการจึงต้องการที่จะศึกษาทางด้าน ความคุ้มค่าในการลงทุนทำกิจการห้องพัก และอุปสงค์ของผู้เข้าพัก และอุปทาน ต่อบริเวณดังกล่าวว่าเหมาะสมในการลงทุนหรือไม่ รวมถึงศึกษาปัจจัย ความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อการใช้บริการด้วย

วัตถุประสงค์ของวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพอุปสงค์ของที่พักอาศัยประเภทเกสต์เฮ้าท์ ในพื้นที่ท่าเตียน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาวิเคราะห์ความเหมาะสมในการพัฒนาโครงการในรูปแบบตรงกับความต้องการและเหมาะกับสภาพพื้นที่
2. เพื่อศึกษาสภาพความเป็นไปได้ในด้านการตลาด วิเคราะห์สภาพปัจจุบันของอุปสงค์และอุปทานในพื้นที่ท่าเตียน และศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและแผนการขายของคู่แข่งในพื้นที่
3. เพื่อศึกษาสภาพความเป็นไปได้ในด้านการเงิน โดยการจัดทำในรูปแบบการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนการ

ลงทุน อาทิ

- อัตราผลตอบแทนของโครงการเทียบกับต้นทุนเงินลงทุนที่ใช้ไปทั้งหมดในการ พัฒนาโครงการ
- การวิเคราะห์ความเสี่ยงและความอ่อนไหวต่อสถานการณ์ต่าง ๆ

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาความเป็นได้ในการลงทุนธุรกิจชัยวัฒน์เกสต์เฮาส์ เป็นการใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการใช้การสัมภาษณ์ และการเก็บรวมรวมข้อมูลจากแหล่งที่มาต่างๆ ที่มีความน่าเชื่อถือ

ข้อสมมติของการวิเคราะห์

1. อายุของโครงการ 10 ปี
2. ในการวิเคราะห์หามูลค่าปัจจุบันทางการเงิน ใช้อัตราคิดลด 9.87%
3. การคำนวณค่าเสื่อมราคาใช้วิธีเส้นตรง
4. รายรับของโครงการเป็นไปตามอัตราการเข้าที่กำหนดคือ ปีที่1 เท่ากับ 40%
   ปีที่2- ปีที่6 เท่ากับ 70% และปีที่7-ปีที่10 เท่ากับ 95%

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูล

1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ใช้ในการสำรวจเก็บและ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยมีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม The Royal Thatein Village จำนวน 1 ท่านสัมภาษณ์ผู้จัดการธุรกิจโรงแรม GHEE GELATO HOUSE จำนวน 1 ท่าน สัมภาษณ์ผู้ช่วยผู้จัดการเกสต์เฮาส์ Elefin จำนวน 1 ท่าน

2 ข้อมูลทุติยภูมิ เก็บข้อมูลจากการจากการรวบรวมสถิติคนต่างประเทศ และคนไทยที่เข้ามาเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จากกระทรวงการการท่องเที่ยว และกฎหมายผังเมือง

สรุปและอภิปรายผลงานวิจัย

ผลการศึกษา

หากเรามาดูจำนวนนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมของกรุงเทพมหานคร ทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศที่เข้ามาจะมีข้อมูลดังตารางที่ 1 ดังนี้

Tourist	2018	2017	2016	2015	2014
Thai	25,581,323	24,516,872	23,041,068	21,696,700	20,065,603
Foreigners	22,437,872	21,085,550	19,411,824	19,586,811	17,031,723

Excursionist	2018	2017	2016	2015	2014
Thai	16,101,640	16,604,999	15,465,990	13,948,981	12,764,670
Foreigners	1,413,446	1,368,316	1,277,449	1,283,105	1,110,776

ตารางที่1 นักท่องเที่ยวไทย-ชาวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ย้อนหลัง 5 ปี

จากข้อมูลจะพบว่า อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย จากค่านิยมในการท่องเที่ยวที่มีมากขึ้นรวมถึง จากทางภาครัฐให้ความสนับสนุนให้คนไทยเที่ยวในประเทศ และชาวต่างชาติก็มีความนิยมในการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีการพักและไม่พักค้างคืนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเพื่อเข้ามาท่องเที่ยวที่เหมาะสม ทั้งแหล่งท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม รวมถึงอัธยาศัยของคนไทยที่เป็นมิตร

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

จากที่ได้ลงสำรวจ และ สัมภาษณ์เจ้าของกิจการและผู้บริหารพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก จะอยู่ในรูปแบบ 2 รูปแบบ 1. แบบครอบครัว และ 2 แบบมากัน1 - 2 คน ถึงร้อยละ 90 และมาจากรูปแบบอื่นๆ อีกประมาณร้อยละ 10

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในแถบนี้ จะยึดการให้บริการโดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นหลัก เนื่องจากส่วนหนึ่งที่ทำให้โรงแรมมีอัตราการจองเต็มตลอดทุก ๆวัน มาจากการเน้นคุณภาพในการบริการทั้งเรื่องความปลอดภัย การบริการที่เป็นมิตรกับลูกค้า และการทำการขายห้องผ่านทางช่องทางออนไลน์เป็นหลัก โดยมีการทำโปรโมชั่นเป็นระยะๆ ตามกิจกรรมของช่องทางการขายออนไลน์ โดยไม่เน้นการทำสงครามราคากัน เนื่องจากมีอุปสงค์มากกว่าอุปทานอยู่แล้วในช่วง High Season ณ ปัจจุบันนี้ ห้องพักในบางเดือนยังไม่พอกับความต้องการ เนื่องมาจาก ลูกค้ามีความต้องการพักมาก จึงมีการปรับเพิ่มห้องพัก โดยการเช่าอาคารเพิ่มเพื่อที่จะสร้างโรงแรมเพิ่ม ร้านค้าในแถบนี้มักจะให้เช่า มากกว่าการขายอาคาร สาเหตุมาจาก อาคารในแถบนี้ ราคาซื้อขายอาคารประมาณ 20 ล้านขึ้นไป และค่าเช่า ประมาณ 50,000 – 300,000 บาท ตามแต่ทำเลที่ตั้ง

เดือน (ปี2562)	จำนวนห้องทั้งหมด	โรงแรม (จอง)	เกสต์เฮาส์ (จอง)	โฮสเทล (จอง)	รวม	คิดเป็น%
กันยายน	3780	816	150	170	1136	30.053
ตุลาคม	3906	1552	155	150	1857	47.542
พฤศจิกายน	3780	2762	142	243	3147	83.254
ธันวาคม	3906	2806	149	291	3246	83.103
รวมทั้งหมด	15372	7936	596	854	8790	57.182

ตารางที่ 2 ตารางแสดงยอดห้องพัก ในเดือน กันยายน - เดือนธันวาคม ปี 2562 ผ่านช่องทางออนไลน์ ในบริเวณท่าเตียน

โดยสภาพอุปสงค์และอุปทาน ของที่พักอาศัยประเภทเกสต์เฮาส์และโรงแรมขนาดเล็ก ในพื้นที่ท่าเตียน ซึ่งปัจจุบันการเดินทางมาทางแถบท่าเตียนนี้ค่อนข้างง่าย เนื่องจาก มีการคมนาคมที่สะดวก และรวดเร็ว จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเดินทางมาแบบBackpack ได้ง่าย นักท่องเที่ยวจะใช้การ ค้นทางทางอินเตอร์เน็ต โดยการใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ เป็นหลัก จากตารางแสดงข้อมูลการจองห้องพักในช่วงเดือนกันยายน ถึง ธันวาคม ในบริเวณใกล้เคียงของโครงการที่มีการสำรวจนั้น พบว่าจากช่องทางออนไลน์ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการจองเข้าพัก ในช่วงเดือนกันยายนที่เป็นช่วง Low Season มีการจองเข้าพักอยู่ที่ประมาณร้อยละ 30 และในช่วง High Season เดือนพฤศจิกายน ถึง ธันวาคม จะมีการจองอยู่ที่ประมาณร้อยละ 80

จากข้อมูลดังกล่าวจึงสรุปได้ว่า ธุรกิจการให้บริการห้องพักในบริเวณนี้ยังสามารถเติบโตได้อีกมาก เนื่องจาก การจัดการในการให้บริการห้องพักนั้นไม่สามารถที่จะให้บริการได้ถึงเต็มร้อยเปอร์เซ็นต์ เนื่องจากปัญหาในด้านการจัดการห้องพักในการเข้าออกและระยะเวลาในการเข้าพักของผู้ใช้บริการที่อาจจะไม่ตรงกับห้องพักที่พร้อมให้บริการอยู่นั้น ดังนั้นการที่มีการจองเข้าพักถึงกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนห้องที่มีการบริการอยู่ แสดงว่ามียังมีความต้องการในการเข้าพักหรืออุปสงค์ ที่เหลืออยู่อย่างแน่นอน

ภาพรวมของโรงแรม เกสต์เฮาส์ และ Hostel จะค่อนข้างเต็มในทุก ๆโรงแรม ในช่วงปลายปี เนื่องจากในประเทศโซนยุโรป จะเป็นช่วงฤดูหนาว และช่วงถ้าเป็นช่วงสงกรานต์ หรือ Golden Week ของจีน นักท่องเที่ยวจะเข้ามาจองโรงแรมเยอะมากกว่า ช่วง Low Season โรงแรมมีทั้งหมด 15 โรงแรม และมีห้องพักรวมทั้งหมด 126 ห้อง ต่อ 1 คืน แบ่งเป็น 1 เกสต์เฮาส์ 2 โฮสเทล และ 12 โรงแรม

	ปี2558	ปี2559	ปี2560	ปี2561	ปี2562
จำนวนโรงแรม	9	10	11	13	15
จำนวนห้องพัก	84	106	110	119	126

ตารางที่ 3 ตารางแสดงจำนวนห้องพักทั้งหมด ในท่าเตียน

นับจากปี 2558 เป็นต้นมาพบว่าจะมีโรงแรมเกิดใหม่เพิ่มขึ้นในทุกปี แต่จะไม่เพิ่มมากนัก เนื่องมาจากค่าเช่าอาคาร จำนวนพื้นที่ที่มีอยู่ และคนที่จะเข้ามาทำอาจจะเข้ามายากถ้าไม่รู้จักเจ้าของพื้นที่ แต่อย่างไรก็ตาม อาจจะมีเจ้าของธุรกิจอื่น หันมาทำโรงแรมเพิ่มขึ้น

จากการศึกษาจึงพบว่า เหมาะสมที่ทำเกสต์เฮาส์ได้ เนื่องจากอุปสงค์ในการเข้าพัก ในบริเวณท่าเตียนยังมีมากกว่าอุปทาน ที่ตอบสนองความต้องการอยู่มาก เนื่องจากเป็นทำเล ที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวและมีการคมนาคมที่สะดวก

การวิเคราะห์ด้านการเงิน

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน โดยใช้อัตราคิดลด 9.87% และภายใต้สมมติฐานว่าอัตราการจองห้องพักในปีเริ่มต้นโครงการจะเท่ากับ 30% ในปีที่ 2-4 อัตราการจองห้องพักเป็น 80% และอัตราการจองห้องพักในปีที่ 5 – 10 คิดเป็น 95% กรณีที่เป็นไปได้ตามการคาดการณ์ (Base Case)

จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน ได้ผลสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน โดยมีผลตอบแทนอยู่ในเกณฑ์สูงดังรายละเอียดต่อไปนี้

NPV = 2,387,793 บาท

B/C Ratio = 1.32

IRR = 88%

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ที่ 6 ปี เดือน 5 เดือน

และเพื่อให้การวิเคราะห์มีความสมบูรณ์มากขึ้นจึงได้วิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการในกรณีที่ผลตอบแทนและต้นทุนไม่เป็นไปตามที่ประมาณการ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 15 กรณี (ไม่รวมกรณี Base Case) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity)

Sensitivity	Benefit					
Cost			0%	-10%	-15%	-20%
	0%	NPV	2,387,793	1,603,238	5,457,756	426,405
	0%	IRR	88%	56%	42%	16%
	10%	NPV	1,842,017	379,432	25,767	-119,370
	10%	IRR	58%	33%	22%	N.A.
	15%	NPV	1,569,129	784,574	392,297	-392,258
	15%	IRR	47%	24%	13%	N.A.
	20%	NPV	1,296,241	511,686	119,409	0
	20%	IRR	37%	16%	4%	N.A.

ตารางที่4 ตารางการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการพบว่า ในกรณีต่อไปนี้เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนและผลตอบแทนที่ไม่เป็นไปตามประมาณการแล้วจะมีผลทำให้ค่า NPV มีค่าติดลบ นั่นคือกรณีต่อไปนี้ ที่ไม่เหมาะสมในการลงทุน

1. กรณีที่ต้นทุนเพิ่มขึ้น 10% ขณะที่ผลตอบแทนลดลง 20%
2. กรณีที่ต้นทุนเพิ่มขึ้น 15% ขณะที่ผลตอบแทนลดลง 20%
3. กรณีที่ต้นทุนเพิ่มขึ้น 20% ขณะที่ผลตอบแทนลดลง 20%

นอกจากนั้นจะพบว่ามีค่า NPV เป็นบวกทั้งหมด เหมาะสมในการลงทุน

จากการพิจารณาความอ่อนไหวของโครงการจะเห็นได้ว่าโครงการนี้มีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงปัจจัยทางด้านต้นทุนและผลตอบแทนค่อนข้างน้อย นั่นแสดงว่าโครงการนี้มีความเสี่ยงไม่มากนักจึงเหมาะสมต่อการลงทุน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่อยากจะเข้ามาลงทุนในแถบท่าเตียน

1. ผู้ประกอบการที่มีความคิดที่จะเข้ามาลงทุนในแถบท่าเตียน ควรที่จะศึกษากฎหมาย กฎข้อบังคับของในแถบพื้นที่เขตพระนครก่อน เนื่องจาก พื้นที่ในเขตนี้ อยู่ใกล้พระบรมหาราชวัง ดังนั้นกฎข้อบังคับจะมีกฎเพิ่มเติม
2. จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการพบว่า โครงการนี้มีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนมากกว่าการเพิ่มต้นทุน ดังนั้นในการดำเนินการควรให้ความสนใจในการควบคุมต้นทุนของโครงการให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ เช่น ค่าแรงงาน ค่าอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผ้าปูที่นอน หมอน เป็นต้น
3. ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะลงทุนในด้านการบริการ ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่ใจรักการให้บริการ เนื่องจากลูกค้าที่เข้ามาพักมีหลากหลาย และมีความต้องการแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการที่ได้ทำการสำรวจ และสัมภาษณ์ในครั้งนี้ ได้ทำการสัมภาษณ์ในแถบท่าเตียนจะพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเน้นการจองผ่านช่องทางออนไลน์ ดังนั้น ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรจะหาข้อมูลนักท่องเที่ยวจากช่องทางออนไลน์เพิ่มเติมในครั้งต่อไป
2. ในการทำโครงการลักษณะเช่นนี้สามารถมีธุรกิจที่ต่อเนื่องเช่น การให้บริการซัก อบ รีด การให้บริการร้านค้าปลีก เป็นต้น ถ้าหากมีการเพิ่มส่วนนี้เข้าไปในการทำโครงการก็จะทำให้รายรับของโครงการเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561),ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย, แหล่งข้อมูล จาก https://www.mots.go.th/old/more_news.php?cid=411

จิตราพร อุนสุวรรณ (2552), เรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนสถานที่พักแรมในรูปแบบโฮมสเตย์ บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชลลดา แสงพันธ์.(2558) การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนพัฒนาบ้านแบบพูลวิลล่าเป็นรีสอร์ทแบบพูลวิลล่า จำนวน 30 หลัง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัฐมาวีร์ วิทยาภัค.(2559) การศึกษาความเป็นไปได้โครงการ Hip hotel อาคารเก่าในซอยระนอง 1 ย่านราชวัตร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปิยวรรณ ศิริสวัสดิ์. (2552) การศึกษาการติดสีของครามบนเส้นฝ้ายที่เคลือบด้วยไคโตซานจากเปลือกกุ้งก้ามกราม. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. สกลนคร: 55 หน้า

มาสเตอร์การ์ด (2019). จุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาเที่ยว , แหล่งข้อมูล https://newsroom.mastercard

อมรรัตน์ ยิ้มยวน (2560),การศึกษาความเป็นไปได้ของโรงแรม หาดลายัน จ.ภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อัสวาน ตอฮา(2559), โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดิน ถนนพัทยาใต้ อ.บางละมุง จ.ชลบุร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Booking.com(2019). ค้นหาวันที่ วันที่ 10 เดือน กันยายน – วันที่ 26 เดือน กันยายน พ.ศ. 2562

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าปาเต๊ะ จากวิสาหกิจชุมชน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ถนนคนเดินจังหวัดภูเก็ต

Marketing Mix that Affects the Purchase Decision Pathe Fabric Processing Products from Community Enterprises of Thai Tourists Phuket Walking Street

บัญฑิต ไวว่อง*

Bundit Vaivong*

สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*

Program in Human Resource Management Faculty of Management Sciences Phuket Rajabhat University*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาบริหารธุรกิจ *

Assistant Professor Business Administration *

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*

Management Faculty of Management Sciences Phuket Rajabhat University*

อีเมล์ : bundit789@gmail.com

ณัฐกวิน เชื้อสง่า**

Natakawin Chueasanga**

สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต**

Program in Human Resource Management Faculty of Management Sciences Phuket Rajabhat University**

นักศึกษา สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ **

Student Program in Human Resource Management **

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต**

Management Faculty of Management Sciences Phuket Rajabhat University**

อีเมล์ : Natkawinchueasanga@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะ และ เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะ ตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณถนนคนเดินจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน สรุปผลการวิจัยดังนี้ ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75 และ เพศชาย จำนวน 85 คน คิดเป็น ร้อยละ 21.25 อายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 30 - 39 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็น ร้อยละ 43.3 รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็น ร้อยละ 18.5 อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 126 คน คิดเป็น ร้อยละ 31.5 ระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 307 คน คิดเป็น ร้อยละ 76.8 ตามลำดับ เพศ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 อายุ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านราคา ที่ระดับ .05 รายได้ มีความสัมพันธ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ระดับ .05 อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ระดับ .05 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อภาพรวมระดับมาก ($\overline{X}$ 4.15, S.D. 0.81) รายด้านพบว่า ด้านบุคคล ระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ 4.45, S.D. 0.65) ด้านการให้บริการ ระดับ มากที่สุด ($\overline{X}$ 4.43, S.D. 0.78) ด้านราคา ระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ 4.33, S.D. 0.80) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ระดับ มาก ($\overline{X}$ 4.30, S.D. 0.83) ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับ มาก ($\overline{X}$ 4.12, S.D. 1.05) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระดับ มาก ($\overline{X}$ 3.89, S.D. 0.77) และ ด้านสิ่งแวดล้อม มีระดับ มาก ($\overline{X}$ 3.37, S.D. 0.75) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจซื้อ วิสาหกิจชุมชน

Abstract

Research on marketing mix affecting the decision to buy Pathe fabric processing products from community enterprises of Thai tourists. The objective of this Phuket Walking Street is to study the personal factors affecting the decision to buy processed products from Pathe fabric and to study the marketing mix in the decision to buy processed products from Pathe fabrics. The sample consisted of 400 Thai tourists on the Phuket Walking Street area. The research findings are as follows The majority of the sample were 315 women, representing 78.75 % and 85 males,

representing 21.25 %. The majority were aged between 30 - 39 years, 173 persons, accounting for 43.3 %. Average monthly income Most of them have incomes 15,001 - 20,000 baht, a total of 121 people, representing 18.5% of the occupation. Most found that there are 126 employees of private companies, accounting for 31.5 %. Found that most There are 307 bachelor degree graduates, accounting for 76.8 percent, respectively. Gender correlates with the purchasing decision in marketing promotion. Significantly at the .05 level, the age is related to the price factor at the .05 level. Income is correlated. Regarding the distribution channel at .05 level, the occupation does not correlate with factors. Product Education level Correlated with the distribution channel at the .05 level. The marketing mix affecting the decision to buy at a high level ($\overline{X}$ 4.15, S.D. 0.81) in each aspect found that The highest level of personnel ($\overline{X}$ 4.45, SD 0.65) The highest level of service ($\overline{X}$ 4.43, SD 0.78) The highest level of price ($\overline{X}$ 4.33, SD 0.80) High level of marketing promotion ($\overline{X}$ 4.30, SD 0.83) Product High level ($\overline{X}$ 4.12, SD 1.05), in terms of distribution channels, high level ($\overline{X}$ 3.89. SD 0.77) and environmental aspect, there is high level ($\overline{X}$ 3.37, SD 0.75) respectively.

Keywords : Marketing Mix Purchase Decision Community Enterprise

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนเป็นรากฐานสำคัญของความมั่นคงและยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจ ซึ่งรัฐบาลมีการวางยุทธศาสตร์ของประเทศ เพื่อผลักดันให้วิสาหกิจชุมชนมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น และสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก โดยมองภาพของเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบและมีเป้าหมายในการเสริมสร้างการเติบโตอย่างมีคุณภาพและเสถียรภาพ ด้วยการสร้างรายได้ให้กับประชาชนและประเทศชาติ โดยเปลี่ยนมุมมองในชุมชนให้เห็นว่าสิ่งที่ตนมีอยู่ คือทรัพย์สินที่มีราคา สามารถเพิ่มรายได้โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบที่มีอยู่มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้มีจุดเด่น มีมูลค่าเพิ่ม มีเอกลักษณ์สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายในการส่งเสริมมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจชุมชน ต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ภายในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งแนวคิดในการส่งเสริมคือการให้ความสำคัญกับทั้งการพัฒนาศักยภาพให้มีความสามารถในการแข่งขัน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557)

ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมหลายกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับผ้าปาเต๊ะ การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าปาเต๊ะ เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพท้องถิ่นของคนในชุมชนมีการจำหน่ายและแปรรูปสินค้าให้มีความหลากหลาย การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าปาเต๊ะที่มีคุณภาพให้ได้มาตรฐาน และเป็นที่ต้องการของตลาด การเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของผ้าปาเต๊ะจากการแปรรูปสร้างรายได้ สร้างอาชีพ ลดปัญหาด้านการว่างงานของคนในชุมชน และต้องการที่จะช่วยส่งเสริม เผยแพร่ และนำเสนอผ้าปาเต๊ะให้เป็นที่รู้จักและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า ทั้งกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น กลุ่มลูกค้า วัยทำงาน โดยมีการรวมตัวกันของกลุ่มคนในชุมชน นำเสนอแบบงานที่กลุ่มมีความประสงค์จะพัฒนาชิ้นงานให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ผ้าปาเต๊ะเป็นผ้าที่เขียนด้วยมือ ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์พื้นเมืองในลักษณะของอุตสาหกรรมในครัวเรือน ผ้าปาเต๊ะโดยเฉพาะในแถบเกาะชวา เมื่อก่อนใช้กันเฉพาะสตรีและเด็กเท่านั้น แต่ต่อมาได้ใช้ เป็นเครื่องแต่งกายของหนุ่มสาว การพัฒนาด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้เกิดเทคนิคในการผลิตผ้าปาเต๊ะที่มีลวดลายผ้าแบบใหม่ ซึ่งมองคล้ายผ้าบาติก รวมทั้งยังมีการแปรรูปผ้าปาเต๊ะเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น (โสภณ ศุภวิริยากร, 2555)

ผ้าปาเต๊ะเป็นผ้าที่มีราคาค่อนข้างแพง เนื่องจากมีขั้นตอนการผลิตที่ซับซ้อน สวยงาม จึงจะเรียกว่าผ้าปาเต๊ะ เป็นที่นิยมของคนชั้นสูงในภาคใต้ แต่ปัจจุบันมีเทคโนโลยีการพิมพ์ลายที่ทันสมัยและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ทำให้ผ้าปาเต๊ะมีราคาถูกลง จึงทำให้สามารถหาซื้อได้ง่ายขึ้น (รจนา จันทราสา, 2553)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เกิดขึ้นในจังหวัดภูเก็ต โดยการรวมตัวกันของกลุ่มคนในชุมชน นำเสนอแบบงานที่กลุ่มมีความประสงค์จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคโดยการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้น และได้นำสินค้าของกลุ่มออกจัดจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะ

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าปาเต๊ะจากวิสาหกิจชุมชน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินจังหวัดภูเก็ต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะ
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะ

นิยามศัพท์

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการวางกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้า ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม ทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อม

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ

ผ้าปาเต๊ะ หมายถึง ผ้าปาเต๊ะเพ้นท์ลายด้วยสี ที่เพ้นท์ระบายลงบนผืนผ้า ของจังหวัดภูเก็ต

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร คือ นักท่องเที่ยวชายไทยที่มาท่องเที่ยวถนนคนเดินจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 ใช้ขนาดตัวอย่าง 384 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้ใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขที่กำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

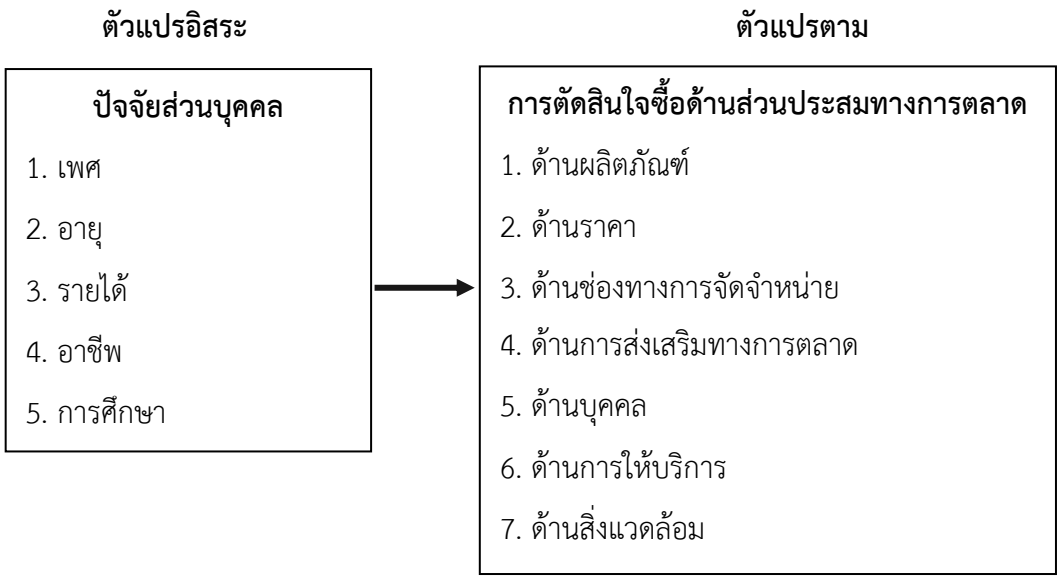
2.1 ตัวแปรอิสระ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

- เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และการศึกษา

2.2 ตัวแปรตาม การตัดสินใจซื้อด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

- ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและการบริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ การเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้า หรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตน (ชูชัย สมิทธิไกร, 2553)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การหาคำตอบให้กับคำถามที่ว่าใครเป็นลูกค้า ความต้องการของลูกค้าคืออะไร ซื้ออย่าไร ใช้ผลิตภัณฑ์อย่างไร และปฏิกิริยาของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค

2. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Mar Grath, 1986)

2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ธุรกิจนำมาเสนอขายให้กับผู้บริโภคที่ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์และคุณค่าจากผลิตภัณฑ์ สินค้ามีรูปร่าง ขนาด สีสันและความสวยงาม ตราสินค้า คุณภาพและปลอดภัย ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต่อการดำเนินชีวิต ผลิตภัณฑ์ง่ายต่อการทำความสะอาดหลังใช้งาน

2.2 ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอขาย ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ความแน่นอนและเป็นมาตรฐานของราคาผลิตภัณฑ์มีป้ายแสดงสินค้าที่ชัดเจน

2.3 สถานที่ (Place) หมายถึง การสร้างเครือข่ายซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภค และสร้างเสริมสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อสนองความต้องการของตลาดได้อย่างทั่วถึง รวมถึงการจัดการเกี่ยวกับสินค้าคงคลัง รูปแบบการแต่งร้าน สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และเพียงพอ

2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การกำหนดตำแหน่งตราสินค้า การตั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายในการโฆษณา สื่อที่เลือก และกำหนดเวลาที่เผยแพร่ผ่านสื่อดังกล่าว ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ในด้านการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการขาย ราคาผลิตภัณฑ์ที่สามารถต่อรองได้ การลดราคาสินค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุและโทรทัศน์ แผ่นป้ายโฆษณา

2.5 บุคคล (People) เป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์เพื่อให้บริการผู้บริโภคโดยตรง ธุรกิจจึงจำเป็นที่จะต้องมีการสนับสนุนส่งเสริมบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในสายงาน บุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ ทั้งนี้เพราะความมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและพูดจาดี ความรู้ในการให้คำแนะนำกับผู้บริโภค การแต่งกายที่เหมาะสมและความสุภาพ

2.6 กระบวนการการให้บริการ (Process Management) หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ ได้แก่ การจัดคิวในการชำระเงินที่ดี การบรรจุสินค้าใส่ถุงหรือการบรรจุสินค้าเพื่อความสะดวกในการขนย้ายของลูกค้า ใบเสร็จที่ได้มาตรฐาน

2.7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Facilities) หมายถึง การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสะดวกในการให้บริการและทำให้การบริการผู้บริโภคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ พื้นที่มีขนาดเหมาะสมในการจัดวางสินค้าเอื้อต่อการจับจ่าย ความสะอาดน่าเข้ามาใช้บริการ บรรยากาศภายในร้านมีความเป็นมิตรเหมาะต่อการจับจ่าย การตกแต่งร้านดูเหมาะสมกับตัวสินค้า

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไชยกร เลิศศรัณยพงศ์. (2552). ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พฤติกรรมในการเลือกซื้อผ้าทอมือ คิดเป็นร้อยละ 72.33 เฉลี่ย 1.47 ชิ้นต่อคน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 136.40 บาทต่อคน รองลงมาคือ หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 49.33 มีจำนวนเฉลี่ย 1.32 ชิ้นต่อคน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือ ผลปรากฏว่าหมวดผืนผ้าด้านราคามีอิทธิพลในการตัดสินใจของผู้บริโภคมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการขาย

นงคราญ ไชยเมือง. (2552). ได้ทำการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมของจังหวัดพะเยา พบว่า ภาพรวมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ผู้บริโภครู้จักสินค้าหัตถกรรมตามสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการซื้อ ตัดสินใจด้วยตัวเอง ญาติ และครอบครัว ส่วนเหตุผลในการเลือกซื้อมาจากผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ

และผู้บริโภคเลือกซื้อเพราะเป็นการส่งเสริม กลุ่มแม่บ้าน ส่วนปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้ามาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2558). ได้ทำการวิจัย เรื่อง ช่องทางการจัดจำหย่ายขนมหวานเพชรบุรี กรณีศึกษาร้านขนมไทยลูกเจี๊ยบ พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ ควรเพิ่มช่องทางโดยการควบคุมสินค้าให้มีคุณภาพ รักษาวัตถุดิบและความสดใหม่ให้มีมาตรฐาน การให้บริการต้องตรงความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค ต้องสร้างความแตกต่างในตราผลิตภัณฑ์ อันจะส่งผลให้สามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายได้

กฤษณะ ดาราเรือง. (2560). ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหม จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ต้องส่งเสริมการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนกลยุทธ์ชองสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลยุทธ์เชิงรับ ได้แก่ การส่งเสริมการศึกษาดูงาน และการแลกเปลี่ยนปนะสบการณ์กับชุนชนและบุคลากรภายนอก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าปาเต๊ะจากวิสาหกิจชุมชน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ถนนคนเดินจังหวัดภูเก็ต ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ ตำรา บทความ วารสาร ข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต

1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากจำนวนตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ สำหรับการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเดินท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินจังหวัดภูเก็ต

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ออกแบบไว้ (Pretest) และดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมตรวจสอบหาค่าความถูกต้องเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยใช้ Factor Analysis และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

2.2 นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วออกเก็บข้อมูลจริง

2.3 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส เพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

2.4 นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นสถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าปาเต๊ะจากวิสาหกิจชุมชน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ถนนคนเดินจังหวัดภูเก็ต ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะ และ เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

เพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75 และ เพศชาย จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 อายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 30 - 39 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 อาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 ตามลำดับ

เพศ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์

อายุ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อ ด้านราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์

รายได้ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด

อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจาหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

การศึกษา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อ ด้านผลิตภัณฑ์และราคา

ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การตัดสินใจซื้อด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.12	1.05	มาก
2. ด้านราคา	4.33	0.80	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.89	0.77	มาก
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.30	0.83	มาก
5. ด้านบุคคล	4.45	0.65	มากที่สุด
6. ด้านการให้บริการ	4.43	0.78	มากที่สุด
7. ด้านสิ่งแวดล้อม	3.37	0.75	มาก
เฉลี่ยรวม	**4.15**	**0.81**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าปาเต๊ะจากวิสาหกิจชุมชน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ถนนคนเดินจังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมมีระดับการตัดสินใจซื้อในระดับ มาก(ค่าเฉลี่ย 4.15 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคคล มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.45 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65) รองลงมา ด้านการให้บริการ มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78) และ ด้านราคาผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80) ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าปาเต๊ะจากวิสาหกิจชุมชนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ถนนคนเดินจังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.30 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83) รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.12 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.89 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77) และ ด้านสิ่งแวดล้อม มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.37 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75)

อภิปรายผลการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะ ในเรื่องความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น กระเป๋าใส่เครื่องสำอาง ซองโทรศัพท์มือถือ ถุงผ้าใส่เอกสาร เป็นต้น รองลงมาคือ สินค้ามีรูปแบบทันสมัย มีการออกแบบที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ รวมถึงมีรูปแบบหลากหลาย เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคให้เกิดความสนใจ และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทัศนา หงส์มา (2555) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิวาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ และราคา

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะ ราคาต้องมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับสินค้าที่มีความใกล้เคียงกันแต่ผลิตมาจากวัสดุอื่น ต้องมีการระบุป้ายราคาที่ชัดเจน และราคาต้องมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนด้านวัสดุที่ผลิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไชยกร เลิศศรัณยพงศ์ (2552) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พฤติกรรมในการเลือกซื้อผ้าทอมือ คิดเป็นร้อยละ 72.33 เฉลี่ย 1.47 ชิ้นต่อคน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 136.40 บาทต่อคน รองลงมาคือ หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 49.33 มีจำนวนเฉลี่ย 1.32 ชิ้นต่อคน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือ ด้านราคามีอิทธิพลในการตัดสินใจของผู้บริโภคมาเป็นอันดับแรก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะ ในเรื่องชั้นวางสินค้ามีจุดเด่นสะดุดตา ดึงดูดความน่าสนใจ มีการโฆษณาผ่านช่องทาง Social Media ทำให้ผู้สนใจสามารถเปิดหาข้อมูลกระบวนการทางการผลิตได้ อีกทั้งช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ผ่านการสั่งซื้อที่หลากหลานช่องทางเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิทักษ์ ศิริวงศ์ (2558) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายขนมหวานเพชรบุรี กรณีศึกษา ร้านขนมไทยลูกเจี๊ยบ พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ ควรเพิ่มช่องทางโดยการควบคุมสินค้าให้มีคุณภาพ รักษาวัตถุดิบและความสดใหม่ให้มีมาตรฐาน การให้บริการต้องตรงความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค ต้องสร้างความแตกต่างในตราผลิตภัณฑ์ อันจะส่งผลให้สามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายได้

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะ ที่ต้องมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีสินค้าตัวอย่างให้นักท่องเที่ยวได้หยิบจับและสวมใส่ก่อนการตัดสินใจซื้อ มีการจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า ทั้งการลดราคาและแถมสินค้าในกรณีที่ซื้อสินค้าจำนวนมากกว่า 5 ชิ้นขึ้นไป และต้องมีการนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณะ ดาราเรือง (2560) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาดวิสาหกิจชุมชน

บ้านเขาแหม จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ต้องส่งเสริมการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนกลยุทธ์ของสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ด้านบุคคล พบว่า พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะในเรื่องพนักงานมีความน่าเชื่อถือและมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชน มีความสุภาพ อัธยาศัยดี เต็มใจในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการทางการผลิต ข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน การตอบข้อซักถามต่าง ๆ เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของผ้าปาเต๊ะ อายุการใช้งาน และการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์จากผ้าปาเต๊ะ และต้องการส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นงคราญ ไชยเมือง (2552) ได้ทำการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมของจังหวัดพะเยา พบว่า ภาพรวมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ผู้บริโภครู้จักสินค้าหัตถกรรมตามสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการซื้อตัดสินใจด้วยตัวเอง ญาติ และครอบครัว ส่วนเหตุผลในการเลือกซื้อมาจากผู้ขายให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วน ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ และผู้บริโภคเลือกซื้อเพราะเป็นการส่งเสริมกลุ่มแม่บ้าน ส่วนปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้ามาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านกระบวนการให้บริการพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะในเรื่อง การบริการลูกค้าก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าโดยบริการด้านการตอบข้อซักถามต่าง ๆ การบริการขณะตัดสินในซื้อสินค้าโดยทำตามความต้องการของลูกค้า และการบริการหลังการขาย ในการเปลี่ยนสินค้าในกรณีที่ลูกค้าพบจุดบกพร่องในตัวสินค้าหลังการตัดสินใจซื้อ การบริการด้วยความเต็มใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์ (2558) ได้ทำการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาด OTOP สู่สากล อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการตรงตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานและวิธีการเก็บรักษา โดยต้องมีการบริการหลังการขาย

ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะในเรื่องสถานที่วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าปาเต๊ะ มีขนาดพื้นที่ในการจัดวางผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม สิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสะดวกในการให้บริการและทำให้การบริการผู้บริโภคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพได้แก่พื้นที่มีขนาดเหมาะสมในการจัดวางสินค้าเอื้อต่อการจับจ่ายความสะอาดน่าเข้ามาใช้บริการบรรยากาศภายในร้านมีความเป็นมิตรเหมาะต่อการจับจ่ายและการตกแต่งร้านดูเหมาะสมกับตัวสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชัญ จงเจริญ (2554) ได้ทำการวิจัย เรื่อง พัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อร้านจำหน่ายวสินค้าสะอาด มีการจัดวางสินค้าอย่างเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า ผู้ประกอบการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีการใช้เกณฑ์มาตรฐานร้านขายของชำการจัดตกแต่งร้านและการจัดสินค้าตามเทคนิคการสร้างภาพลักษณ์ด้วยกลยุทธ์การตลาด

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์หลายช่องทางมากขึ้น และควรจัดโปรโมชั่น ส่วนลด ของแถม เพื่อกระตุ้นให้สินค้าวิสาหกิจชุมชนเป็นที่รู้จัก

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต้องมีการจัดหาวัสดุในการผลิตสินค้าที่เหมาะสม มีคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของวิสาหกิจชุมชนให้เป็นที่ยอมรับ โดยได้มาตรฐานและแข็งแรงคงทน

เอกสารอ้างอิง

กฤษณะ ดาราเรื่อง. (2560). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสากิจชุมชนบ้านเขาแหม จังหวัดนครสวรรค์.* รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา.

ไชยกร เลิศศรัณยพงศ์. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ.* การค้นคว้าอิสระบัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชูชัย สมิทธิไกร. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทัศนา หงส์มา. (2555). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิวาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.* รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.

นงคราญ ไชยเมือง. (2552). *พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา.* รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยพายัพ.

พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2558). *ช่องทางการจัดจำหน่ายขนมหวานเพชรบุรี กรณีศึกษา ร้านขนมไทยลูกเจียบ.* รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์. (2558). *แนวทางการพัฒนาการตลาด OTOP สู่สากล อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม.* รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

โสภณ ศุภวิริยากร. (2552). *รูปแบบลวดลายผ้าบาติกในกลุ่มจังหวัดอันดามัน.* รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557). *โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC).* [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.sme.go.th. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 กุมภาพันธ์ 2562).

อัญชัญ จงเจริญ. (2554). *พัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง.* รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

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

Mar Grath, A. J. (1986). *When Marketing Services, 4Ps Are Not Enough.* Business Horizons.

อิทธิพลของการบริหารจัดการทรัพยากรอาคาร และความพึงพอใจในงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชั่นวาย

Influence of Facility Management and Job Satisfaction on Employee Job Performance of Generation Y

เอกชัย สมานบุตร
Akkachai Samanbud
นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Master of Science in Real Estate Business
Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University
อีเมล์ : akkachai.samanbud@gmail.com

รองศาสตราจารย์ ดร. สุพีชา พาณิชย์ปฐม
Associate Professor Supeecha Panichpathom, Ph.D.
อาจารย์ประจำสาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
Faculty Member, Department of Management Information Systems
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University
อีเมล์ : spanitdmc52@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรการบริหารจัดการทรัพยากรอาคาร และความพึงพอใจในงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชั่นวาย และทำการวิเคราะห์ด้วยการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างวิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) ซึ่งที่มาของงานวิจัยมาจากการที่ปัจจุบันองค์กรยุคใหม่ต้องพบกับความท้าทายในการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้นมากกว่าในอดีต ทำให้แต่ละองค์กรต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จขององค์กรที่มากขึ้น ซึ่งปัจจัยที่สำคัญก็คือประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ดังนั้นแนวคิดในการบริหารทรัพยากรอาคารโดยการจัดเตรียมสิ่งแวดล้อมเพื่อสนับสนุนให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในงานและสามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพจึงเป็นกลยุทธ์ที่หลายองค์กรนำมาปรับใช้ในปัจจุบัน โดยผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรพนักงานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่าหนึ่งปีด้วยแบบสอบถามผ่านทางช่องทางออนไลน์จำนวน 290 ตัวอย่าง ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยในการบริหารทรัพยากรอาคาร ได้แก่ ปัจจัยในการจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยการบริหารจัดการพื้นที่ และปัจจัยการบริการ

อื่น ๆ ที่แสดงถึงความใส่ใจขององค์กร ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : การบริหารทรัพยากรอาคาร ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน เจเนอเรชั่นวาย แบบจำลองสมการโครงสร้างวิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน

Abstract

This research focuses on factors and influence of facility management and job satisfaction on employee job performance of generation Y. To analyze, we use partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) method for structural equation modeling. Regarding business competitiveness is the main challenge for all business sectors, understanding employees in the workforce has long been recognized as a driving factor in business success as the quality and effectiveness of an organization. Since the employee is the most valuable asset of the company; therefore, the company has to understand employees' needs to provide necessary facilities and productive work environments to increase job performance and retain a business competitive advantage. To identify factors and influence of facility management and job satisfaction on employee job performance of generation Y, this study's methodology surveyed a group of employee generation Y who currently at least one year full-time employed. The survey addresses participants' demographics and workplace expectations. After conducting a thorough review of the literature to find relevant factors and collected data from 290 surveys, we construct a model that explains the influence. From the PLS-SEM, the results indicate that three facility management factors; physical environment, space management, and corporate empathy; affect the employee job performance of generation Y significantly.

Keywords: Facility Management, Employee Job Performance, Generation Y, PLS-SEM

บทนำ

องค์กรยุคใหม่ต้องพบกับความท้าทายในการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงมากขึ้น จึงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จขององค์กร Kaplan and Norton (2004) ได้นำเสนอแผนที่ในการวางกลยุทธ์ขององค์กร โดยชี้ให้เห็นว่าพื้นฐานความสำเร็จขององค์กรคือการบริหาร

จัดการทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนอย่างการบริหารจัดการบุคคลากรและองค์ความรู้ และหนึ่งในปัจจัยสำคัญคือการทำให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ จึงทำให้เกิดการประยุกต์แนวคิดในการบริหารทรัพยากรอาคาร (Facility Management) เพื่อจัดเตรียมสิ่งแวดล้อมให้พนักงานอยู่ในบรรยากาศที่ส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน (Job Performance) ซึ่งนิยามของการบริหารทรัพยากรอาคาร คือการบูรณาการ คน สถานที่ กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมอาคารเข้าด้วยกันเพื่อจุดประสงค์ในการเพิ่มคุณภาพชีวิตของคน และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจหลัก (Nederlands Normalisatie-instituut., 2017) อีกทั้งแนวคิดในการบริหารทรัพยากรอาคารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานนี้ได้รับการยอมรับและมีความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน โดยการสร้างสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดีนั้นสนับสนุนให้เกิดขั้นตอนในการทำงานและพฤติกรรมในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งเสริมให้พนักงานทำงานได้อย่างเต็มความสามารถ (Corenet Global Inc., 2015) รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กรที่มากขึ้น (Mitchell-Ketzes, 2003) อีกหนึ่งกลยุทธ์ในการจัดการสถานที่ทำงานที่จะช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพในปัจจุบันคือแนวคิดในการสร้างประสบการณ์ในการทำงานที่ดีให้กับพนักงาน โดยออกแบบประสบการณ์ที่พนักงานจะได้รับผ่านการจัดการสิ่งแวดล้อม ไม่มองพนักงานเป็นแค่ลูกจ้าง แต่มองว่าพนักงานเป็นบุคลากรที่มีความสำคัญ และใส่ใจไปถึงการใช้ชีวิตของพนักงาน (Kadzis, 2015) จากการศึกษาของ Plaskoff (2017) พบว่าคุณภาพของประสบการณ์ในการทำงานที่ดีของพนักงานจะส่งผลโดยตรงกับความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ความรู้สึกผูกพัน (Engagement) และความรู้สึกรับผิดชอบในงาน (Commitment) ซึ่งส่งผลไปถึงประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีของพนักงานในที่สุด

แนวคิดในการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มคนในสังคมที่สำคัญ คือการแบ่งประชากรออกเป็นช่วงวัย (Generation) เนื่องด้วยกลุ่มคนแต่ละช่วงวัยมีอุปนิสัย แนวคิด และลักษณะการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน อีกทั้งบางพฤติกรรมของคนเจเนอเรชั่นเดียวกันที่อาศัยอยู่ในประเทศที่ต่างกันก็อาจจะไม่สามารถเป็นตัวแทนกันและกันได้ เนื่องจากสภาพแวดล้อมและบริบททางสังคมที่ไม่เหมือนกัน โดยการแบ่งช่วงอายุของประชากรแต่ละงานวิจัยนั้นแม้ว่าจะแตกต่างกันแต่ก็ยังคงเป็นช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกัน ทางผู้วิจัยได้อ้างอิงการแบ่งช่วงอายุจากการศึกษาของรศรินทร์ เกรย และคณะ (2559) ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษากลุ่มคนที่กำลังมีบทบาทสำคัญในตลาดแรงงานในปัจจุบันอย่างกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1978-1995 มีอายุ 24-41 ปี (ณ ปีทำรายงาน ค.ศ. 2019) จากการศึกษาพบว่าพนักงานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายนี้มีแนวโน้มที่จะมีชั่วโมงทำงานที่เพิ่มมากขึ้น โดยส่วนใหญ่มีชั่วโมงทำงานอยู่ที่ 41-48 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดความเหนื่อยล้าจากการทำงาน อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่จะมีความสุขลดลง มีความพึงพอใจในชีวิตน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับพนักงานเจเนอเรชั่นอื่น ๆ และมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนงานมากกว่าคนเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเบบี้บูมเมอร์ ยิ่งไปกว่านั้นคนเจเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับที่ทำงานที่สามารถให้สังคมที่ดี มีการจัดสิ่งแวดล้อมให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่า และได้รับการยอมรับนอกเหนือจากผลตอบแทนที่ได้เป็นตัวเงินอีกด้วย (Financial Reward) (Madden et al., 2016)

จากที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมพบว่าการศึกษาถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการบริหารทรัพยากรอาคาร และอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจในงานและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในลักษณะเชิงประจักษ์ยังมีน้อย ผู้วิจัยจึงได้เลือกทำการศึกษาถึงอิทธิพลของการบริหารทรัพยากรอาคารดังกล่าวโดยการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างวิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) เพื่อเพิ่มเติมองค์ความรู้ว่างานบริหารทรัพยากรอาคารมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และประสิทธิภาพในการทำงานของกลุ่มประชากรพนักงานเจเนอเรชั่นวายอย่างไร และระดับใดในลักษณะเชิงประจักษ์ ซึ่งจะสามารถช่วยให้ผู้จัดการทรัพยากรอาคาร และผู้เกี่ยวข้องสามารถวางกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรอาคารได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรการบริหารจัดการทรัพยากรอาคาร ความพึงพอใจในงาน และประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเจเนอเรชั่นวาย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยนี้ประกอบด้วยตัวแปรแฝงทั้งหมด 5 ปัจจัย ดังแสดงในภาพที่ 1 ได้แก่ ประสิทธิภาพในการทำงาน ความรู้สึกพึงพอใจในงาน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) การบริหารจัดการพื้นที่ (Space Management) และการบริการอื่น ๆ ที่แสดงถึงความใส่ใจขององค์กร (Corporate Empathy) มีนิยามและสมมติฐานดังต่อไปนี้

ประสิทธิภาพในการทำงาน คือพฤติกรรมของพนักงานที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนทรัพยากรของกิจการไปเป็นสินค้าหรือบริการ ทั้งในการทำงานที่เกิดขึ้นเป็นประจำ งานที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดคิด และระดับของการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ที่เป็นประโยชน์ของพนักงาน (Yang & Hwang., 2014; Syer et al., 2003)

ความรู้สึกพึงพอใจในงาน คือภาวะของอารมณ์ความรู้สึกที่เป็นผลมาจากประสบการณ์ที่พนักงานได้รับจากการทำงาน ซึ่งเป็นสิ่งสะท้อนว่าพนักงานมีความรู้สึกหรือมีความคิดเห็นอย่างไรกับอาชีพที่ตนทำอยู่ โดยทั่วไปแล้วพนักงานจะเกิดความพึงพอใจเมื่อองค์กรได้จัดหาสิ่งที่ตรงกับคุณค่าที่พนักงานต้องการจะได้รับในการทำงาน (Yang et al., 2014)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คือสิ่งแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้นภายในอาคาร เพื่อให้เกิดความรู้สึกสบายของพนักงาน มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ คือ ภาวะสบายจากอุณหภูมิ ภาวะสบายจากการได้ยินเสียง ภาวะสบายจากการมองเห็น และคุณภาพอากาศภายในอาคาร (Al horr et al., 2016)

การบริหารจัดการพื้นที่ คือการสร้างสิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานโดยการออกแบบทางสถาปัตยกรรมและประโยชน์จากการใช้สอยพื้นที่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการการใช้พื้นที่ของพนักงาน (van der Voordt, 2004; De Been & Beijer, 2014)

การบริการอื่น ๆ ที่แสดงถึงความใส่ใจขององค์กร ในงานวิจัยนี้หมายถึง สิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานที่องค์กรจัดหาให้กับพนักงานในรูปแบบของสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี (Swamy et al., 2015; Millican, 2016)

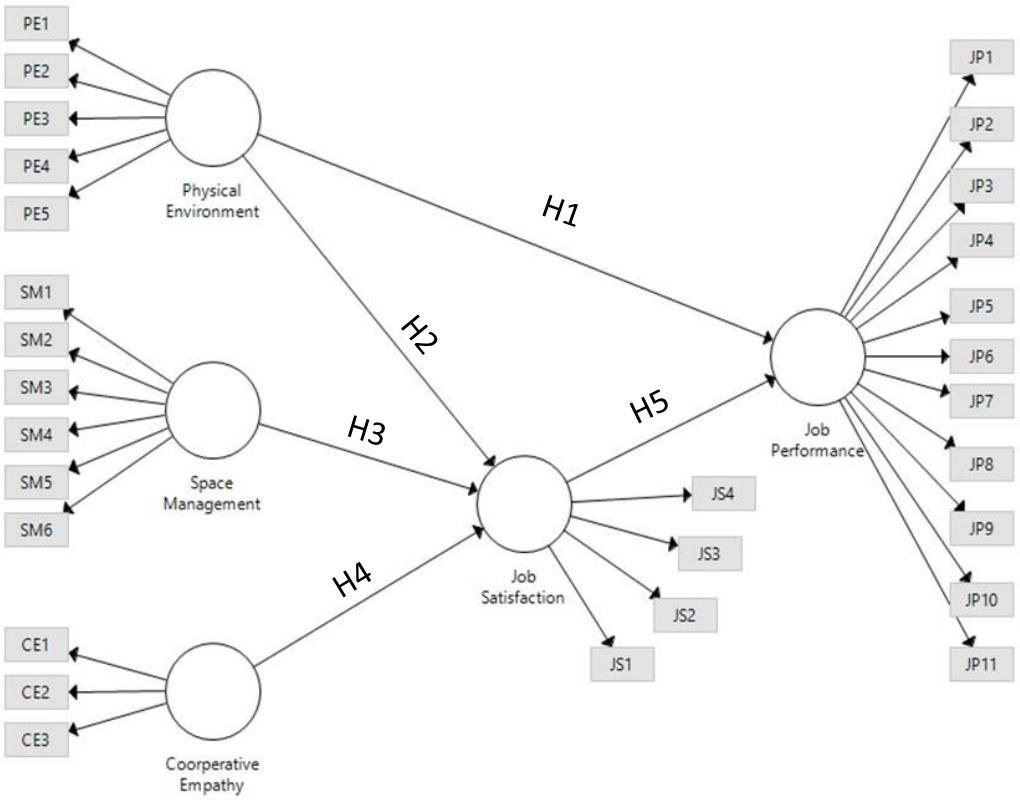
สมมติฐาน H1 ความพึงพอใจในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีผลกระทบกับประสิทธิภาพในการทำงานในทางบวก (Ali et al., 2015)

สมมติฐาน H2 ความพึงพอใจในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีผลกระทบกับความพึงพอใจในงานในทางบวก (De Giuli et al., 2012)

สมมติฐาน H3 ความพึงพอใจในการบริหารจัดการพื้นที่มีผลกระทบกับความพึงพอใจในงานในทางบวก (De Been et al., 2014)

สมมติฐาน H4 ความพึงพอใจในการบริการอื่น ๆ ที่องค์กรจัดหาให้กับพนักงานมีผลกระทบกับความพึงพอใจในงานในทางบวก (Mas-Machuca et al., 2016)

สมมติฐาน H5 ความพึงพอใจในงานมีผลกระทบกับประสิทธิภาพในการทำงานในทางบวก (Yang et al., 2014)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยที่ถูกสร้างด้วยโปรแกรม SmartPLS3.2.8

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่เป็นเป้าหมายสำหรับการศึกษานี้ คือ พนักงานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1978-1995 มีอายุ 24-41 ปี (ณ ปีทำรายงาน ค.ศ. 2019) ทำงานอยู่ในอาคารสำนักงานเป็นประจำ และทำงานมาไม่น้อยกว่าหนึ่งปี

2. การเก็บข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและเก็บข้อมูลด้วยชุดแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ จากนั้นทำการทดสอบแบบสอบถามในเบื้องต้นเพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจในชุดคำถามอย่างชัดเจน โดยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็นสองส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามให้ตรงกับกลุ่มประชากรที่เป็นกลุ่มคนทำงานเจเนอเรชั่นวายและทำงานอยู่ในอาคารสำนักงานเป็นเวลาอย่างน้อยหนึ่งปี ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดค่าของตัวแปรแฝงโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก เก็บข้อมูลในระดับ Interval ซึ่งวัดด้วยมาตรวัดแบบ Likert Scale โดยแบ่งการให้คะแนนเป็น 5 ระดับ (5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย 3 คะแนน หมายถึง เฉย ๆ 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย และ 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยแบ่งคำถามที่ใช้เพื่อวัดค่าของตัวแปรแฝงเป็น 5 ด้าน ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การบริหารจัดการพื้นที่ การบริการอื่น ๆ ที่แสดงถึงความใส่ใจขององค์กร ความพึงพอใจในงาน และประสิทธิภาพในการทำงาน

3. การคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample size)

ในการคำนวณขนาดตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรในการคำนวณขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน คือ $n = \sigma^2 Z^2 / D^2$ (Cochran, 2006) โดย n คือขนาดของตัวอย่างที่เหมาะสม σ คือค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร Z คือคะแนนมาตรฐาน โดยจะกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งจะมีค่าคะแนนมาตรฐานเท่ากับ 1.96 D คือค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้กำหนดไว้ที่ 0.05 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอ้างอิงจากงานวิจัยของ Yang et al. (2014) โดยใช้ข้อมูลจากตัวแปรความพึงพอใจจากปัจจัยภายนอก (Extrinsic Satisfaction) ซึ่งมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากรอยู่ที่ 0.79 และค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.25 ใช้คะแนนมาตรฐานเท่ากับ 1.96 และค่าเบี่ยงเบนที่ยอมให้เท่ากับ 0.05 เมื่อแทนค่าลงในสูตรคำนวณ $n = (0.79^2 \cdot 1.96^2)/(3.25 \cdot 0.05)^2$ จะได้ขนาดตัวอย่างที่ต้องเก็บจำนวณ 91 ชุด แต่เนื่องด้วยขนาดที่คำนวณได้จากสูตรมีขนาดน้อยเกินไป ซึ่งงานวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์โดยทั่วไปควรจะทำการเก็บตัวอย่างไม่น้อยกว่า 200 ชุด (Malhotra, 2019) ผู้วิจัยจึงใช้หลักการประมาณโดยคิดจำนวนตัวอย่างเป็น 10 เท่าของจำนวนคำถามที่ใช้วัดตัวแปรแฝง (Roscoe, 1975) จะได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 29 x 10 = 290 ชุด ซึ่งการเก็บข้อมูลจะใช้วิธีเก็บแบบสะดวก โดยการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ทั้งหมดจำนวน 307 ชุด จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคัดกรองแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ และสามารถนำไปใช้วิเคราะห์ผลได้จำนวน 290 ชุด

ต่อมาทำการทดสอบแบบสอบถามที่ใช้เบื้องต้นด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Cronbanch's Alpha) เพื่อคัดกรองคำถามที่มีความน่าเชื่อถือ (Reliability) ในส่วนของการวัดค่าตัวแปรแฝงจะใช้ชุดคำถามในการเก็บค่าแล้ววัดด้วยมาตรวัดแบบ Likert Scale ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างวิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) ด้วยโปรแกรม SmartPLS เวอร์ชั่น 3.2.8 ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อทดสอบสมมติฐาน เนื่องจากวิธี SEM มีความสามารถที่จะวิเคราะห์แบบจำลองที่มีความซับซ้อนได้พร้อมกัน

แบบสอบถามที่สมบูรณ์และสามารถนำไปใช้วิเคราะห์ผลได้จำนวน 290 ฉบับถูกนำมาวิเคราะห์เป็นสองส่วนดังนี้ ส่วนที่หนึ่งนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ส่วนที่สองวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมานด้วยวิธีการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างวิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) โดยชุดคำถามจะถูกประเมินความเหมาะสมด้วยค่าสถิติดังนี้ คือ 1) วิเคราะห์ค่า Outer Loading เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรที่ใช้ชี้วัด โดยมีค่ามาตรฐานยอมรับได้ที่ 0.70 2) วิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของชุดคำถามด้วยค่า Cronbach’s Alpha โดยมีค่ามาตรฐานยอมรับได้ที่ 0.70 3) วิเคราะห์ Convergent Validity ด้วยค่า Average Variance Extract (AVE) เพื่อทดสอบว่าแต่ละปัจจัยสะท้อนตัวแปรแฝงเดียวกัน โดยค่า AVE ต้องมากกว่า 0.50 (บ่งบอกว่าตัวแปรแฝงสามารถอธิบายตัวแปรที่ใช้ชี้วัดได้อย่างน้อย 50%) และ 4) วิเคราะห์ Discriminant Validity ใช้เพื่อยืนยันว่าตัวแปรที่ใช้ชี้วัดมีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงที่แข็งแรง (Robustness) และแยกออกจากตัวแปรแฝงอื่นอย่างชัดเจน โดยใช้วิธี Fornell-Larcker Criterion และ Cross Loading ทั้งนี้การวิเคราะห์จะทำการเปรียบเทียบค่า Outer Loading ของตัวแปรที่วัดค่าตัวแปรแฝงนั้น ๆ กับตัวแปรแฝงอื่น ๆ เพื่อให้ได้ชุดคำถามที่มีความเหมาะสมในการวิเคราะห์แบบจำลอง ต่อมาทำการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการอ่านค่า P Value ด้วยเทคนิค Bootstrapping ซึ่งในการทดลองนี้กำหนดระดับนัยสำคัญที่ $P < 0.100$ จึงจะยอมรับสมมติฐาน จากนั้นจะวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อกันของตัวแปรด้วยค่า Coefficient of Determinant (R^2) เพื่อพิจารณาว่าตัวแปรสามารถถูกอธิบายได้ด้วยตัวแปรก่อนหน้าในระดับใด และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) ซึ่งมีค่าตั้งแต่ -1 ถึง 1 (ค่าที่เป็นบวกจะแสดงถึงความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร โดยค่ายิ่งเข้าใกล้ 1 ยิ่งแสดงว่ามีความสัมพันธ์กันมากในทางบวก ในทางกลับกันค่าที่เป็นลบเข้าใกล้ -1 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากในทางลบ)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ความเหมาะสมของชุดคำถามและการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการอ่านค่า P Value น้อยกว่า 0.100 และมีค่าผลการทดสอบสมมติฐานดังแสดงในตารางที่ 1 สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) ยอมรับสมมติฐาน H1 ความพึงพอใจในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชั่นวายในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ 2) ยอมรับสมมติฐาน H2 ความพึงพอใจในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพส่งผลกระทบต่อความรู้สึกพึงพอใจในงานในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ 3) ยอมรับสมมติฐาน H3 ความพึงพอใจในการบริหารจัดการพื้นที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกพึงพอใจในงานในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ

4) ยอมรับสมมติฐาน H4 การบริการอื่น ๆ ที่แสดงถึงความใส่ใจขององค์กรส่งผลกระทบต่อความรู้สึกพึงพอใจในงานในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ และ 5) ยอมรับสมมติฐาน H5 ความรู้สึกพึงพอใจในงานส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ

ซึ่งเมื่อนำผลการทดสอบสมมติฐานมาวิเคราะห์ร่วมกับค่า Coefficient of Determinant (R^2) ดังสรุปได้ในตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าความรู้สึกพึงพอใจในงานสามารถอธิบายด้วยตัวแปรสามตัวแปร คือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การบริหารจัดการพื้นที่ และการบริการอื่น ๆ ที่แสดงถึงความใส่ใจขององค์กรได้ ซึ่งคิดเป็น 20.05% และประสิทธิภาพในการทำงานสามารถอธิบายด้วยตัวแปรสองตัวแปร คือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและความรู้สึกพึงพอใจในการทำงานได้ ซึ่งคิดเป็น 35.10%

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

Hypothesis	Relationship	Expected Sign	Path Coefficient	T-Values	P Values	Test Result
H1	Physical Environment -> Job Satisfaction	+	0.152	2.414	0.016	Supported
H2	Physical Environment -> Job Performance	+	0.210	3.930	0.000	Supported
H3	Space Management -> Job Satisfaction	+	0.307	5.054	0.000	Supported
H4	Corporate Empathy -> Job Satisfaction	+	0.108	1.706	0.089	Supported
H5	Job Satisfaction -> Job Performance	+	0.493	7.930	0.000	Supported

ตารางที่ 2 Coefficient of Determinant (R^2)

	R Square	R Square Adjusted
Job Performance	0.355	0.351
Job Satisfaction	0.214	0.205

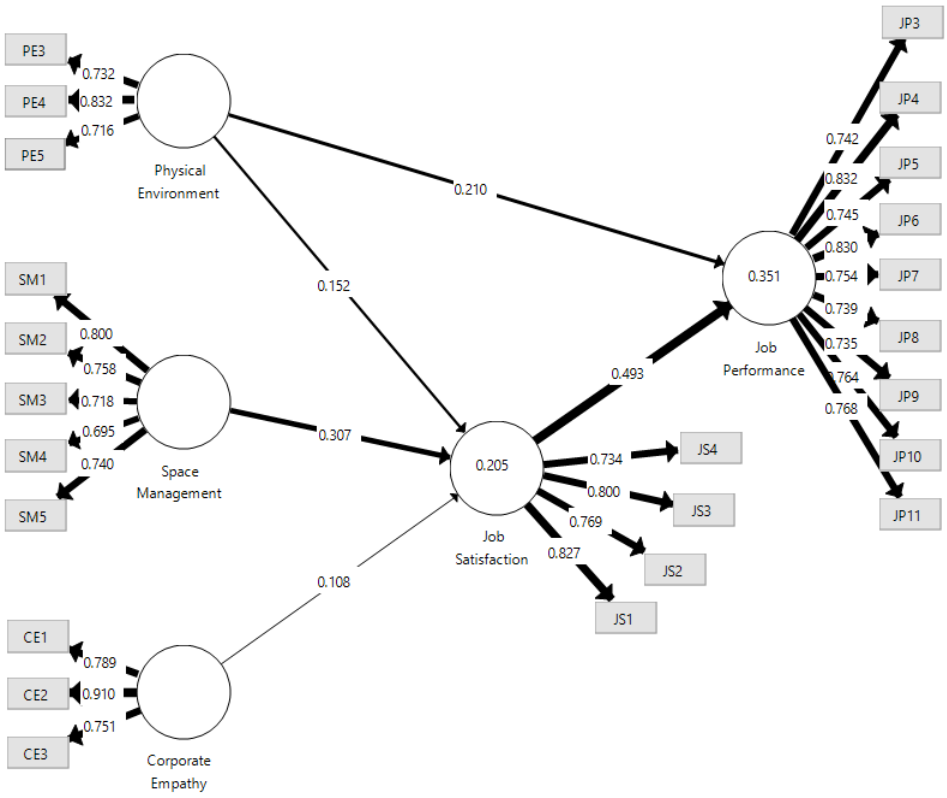
ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง

Relationship	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
Physical Environment -> Job Performance	0.210	0.075	0.285
Physical Environment -> Job Satisfaction	0.152	-	0.152
Space Management -> Job Satisfaction	0.307	-	0.307
Corporate Empathy -> Job Satisfaction	0.108	-	0.108
Job Satisfaction -> Job Performance	0.493	-	0.493

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ได้จากเทคนิคการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างวิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน เพื่อหาระดับอิทธิพลต่อกันของตัวแปรแฝงดังสรุปได้ในตารางที่ 3 พบว่า 1) ความพึงพอใจในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทางตรงเท่ากับ 0.210 และทางอ้อม 0.075 รวมเป็น 2.850 แสดงถึงการมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานในระดับปานกลาง 2) ความพึงพอใจในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทางตรงเท่ากับ 0.152 แสดงถึงการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานในระดับที่น้อย 3) การบริหารจัดการพื้นที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทางตรงเท่ากับ 0.307 แสดงถึงการมีอิทธิพล

ต่อความพึงพอใจในงานในระดับปานกลาง 4) การบริการอื่น ๆ ที่แสดงถึงความใส่ใจขององค์กรมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทางตรงเท่ากับ 0.108 แสดงถึงการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานในระดับที่น้อยและ 5) ความพึงพอใจในงานมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทางตรงเท่ากับ 0.493 แสดงถึงการมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานในระดับปานกลาง

จากผลการวิเคราะห์สามารถสร้างเป็นแบบจำลองเพื่อแสดงถึงอิทธิพลของงานบริหารทรัพยากรอาคาร และความพึงพอใจในงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชั่นวายได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบจำลองผลกระทบของการบริหารทรัพยากรอาคารที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชั่นวาย

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาสามารถตอบคำถามวิจัยได้ว่าปัจจัยในการบริหารทรัพยากรอาคารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชั่นวายมีสามปัจจัย คือ ปัจจัยในการจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยการบริหารจัดการพื้นที่ และปัจจัยการบริการอื่น ๆ ที่แสดงถึงความใส่ใจขององค์กร

นอกจากนี้สามารถตอบคำถาม ได้ว่าการบริหารทรัพยากรอาคารส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชั่นวายเชิงประจักษ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดย 1) ปัจจัยในการจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดีจะมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในทางตรงจาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ali et al. (2015) ที่กล่าวว่าภาวะสบายที่เกิดจากจากสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมจะทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้นดีขึ้น และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยความพึงพอใจในงาน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ De Giuli et al. (2012) ที่กล่าวว่าสิ่งแวดล้อมจะส่งผลถึงจิตใจและระดับ

ความเครียดของพนักงาน ซึ่งพนักงานที่ทำงานในสิ่งแวดล้อมที่ดีจะส่งผลถึงความรู้สึกพึงพอใจในงานที่มากขึ้นของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ 2) ปัจจัยการบริหารพื้นที่ที่ดีและจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดี และปัจจัยการจัดบริการอื่น ๆ ที่แสดงถึงความใส่ใจขององค์กรที่มีต่อพนักงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในทางอ้อม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาสามผลการศึกษา คือ ผลการศึกษาแรกของ De Been et al. (2014) ที่กล่าวว่าการบริหารจัดการพื้นที่ที่เหมาะสมจะทำให้พนักงานรู้สึกว่าสิ่งแวดล้อมมีความสะดวกสบายกับการทำงานแต่ละวัน ทำให้สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานได้มากขึ้น และมีระดับความรู้สึกถึงความเป็นส่วนตัวที่เพียงพอ อันจะส่งผลถึงความรู้สึกพึงพอใจในงานของพนักงานที่เพิ่มขึ้น ผลการศึกษาที่สองของ Mas-Machuca et al. (2016) ที่กล่าวว่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่องค์กรจัดหาให้กับพนักงานทำให้พนักงานมีคุณภาพและสมดุลในการใช้ชีวิตที่ดีขึ้น อันจะส่งผลถึงความรู้สึกพึงพอใจในงานของพนักงานที่เพิ่มขึ้น โดยพนักงานที่รู้สึกพึงพอใจในงานจะมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้นในที่สุด และสุดท้ายผลการศึกษาของ Yang et al. (2014) ที่กล่าวว่าพนักงานที่รู้สึกพึงพอใจในงานจะมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น

ซึ่งสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานมากที่สุดที่ผู้บริหารทรัพยากรอาคารควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ การจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพให้พนักงานเกิดความรู้สึกสบาย ทั้งจากอุณหภูมิในที่ทำงานที่เหมาะสม มีการควบคุมเสียงรบกวนที่ดี มีระดับของแสงสว่างที่เหมาะสมกับการทำงาน มีการระบายอากาศภายในอาคารที่ดี รองลงมาเป็นการบริหารจัดการพื้นที่ให้เหมาะกับการทำงาน มีพื้นที่ให้พนักงานสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานได้มากขึ้น และมีระดับความรู้สึกถึงความเป็นส่วนตัวในการทำงานที่เพียงพอ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพนักงานน้อยที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านการบริการอื่น ๆ ที่แสดงถึงความใส่ใจขององค์กรที่องค์กรจัดหาให้กับพนักงานในรูปของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ถึงแม้จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญแต่มีมีอิทธิพลอยู่ในระดับที่น้อย ซึ่งผู้บริหารทรัพยากรอาคารควรให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย

แม้ว่าจากผลการศึกษาการบริหารทรัพยากรอาคารมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชั่นวายอย่างมีนัยสำคัญแต่ก็มีอิทธิพลในระดับที่เล็กน้อยถึงปานกลางเท่านั้น ดังนั้นผู้บริหารองค์กรควรมองการบริหารทรัพยากรอาคารเป็นส่วนเสริมที่จะทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานและมีประสิทธิภาพในการทำงานที่เพิ่มขึ้นโดยไม่ละเลยปัจจัยอื่น ๆ ในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล เช่น การบริหารผลตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น (Khoreva & Wechtler, 2018)

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยคาดหวังว่างานวิจัยนี้จะช่วยเพิ่มมุมมองใหม่ ๆ ทางด้านสาขาวิชาอสังหาริมทรัพย์ในด้านการบริหารทรัพยากรอาคารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน และประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเจเนอเรชั่นวาย เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจถึงความต้องการของพนักงานเจเนอเรชั่นวายและสามารถวาง

กลยุทธ์เพื่อบรรลุจุดประสงค์ในการทำให้พนักงานเจเนอเรชั่นวายสามารถทำงานได้อย่างมีความพึงพอใจและมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การเก็บตัวอย่างในงานวิจัยนี้ใช้วิธีการเก็บทางออนไลน์ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ต่อการบริหารจัดการทรัพยากรที่แตกต่างกันมาก รวมถึงกลุ่มตัวอย่างบางส่วนอาจจะทำงานอยู่ในองค์กรที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรอาคารเลย หากต่อไปในอนาคตมีการกำหนดวิธีเลือกตัวอย่างที่เก็บเฉพาะพนักงานเจเนอเรชั่นวายที่อยู่ในองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรอาคารเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงานอาจมีผลทำให้ผลการศึกษาที่ได้เปลี่ยนไปไม่มากก็น้อย

เอกสารอ้างอิง

รศรินทร์ เกรย, อุมาภรณ์ ภัทรวาณิชย์, อักษราภัค หลักทอ, เจตพล แสงกล้า. (2559). *คุณภาพชีวิต ต่างวัยของผู้มีงานทำ*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

Al horr, Y., et al. (2016). Impact of indoor environmental quality on occupant wellbeing and comfort: A review of the literature. *International Journal of Sustainable Built Environment, 5*(1), 1-11.

Ali, A., Chua, S., & Lim, M. (2015). The effect of physical environment comfort on employees' performance in office buildings. *Structural Survey*, *33*(4/5), 294308.

Cochran, W. (2006). *Sampling techniques*. New York: J. Wiley.

CoreNet Global, Inc. (2015). *The Essential Guide to Corporate Real Estate*. Atlanta: CoreNet Global.

De Been, I., & Beijer, M. (2014). The influence of office type on satisfaction and perceived productivity support. *Journal of Facilities Management*, *12*(2), 142-157.

De Giuli, V., Da Pos, O., De Carli, M. (2012). Indoor environmental quality and pupil perception in Italian primary schools. *Build. Environ. 56*, pp. 335–345.

Kadzis, R. (2015). *Redefining the Executive View of Facility Management (FM).* Houston: International Facility Management Association.

Kaplan, R., & Norton, D. (2004). The strategy map: guide to aligning intangible assets. *Strategy & Leadership, 32*(5), 10-17.

Khoreva, V., & Wechtler, H. (2018). HR practices and employee performance: the mediating role of well-being. *Employee Relations, 40*(2), 227-243.

Madden, R., Piboonrungroj, P., & Berisha, E. (2016). GEN Y In the workplace: a perspective from Thailand. Kuala Lumper: Asian Institute of Finance (AIF).

Malhotra, N. (2019). Marketing Research. *Harlow*, United Kingdom: Pearson Education Canada.

Mas-Machuca, M., Berbegal-Mirabent, J., & Alegre, I. (2016). Work-life balance and its relationship with organizational pride and job satisfaction. *Journal of Managerial Psychology, 31*(2), 586-602.

Millican, K. (2016). *Workplace amenities and early adulthood: improving retention in the workplace.* Master of Fine Arts, Florida: Florida State University.

Mitchell-Ketzes, S. (2003). Optimising business performance through innovative workplace strategies. *Journal of Facilities Management, 2*(3), 258-275.

Nederlands Normalisatie-instituut. (2017). *Facility Management - Deel 1: Termen en definities*, Delft.

Plaskoff, J. (2017). Employee experience: the new human resource management approach. *Strategic HR Review, 16*(3), 136-141.

Roscoe, J.T. (1975). Fundamental Research Statistics for The Behavioral Science, International Series in Decision Process. *Holt*, New York: Rinehart and Winston Inc.

Syer, C., Jad-Moussa, R., Pelletier, S., & Shore, B. (2003). Adaptive-creative versus routine-reproductive expertise in hypermedia design: an exploratory study. Cognition, Technology & Work, 5(2), 94-106.

van der Voordt, T. (2004). Productivity and employee satisfaction in flexible workplaces. *Journal of Corporate Real Estate, 6*(2), 133-148.

Swamy, DR., Nanjundeswaraswamy, T S., & Rashmi, S. (2015). Quality of work life: scale development and validation. *International Journal of Caring Sciences, May-August 2015 8*(2): 281-300.

Yang, C., & Hwang, M. (2014). Personality traits and simultaneous reciprocal influences between Job performance and job satisfaction. *Chinese Management Studies, 8*(1), 6-26.

อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานตอนต้นในกรุงเทพมหานคร

The Influence of Online Marketing Communications on Attitude, Subjective Norm, and Intention to Study with Online Institutions among Early Age Working Consumers in Bangkok.

เจตน์ กลิ่นบุบผา

Jade Klinbubpha

นิสิตปริญญาโทสาขาวิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Master of Arts (Communication Arts and Information), Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University

รองศาสตราจารย์นธกฤต วันต๊ะเมล์, Ph.D.

Associate Professor Nottakrit Vantamay, Ph.D.

ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University

อีเมล์: jade.klinbubpha@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของสถาบันออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานตอนต้นในกรุงเทพมหานคร 2) ทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ 3) อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อทัศนคติที่มีต่อสถาบันออนไลน์ 4) อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อสถาบันออนไลน์ 5) อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ 6) อิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อสถาบันออนไลน์ต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ 7) อิทธิพลของบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อสถาบันออนไลน์ต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของสถาบันออนไลน์กลุ่มผู้บริโภควัยทำงานตอนต้นอายุ 25-34 ปี ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย กับการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์เป็นบางครั้ง [$\bar{x}$ = 3.38] 2) กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วย [$\bar{x}$ = 4.19] บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงอยู่ในระดับปานกลาง

[$\bar{x}$ = 3.13] และมีความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์อยู่ในระดับมาก [$\bar{x}$ = 4.19] 3) เครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติคือ Facebook (β = .298) กับ SEO (β = .167) 4) เครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงคือ Instagram (β = .274) Mobile Application (β = .193) Website (β = .180) Line Official (β = .133) 5) เครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะศึกษาจากสถาบันออนไลน์ Facebook (β = .254) SEO (β = .178) Instagram (β = .165) และ Line Official (β = .177) 6) ทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ (β = .717) 7) บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ (β = .648) จากผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปวางแผนการสื่อสารการตลาดให้มีประสิทธิผลมากขึ้น

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจ สถาบันออนไลน์ ผู้บริโภควัยทำงานตอนต้น

Abstract

The objective of this study is to examine 1) The exposure of online marketing communications tools with online institutions among early age working consumers in Bangkok 2) The Attitude, Subjective norm and Intention to study with online institutions 3) The influence of online marketing communications tools on attitudes of online institutions 4) The influence of online marketing communications tools on subjective norm of online institutions 5) The influence of online marketing communications tools on intention to study with online institutions 6) The influence of attitudes of online institutions on the intention to study with online institutions 7) The influence of subjective norm of online institutions on the intention to study with online institutions. This research study is quantitative methodology collecting from 400 subjects who have seen online marketing communications tools of online institutions among early working years consumers on 25 -34 in Bangkok to analyze statistical data including frequency, mean and standard deviation, simple regression analysis and multiple regression analysis by determine the level of statistical significance .05.

The results of the research showed that 1) The samples sometimes expose online marketing communications. [$\bar{x}$ = 3.38] 2) The level of attitude towards to online institutions at the agreed level [$\bar{x}$ = 4.19] subjective norm at a moderate level [$\bar{x}$= 3.13]. There is high level on intention to study with online institutions [$\bar{x}$ = 4.19]. 3) Online marketing communications tools affecting attitudes of online institutions are Facebook (β = .298) and SEO (β = .167) 4) Online marketing communications tools affecting subjective norm are Instagram (β = .274), Mobile

Application (β = .193), Website (β = .180), and Line Official (β = .133) 5) Online marketing communications tools affecting intention to study with online institutions are Facebook (β = .254), SEO (β = .178), Line Official (β = .177), and Instagram (β = .165) 6) Attitude of online institutions affects the intention to study with online institutions (β = .717) 7) Subjective norm of online institutions affects the intention to study with online institutions (β = .648). Thus, this study contributes planning effective marketing communications.

Keywords: Online Marketing, Attitude, Subjective Norm, Intention, Online Institutions, Early Age Working Consumer.

บทนำ

โลกปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไป สังคมก้าวไปสู่โลกยุคเทคโนโลยีการสื่อสารโดยใช้อินเทอร์เน็ต และเป็นเหตุให้การดำเนินชีวิตของมนุษยชาติเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งประเทศไทยนั้นก้าวสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว โดยเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ., 2562 ข) ได้รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 ประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนประชากร ด้วยเหตุนี้ทำให้การดำเนินชีวิตของคนไทยได้เปลี่ยนไปใช้ชีวิตผ่านทางออนไลน์มากขึ้น และมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการดำเนินชีวิตตามยุคสมัย รวมถึงเรื่องการศึกษาซึ่งเทคโนโลยีได้เข้ามาผสมผสานจนเกิดการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์ ผู้เรียนนั้นสามารถเลือกหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการเพื่อนำไปต่อยอดในการประกอบอาชีพและดำเนินชีวิต จึงทำให้กลุ่มธุรกิจสถาบันออนไลน์ มีการแข่งขันกันเป็นอย่างสูง Coles, L (2018) ได้อธิบายไว้ใน Social Medial for Business ว่าการตลาดดิจิทัลหรือการสื่อสารการตลาดออนไลน์นั้นมีอิทธิพลต่อสังคมในยุคนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากมีหลายช่องทางที่ทำให้ดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดีด้วยความสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมาก เช่น Facebook/ Instagram/ Twitter/ Youtube/ Website/ SEO/ Line Official และ Mobile Application สพธอ. (2562 ก) ได้แสดงผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2561 สื่อออนไลน์ที่นิยมใช้ทำการตลาดมากที่สุดอันดับ 1 คือ Facebook มากถึงร้อยละ 30.61 รองลงมาเป็นของ Youtube และ Google ร้อยละ 29.93 และสุดท้าย Line ร้อยละ 14.29 นธกฤต วันต๊ะเมล์ (2561) ได้กล่าวเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ไว้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารการตลาด โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งในปัจจุบันถือเป็นเครื่องมือสำหรับใช้สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยราคาต้นทุนที่ไม่สูงมาก และยุคสมัยที่ผู้บริโภคมีวิถีการดำเนินชีวิตส่วนใหญ่บนโลกออนไลน์ ทำให้นักการตลาดเล็งเห็นว่าการสื่อสารออนไลน์เป็นช่องทางเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างโดยตรง

สุชาติ ไตรภพสกุล และ ชาคริต พิชญางกูร (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุต่อการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ของประเทศไทยกล่าวถึงวัยทำงานเริ่มต้นในช่วงอายุ 25 -34 ปี ไว้ว่าด้วยปัจจัยในหลายด้านที่ทำให้คนวัยนี้มองเห็นโอกาส สามารถพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการทำงานได้มากกว่ากลุ่มคนในช่วงวัยอื่น

ซึ่ง ManpowerGroup (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การเติบโตของ NextGen Work และกล่าวไว้ว่ากลุ่มคนช่วงวัยดังกล่าวมีความต้องการความก้าวหน้าในอาชีพและพร้อมปรับปรุงทักษะในการทำงานใหม่ ๆ อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภควัยทำงานในประเทศไทยของผู้ใช้งาน Job Thai Mobile Application ในช่วงครึ่งปีแรก พ.ศ. 2562 พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานหลักในการใช้งาน Job Thai เพื่อสมัครงานเป็นกลุ่มช่วงอายุ 25-34 ปี (วัยทำงานตอนต้น) สูงถึงร้อยละ 49.56 จากจำนวนผู้ใช้งานทั้งหมด 782,551 คน (JobThai, 2562)

ในปัจจุบันนั้นการแสวงหาความรู้ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไปเพียงใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม โดยผู้บริโภคในยุคปัจจุบันใช้เวลาส่วนมากไปกับการออนไลน์ เพื่อทำการเปรียบเทียบและตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งถือเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ (Chaffey, D., & Ellis-Chadwick F., 2019) ด้วยเหตุนี้พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สถาบันออนไลน์จะนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยทั่วไปสาเหตุของพฤติกรรมของมนุษย์ในการกระทำสิ่งใดมักจะมีเหตุผลของการกระทำ ปัจจัยที่เป็นตัวกำนดการกระทำของมนุษย์คือ ทัศนคติ และ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ เช่น หากมีความสนใจในสินค้าหรือบริการประเภทใดประเภทหนึ่ง ส่วนหนึ่งมาจากการประเมินคุณค่าว่าสิ่งนั้นมีประโยชน์ จนก่อเป็นทัศนคติด้านบวก และอีกส่วนมาจากบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามในการกระทำว่าควรที่จะกระทำตามหรือไม่ ตามแนวคิดทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล หรือ Theory of Reasoned Action (Fishbein, M., & Ajzen, I., 1975) ผู้วิจัยจึงเลือกมาเป็นทฤษฎีต้นแบบในการศึกษาในครั้งนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

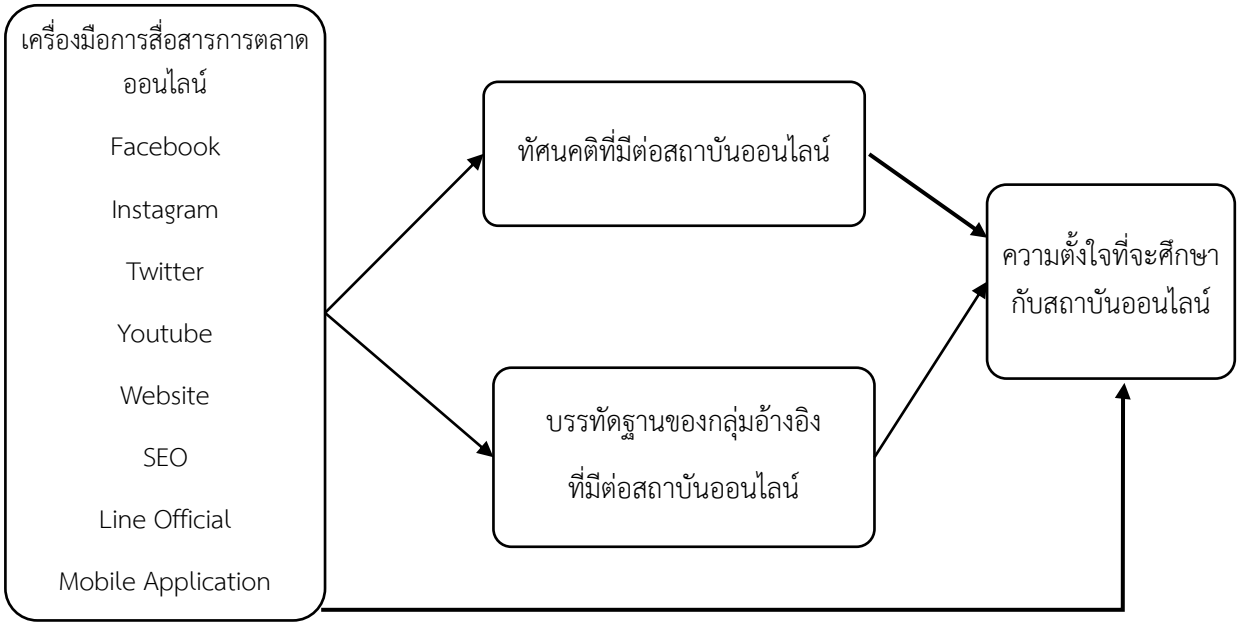
1. เพื่อศึกษาการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของสถาบันออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานตอนต้นในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อทัศนคติที่มีต่อสถาบันออนไลน์
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อสถาบันออนไลน์
5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์
6. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อสถาบันออนไลน์ ต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์
7. เพื่อศึกษาอิทธิพลของบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อสถาบันออนไลน์ ต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์

ทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ทฤษฎี การกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันออนไลน์ (Online Institution) แนวคิด

เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) และการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงได้นำมาสู่กรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินงานวิจัยโดยวิธีสำรวจใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นที่มีช่วงอายุ 25-34 ปี และอาศัยในกรุงเทพมหานคร ด้วยการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง (Yamane, 1973) จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) และนำมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) อธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของสถาบันออนไลน์ รวมถึงทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) การนำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis: SRA) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis: MRA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากร

ส่วนมากเป็นเพศหญิงมีร้อยละ 58.3 มากกว่าเพศชาย วุฒิการศึกษาส่วนมากของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปริญญาตรีร้อยละ 61.5 และทำงานในบริษัทเอกชนถึงร้อยละ 46.3 และมีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท ร้อยละ 36.5

ส่วนที่ 2 การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของสถาบันออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานตอนต้นในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์

เครื่องมือการสื่อสารการตลาดออไลน์	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผลข้อมูล
1. Facebook	3.90	0.80	บ่อยครั้ง
2. Instagram	3.41	1.25	บางครั้ง
3. Twitter	1.87	1.08	นาน ๆ ครั้ง
4. Youtube	3.83	1.01	บ่อยครั้ง
5. Website	3.71	1.19	บ่อยครั้ง
6. SEO	3.48	1.44	บางครั้ง
7. Line Official	3.50	1.36	บางครั้ง
8. Mobile Application	3.38	1.43	บางครั้ง
รวม	**3.38**	**0.95**	**บางครั้ง**

หมายเหตุ: ให้คะแนนแบบ Rating Scale แทบจะไม่เคย = 1 คะแนน ไปจนถึงเป็นประจำ = 5 คะแนน โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล 1.00–1.50 แทบจะไม่เคย, 1.51–2.50 นาน ๆ ครั้ง, 2.51–3.50 บางครั้ง, 3.51–4.50 บ่อยครั้ง, 4.51–5.00 เป็นประจำ

จากตารางที่ 1 ผู้บริโภควัยทำงานตอนต้นในกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ภาพรวมในระดับบางครั้ง [$\bar{x}$ = 3.38, SD = 0.95]

ส่วนที่ 3 **ทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์**

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผล ทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผลข้อมูล
1. ทัศนคติ	4.19	0.54	เห็นด้วย
2. บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง	3.13	1.22	ปานกลาง
3. ความตั้งใจที่จะศึกษา	4.19	0.93	มาก

ทัศนคติ: ให้คะแนนแบบ Likert Scale ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 คะแนน โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล 1.00–1.50 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.51–2.50 ไม่เห็นด้วย, 2.51–3.50 ไม่แน่ใจ, 3.51–4.50 เห็นด้วย, 4.51 – 5.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง: ให้คะแนนแบบ Likert Scale น้อยที่สุด = 1 คะแนน ไปจนถึงมากที่สุด = 5 คะแนน โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล 1.00–1.50 น้อยที่สุด, 1.51–2.50 น้อย, 2.51–3.50 ปานกลาง, 3.51–4.50 มาก, 4.51–5.00 มากที่สุด

ความตั้งใจ: ให้คะแนนแบบ Rating Scale น้อยที่สุด = 1 คะแนน ไปจนถึงมากที่สุด = 5 คะแนน โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล 1.00–1.50 น้อยที่สุด, 1.51–2.50 น้อย, 2.51–3.50 ปานกลาง, 3.51–4.50 มาก, 4.51–5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วย [$\bar{x}$ = 4.19, SD = 0.54] บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงอยู่ในระดับปานกลาง [$\bar{x}$ = 3.13, SD = 1.22] และมีความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์อยู่ในระดับมาก [$\bar{x}$ = 4.19, SD = 0.93]

ส่วนที่ 4 **อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อทัศนคติที่มีต่อสถาบันออนไลน์**

ตารางที่ 3 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล MRA (เครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์กับทัศนคติ)

ตัวแปรอิสระ	b	Std. Error	β	t	Sig
1. Facebook	.200	.043	.298	4.630	.000**
2. Instagram	.036	.031	.085	1.177	.240
3. Twitter	.031	.020	.062	1.525	.128
4. Youtube	.037	.038	.070	.983	.326
5. Website	.042	.035	.094	1.210	.227
6. SEO	.067	.028	.167	2.361	.019*
7. Line Official	.006	.031	.016	.203	.839
8. Mobile Application	.055	.030	.146	1.844	.066
R = .646, Adjusted R^2 = .405, F = 35.011, Sig F = .000**					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบปกติพบว่า เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นให้คงที่ พบว่ามี 2 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อสถาบันออนไลน์ คือ การเปิดรับข่าวสารจาก Facebook โดยมีค่าอิทธิพล .298 (beta = .298) รองลงมาคือการเปิดรับข่าวสารจาก SEO มีค่าอิทธิพล .167 (beta = .167) เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์การตัดสินใจกลุ่มของตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการแปรผันของตัวแปรตามได้อย่างถูกต้องร้อยละ 40.5 (Adjusted R^2 = .405)

ส่วนที่ 5 อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อสถาบันออนไลน์

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล MRA (เครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์กับบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง)

ตัวแปรอิสระ	b	Std. Error	β	t	Sig
1. Facebook	.054	.083	0.35	.647	.518
2. Instagram	.268	.059	.274	4.512	.000**
3. Twitter	.042	.039	.037	1.083	.279
4. Youtube	.030	.072	.025	.417	.677
5. Website	.184	.067	.180	2.732	.007*
6. SEO	.049	.055	.053	.890	.374
7. Line Official	.118	.059	.133	1.998	.046*
8. Mobile Application	.164	.057	.193	2.883	.004*
R = .763, Adjusted R^2 = .574, F = 68.203, Sig F = .000**					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบปกติพบว่า เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่น ๆ ให้คงที่ พบว่ามี 4 ตัวแปรมีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง คือ การเปิดรับข่าวสารจาก Instagram มีค่าอิทธิพล .274 (beta = .274) รองลงมาจากการเปิดรับข่าวสารจาก Mobile Application มีค่าอิทธิพล .193 (beta = .193) และการเปิดรับข่าวสารจาก Website มีค่าอิทธิพล .180 (beta = .180) และการเปิดรับข่าวสาร Line Official มีค่าอิทธิพล .133 (beta = .133) เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์การตัดสินใจกลุ่มของตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการแปรผันของตัวแปรตามได้อย่างถูกต้องร้อยละ 57.4 (Adjusted R^2 = .574)

ส่วนที่ 6 อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์

ตารางที่ 5 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล MRA (เครื่องมือการสื่อสารการตลาดออไลน์กับความตั้งใจ)

ตัวแปรอิสระ	b	Std. Error	β	t	Sig
1. Facebook	.299	.069	.254	4.316	.000**
2. Instagram	.124	.049	.165	2.516	.012*
3. Twitter	.023	.032	.026	.709	.479
4. Youtube	.059	.060	.064	.986	.325
5. Website	.074	.056	.094	1.317	.189
6. SEO	.125	.045	.178	2.748	.006**
7. Line Official	121	.049	.177	2.464	.014*
8. Mobile Application	.006	.047	.009	.126	.900
R = .716, Adjusted R^2 = .502, F = 51.280, Sig F = .000**					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบปกติพบว่า เมื่อควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่น ๆ ให้คงที่ พบว่ามี 4 ตัวแปรที่มีอิทธิพลที่มีต่อความตั้งใจที่จะศึกษาจากสถาบันออนไลน์คือ การเปิดรับข่าวสารจาก Facebook มีค่าอิทธิพล .254 (beta = .254) และการเปิดรับข่าวสารจาก SEO มีค่าอิทธิพล .178 (beta = .178) การเปิดรับข่าวสารจาก Line Official มีค่าอิทธิพล .177 (beta = .177) และการเปิดรับข่าวสารจาก Instagram มีค่าอิทธิพล .165 (beta = .165) นอกจากนี้สัมประสิทธิ์การตัดสินใจกลุ่มของตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการแปรผันของตัวแปรตามได้อย่างถูกต้องร้อยละ 50.2 (Adjusted R^2 = .502)

ส่วนที่ 7 อิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อสถาบันออนไลน์ ต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์

ตารางที่ 6 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล SRA (ทัศนคติกับความตั้งใจ)

ประเด็น	a	b	t	beta	Sig
ทัศนคติที่มีต่อสถาบันออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์	.1429	1.254	20.516	.717	.000**
R^2 = .514, F = 420.904, Sig F = .000**					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายพบว่า ทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าอิทธิพล .717 (beta = .717) นอกจากนี้ทัศนคติสามารถอธิบายความแปรผันของความตั้งใจที่จะศึกษาจากสถาบันออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง 51.4 (R^2 = .514)

ส่วนที่ 8 อิทธิพลของบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อสถาบันออนไลน์ ต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์

ตารางที่ 7 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล SRA (บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงกับความตั้งใจ)

ประเด็น	a	b	t	beta	Sig
บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อสถาบันออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์	2.267	.497	16.961	.648	.000**
R^2 = .420, F = 287.669, Sig F = .000**					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายพบว่า บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าอิทธิพล .648 (beta = .648) นอกจากนี้บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงอธิบายความแปรผันของความตั้งใจที่จะศึกษาจากสถาบันออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง 42.0 (R^2 = .420)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปและอภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของสถาบันออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานตอนต้นในกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับรับโดยรวมอยู่ในระดับบางครั้ง [$\bar{x}$ = 3.38] จะเห็นได้ว่าการใช้เครื่องมือการสื่อสารตลาดออนไลน์อยู่ในระดับที่น้อยอยู่สามารถเพิ่มช่องทางการสื่อสารการตลาดออนไลน์ให้มากขึ้นในส่วนของ SEO/ Instagram/ Mobile Application/ และTwitter จะทำให้การสื่อสารการตลาดเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ตามที่ นธกฤต วันต๊ะเมล์ (2557) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน มีการใช้ชีวิตบนโลกออนไลน์เป็นส่วนมาก จึงทำให้หน่วยงานร้านค้าและองค์กรต่าง ๆ นิยมใช้ช่องทางออนไลน์เป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Kaur, G. (2016) ที่ระบุไว้ในงานวิจัยว่า Social Media สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ด้วยการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ต นักการตลาดควรนำ Social Media มาใช้ในด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ และ Vinerean, S., Cetina, I., Dumitrescu, L., & Tichindelean, M. (2013) กล่าวไว้ในงานวิจัยว่าแบรนด์จะประสบความสำเร็จได้ ต้องใช้การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ตรงจุด และสมัยปัจจุบันคือการใช้สื่อ Social Media ประเภทต่าง ๆ ซึ่งต้องเลือกใช้เครื่องมือออนไลน์ให้ตรงกลุ่มผู้บริโภคจึงจะประสบความสำเร็จ

2) ทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ มีทัศนคติโดยรวม [$\bar{x}$ = 4.19] อยู่ในระดับเห็นด้วยค่อนข้างสูง ควรหาหลักสูตรที่หลากหลายให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและปรับราคาให้เหมาะสมจะเป็นการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีได้ ซึ่งบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงโดยรวม [$\bar{x}$ = 3.13] อยู่ในระดับปานกลาง จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงหลัก คือเพื่อนร่วมงานที่สามารถ

สร้างแนวโน้มให้กับพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ และความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์โดยรวม [$\bar{x}$ = 4.19] อยู่ในระดับมาก ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลความโดยตั้งใจนั้นเกิดจากทัศนคติและบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง จากผลการวิจัยผู้บริโภคนั้นมีความสนใจในตัวหลักสูตรหรือสถาบันออนไลน์อยู่ในระดับที่สูง หากเพิ่มความน่าสนใจหรือแรงดึงดูดที่ดีผู้บริโภคจะมีความตั้งใจที่จะศึกษามากขึ้นซึ่ง อิทธิวัฒน์ รัตนพองบู่ (2555) กล่าวไว้ว่าผลลัพธ์ของการกระทำนั้นเกิดจากองค์ประกอบที่เพียงพอ ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ramayah, T., & Aafaqi, B. (2005) ที่กล่าวว่าไว้ในงานวิจัยว่า ทัศนคติ และบรรทัดของกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์

3) อิทธิพลร่วมของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อทัศนคติที่มีต่อสถาบันออนไลน์ พิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายอิทธิพลที่มีต่อทัศนคติได้ดีที่สุดคือ Facebook (β = .298) และ SEO (β = .167) หากผู้ประกอบการสถาบันออนไลน์มีความประสงค์ที่จะสร้างทัศนคติในแง่บวกแก่กลุ่มผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น ควรทำการเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ในสองช่องทางดังกล่าวให้ตรงตามความต้องการ เพื่อที่กลุ่มผู้บริโภคจะมีทัศนคติที่ดีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Duffett, R. G. (2017) ที่สรุปไว้ในงานวิจัยว่าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์สามารถส่งผลทำให้เกิดทัศนคติที่ดีได้ โดยที่จุฬารัตน์ ขันแก้ว (2558) กล่าวว่าการสื่อสารการตลาดออนไลน์ส่งผลกระทบกับความสัมพันธ์เชิงบวกของความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งก่อให้เกิดเป็นทัศนคติที่ดีได้หากเลือกใช้เครื่องมือที่ถูกต้อง

4) อิทธิพลร่วมของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อสถาบันออนไลน์ สรุปได้ว่า การเสริมสร้างบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงสามารถทำได้โดยเพิ่มประสิทธิภาพในการการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่าน Instagram (β = .274) Mobile Application (β = .193) Website (β = .180) Line Official (β = .133) ให้มากยิ่งขึ้น ตามที่ Fishbein, M., and Ajzen, I. (1975) กล่าวไว้ว่าความสัมพันธ์ของบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต้องได้รับแรงผลักมาจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งและทำการประเมินผลลัพธ์ของการกระทำจะคล้อยตามจากแรงผลักดัน ซึ่งสนับสนุนงานวิจัยของ Peslak, A., Ceccuci, W., & Sendall, P. (2012) ที่สรุปไว้ในงานวิจัยว่าสื่อออนไลน์นั้นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง

5) อิทธิพลร่วมของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ กล่าวสรุปจากผลการวิจัยได้ว่าการเปิดรับข่าวสารจาก Facebook (β = .254) SEO (β = .178) จาก Line Official (β = .177) และการเปิดรับข่าวสารจาก Instagram (β = .165) โดยที่ Coles, L. (2018) อธิบายว่าการตลาดออนไลน์ นั้นมีหลายช่องทางในการช่วยผลักดันทางธุรกิจ เนื่องจากการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก และสามารถเพิ่มความสนใจในสถาบันออนไลน์จนกลายเป็นความตั้งใจที่จะศึกษาได้ หากเพิ่มสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์และสิ่งชักจูงใจในการสมัครเรียนเช่นการส่งเสริมการขายที่น่าดึงดูดและมีราคาที่น่าสนใจ หรือหลักสูตรที่น่าเรียนและตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค นั้นจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bi, S., Liu, Z., and Usman, K. (2017) ที่กล่าวไว้ในงานวิจัยว่าข้อมูลข่าวสารออนไลน์ของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

6) อิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อสถาบันออนไลน์ต่อความตั้งใจที่จะศึกษากับสถาบันออนไลน์ (β = .717) สรุปได้ว่า ทัศนคตินั้นจะเป็นตัวกำหนดทิศทางหลักในการทำให้เกิดความตั้งใจที่จะศึกษาจากสถาบันออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องหลักสูตร ราคา ความเหมาะสมต่าง ๆ นั้นจะสร้างแรงจูงใจในการที่จะศึกษาจากสถาบันออนไลน์ได้

เป็นอย่างดี ตามที่ Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000) ซึ่งทัศนคติจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมรวมถึงสิ่งที่บุคคลแสดงออกมา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mitchell, B. L., and Geva-May, I. (2009) ที่กล่าวไว้ในงานวิจัยว่าการเรียนออนไลน์นั้นมักจะได้รับอิทธิพลหลักมาจากทัศนคติที่ดีและจะปรับเปลี่ยนไปเป็นพฤติกรรมในการเรียนรู้ออนไลน์ และภัทราวดี วงศ์สุเมธ (2556) ที่กล่าวไว้ว่าทัศนคติที่ดีเป็นหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จนกลายเป็นการยอมรับและเกิดเป็นการเรียนผ่านระบบออนไลน์ได้

7) อิทธิพลของบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อสถาบันออนไลน์ต่อความตั้งใจที่จะศึกษาจากสถาบันออนไลน์ (β = .648) จากผลการวิจัยพบว่าบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงเป็นอีกปัจจัยให้เกิดความตั้งใจที่จะศึกษาจากสถาบันออนไลน์ ทางสถาบันออนไลน์ควรเสริมสร้างแรงผลักจากบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงให้มากยิ่งขึ้นเพื่อที่จะทำให้เกิดเป็นความตั้งใจที่จะศึกษาจากสถาบันออนไลน์ตามมา จากผลการศึกษาวิจัย ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hasbullah, N. A., Osman, A., Abdullah, S., Salahuddin, S. N., Ramlee, N. F., and Soha, H. M. (2016) ที่กล่าวไว้ในงานวิจัยว่าบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงและทัศนคติต่อสินค้าหรือบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการ Ramayah, T., and Aafaqi, B. (2005) ได้สนับสนุนความคิดจากผลการวิจัยที่ว่าการซื้อสินค้า(บริการออนไลน์) ได้รับอิทธิพลส่วนหนึ่งมาจากบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงจากการที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผู้ประกอบการสถาบันออนไลน์ รวมถึงหน่วยงานที่ต้องการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ และนักการสื่อสารตลาด ด้วยจากผลการวิจัยที่กลุ่มผู้บริโภคยังมีการเปิดรับการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก ดังนั้นควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารการตลาดออนไลน์ และปรับปรุงพัฒนาเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากช่องทางการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในยุคปัจจุบันเป็นสิ่งที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นอย่างมาก ควรมุ่งเน้นทำการศึกษาถึงช่องทางที่กลุ่มผู้บริโภคนิยมใช้ เช่น Facebook Youtube และ Website ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสถาบันออนไลน์ ควรจัดหลักสูตรที่มีความน่าสนใจให้กับผู้บริโภค รวมถึงการตั้งราคาที่เหมาะสม เพิ่มการจัดการส่งเสริมการขายที่น่าดึงดูด และน่าสนใจให้กลุ่มผู้บริโภค โดยการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อหาแนวทางวิธีการใช้ช่องทางการสื่อสารการตลาดออนไลน์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด จะเป็นการเสริมสร้างทัศนคติในเชิงบวกให้แก่ผู้บริโภคควรใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ Facebook และ SEO ให้มากยิ่งขึ้นเนื่องจากทัศนคติที่ดีเป็นหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดความตั้งใจที่จะศึกษาจากสถาบันออนไลน์ได้ ส่วนแนวทางการเสริมสร้างบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงควรเลือกช่องทางการสื่อสารการตลาดออนไลน์ประเภท Instagram/ Mobile Application/ Website/ Line Official เป็นตัวเพิ่มแรงผลักดันด้วยเหตุผลที่บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะศึกษาจากสถาบันออนไลน์ และนอกจากนี้การสื่อสารการตลาดออนไลน์โดยผ่านช่องทาง Facebook/ SEO/ Instagram และ Line Official ยังเป็นอีกส่วนที่สำคัญในการเสริมสร้างความตั้งใจที่จะศึกษาจากสถาบันออนไลน์ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย ควรคำนึงถึงการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ให้ครบทุกประเภท เนื่องจากเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์มักมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน และยุคนี้ยังทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้โดยตรง

เอกสารอ้างอิง

จุฬารัตน์ ขันแก้ว. (2558). กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและผลการดำเนินงานทางการตลาดหลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจบริการในประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 41(159), 1-32.

นธกฤต วันต๊ะเมล์. (2557). *การสื่อสารการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิยาลัยเกษตรศาสตร์.

_____. (2561). *การตลาดเพื่อความยั่งยืน*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภัทราวดี วงศ์สุเมธ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบการเรียนผ่านเว็บ. *Executive Journal*, 33(3), 3-10.

สุชาติ ไตรภพสกุล และ ชาคริต พิชญางกูร. (2561). ปัจจัยเชิงสาเหตุต่อการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ของประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจนิด้า*, 12(22), 44-60.

สำนักยุทธศาสตร์สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2562 ก). *รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2561 (ฉบับปรับปรุง)*, สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2562 จาก https://bit.ly/2NhDv9r.

_____. (2562 ข). *รายงานสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 256*1, สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2562 จาก https://bit.ly/3a0eOYJ.

อิทธิวัฒน์ รัตนพองบู่. (2555). *E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: วิตตี้กรุ๊ป

Bi, S., Liu, Z., & Usman, K. (2017). The influence of online information on investing decisions of reward-based crowdfunding. *Journal of Business Research*, 71, 10-18.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice.* (7th ed). Harlow: Pearson Education Limited.

Coles, L. (2018). *Social Media for Business: Foolproof Tips to Help You Promote Your Business or Your Brand*. (1st ed). Melbourne: John Wiley & Sons Australlia, Ltd.

Duffett, R. G. (2017). Influence of social media marketing communications on young consumers' attitudes. *Yong Consumers,* 1(18), 19-39.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.* Massachusetts: Addison-Wesley.

Hasbullah, N. A., Osman, A., Abdullah, S., Salahuddin, S. N., Ramlee, N. F., & Soha, H. M. (2016). The Relationship of Attitude, Subjective Norm and Website Usability on Consumer Intention to Purchase Online: An Evidence of Malaysian Youth. *Procedia Economics and Finance*, 35, 493-502.

JobThai. (2562). *อัปเดตสถิติการใช้งาน JobThai ในรอบครึ่งปี 2019 ยอดผู้เข้าใช้งานพุ่งเกือบ 11 ล้าน*. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2562, จาก https://bit.ly/2JRwXws.

Kaur, G. (2016). Social Media Marketing. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 4(7), 34-35.

ManpowerGroup. (2560). *GigResponsibly: การเติบโตของ Next Gen Work*. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2562, จาก https://bit.ly/36DhusY.

Mitchell, B. L., & Geva-May, I. (2009). Attitudes Affecting Online Learning Implementation in Higher Education Institutions. *Journal of Distance Education,* 23(1), 71-88.

Peslak, A., Ceccuci, W., & Sendall, P. (2012). An Empirical Study of Social Networking Behavior Using Theory of Reasoned Action, *Journal of Information Systems Applied Research,* 5(3), 12-23.

Ramayah, T., & Aafaqi, B. (2005). *Intention to Shop Online Amongst MBA Students: Applicability of the Theory of Reasoned Action (TRA)*. สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2562, จาก https://bit.ly/2FCkUAu.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior*. (7th ed). New Jersey: Prentice Hall.

Vinerean, S., Cetina, I., Dumitrescu, L., & Tichindelean, M. (2013). The Effects of Social Media Marketing on Online Consumer Behavior. *International Journal of Business and Managemen**t***, 8(14), 66-79.

Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed). New York: Harper and Row.

ทักษะความรู้ที่ได้จากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ในสถานประกอบการทางการบัญชีและไม่ใช่ทางการบัญชีของนักศึกษาบัญชี

Knowledge Skills Received from Professional Experience Training in Accounting and Non-Accounting Firms of Accounting Students

ชลดา ตันรัตนะ* นภัสวรรณ จินดารัตน์มณี* และภัทรธิดา สาลีสี*

Chonlada Tanrattana* Napatsawan Jindaratmanee* and Pattaratida Saleesee*

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*

Undergraduate student, Program in Accounting, Faculty of Management Science, Silpakorn University*

Email: toontuncld@gmail.com* napatsawan.jind@gmail.com* and pat.pattarati@gmail.com*

อิสราภรณ์ ทนุผล**

Issaraporn Thanupon**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร**

Assistant Professor of the Faculty of Management Science, Silpakorn University**

Email: issaraporn@ms.su.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบทักษะความรู้ที่คาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพกับทักษะที่ได้รับหลังการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ (2) เปรียบเทียบทักษะความรู้ที่นักศึกษาได้รับจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการทางบัญชีและไม่ใช่ทางบัญชี วิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากนักศึกษามหาวิทยาลัยในแต่ละภูมิภาค จำนวนตอบกลับ 126 คน สถิติที่ใช้ t-test ในการทดสอบความสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า (1) ทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีที่ผู้ฝึกได้รับจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการทางบัญชีสูงกว่าทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีจากการฝึกประสบการณ์สถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางบัญชี (2) ทักษะความรู้ที่จะได้รับจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพน้อยกว่าความคาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ได้แก่ ทักษะด้านบัญชี อีกทั้งพบว่า ทักษะความรู้ที่จะได้รับจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพมากกว่าความคาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ได้แก่ ทักษะด้านภาษี ทักษะด้านภาษา และทักษะด้านเทคโนโลยี

คำสำคัญ : การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ , สถานประกอบการทางบัญชี , สถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางบัญชี , ทักษะความรู้

Abstract

The objectives of this research were (1) to compare expected knowledge skills of professional experience training before training and received knowledge skills of professional experience training after training (2) to compare received knowledge skills of professional experience training from accounting firms and non-accounting firms. The primary data were gathered by questionnaires sent to students in university located in each regions of Thailand, the responses were 126 persons. T-test were used in this research for testing relationship.

It was found that (1) Knowledge skill of technology was received from professional experience training in accounting firms higher than skill of technology was received from professional experience training in non-accounting firms. (2) The knowledge skill was received from professional experience training less than expected knowledge skills of professional experience training, accounting skill. However, it was found that the knowledge skills were received from professional experience training more than expected knowledge skills of professional experience training as follows: tax skill, language skill and technology skill.

Keywords : Professional Experience Training , Accounting Firms , Non-Accounting Firms , Knowledge Skills

บทนำ

ในปัจจุบันการพัฒนากำลังคนนับเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาประเทศในเรื่องทรัพยากรมนุษย์ เพื่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนเนื่องจากมีการแข่งขันที่สูง ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีกำลังแรงงานในประเทศที่มีคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นทักษะวิชาชีพหรือความรู้ทางด้านต่างประเทศ การฝึกประสบการณ์วิชาชีพถือเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างหลักสูตรการศึกษา โดยการฝึกประสบการณ์วิชาชีพเป็นการฝึกงานในสถานประกอบการจริง เพื่อเรียนรู้วิธีการทำงาน การตัดสินใจ การปรับปรุงคุณภาพงาน และการใช้เวลาอย่างมีประสิทธิภาพตลอดจนทำให้รู้จุดแข็ง จุดอ่อนของตัวเอง ทำให้เกิดความพร้อมและความมั่นใจในการเข้าสู่อาชีพนักบัญชี โดยทั่วไปก่อนจะเข้าสู่วิชาชีพจะต้องมีการฝึกฝน ขัดเกลาคุณลักษณะ 3 ประการที่สำคัญคือ ด้านปัญญา/ความรอบรู้ ด้านคุณธรรมและด้านทักษะปฏิบัติโดยต้องมีคุณลักษณะดังกล่าวครบทุกด้านอย่างสมดุลกัน การฝึกประสบการณ์วิชาชีพสามารถทำได้ตลอดเวลาในการเรียนตลอดหลักสูตร ขึ้นอยู่กับรายวิชาต่าง ๆ ที่ได้นำไปใช้ในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ โดยการฝึกประสบการณ์วิชาชีพจะแตกต่างกันออกไปในแต่ละมหาวิทยาลัย บางมหาวิทยาลัยจะเรียกว่า

สหกิจศึกษา บางมหาวิทยาลัยจะเรียกว่า การฝึกงาน (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2551) การเพิ่มทักษะและประสบการณ์ในการประกอบอาชีพของนักศึกษาก่อนการเข้าสู่ตลาดแรงงานจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการประกอบอาชีพเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจในการปฏิบัติงานจริงเนื่องจากได้มีโอกาสได้ใช้เครื่องมือใหม่ๆ เทคนิคการทำงาน วิธีการสร้างสรรค์ผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่การสร้างความเชื่อมั่นและเจตนคติที่ดีต่อวิชาชีพและให้นักศึกษาทำงานร่วมกับผู้อื่น (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, 2542 , พีระนันท์ คำบอนพิทักษ์, 2542) สอดคล้องกับ การฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการที่มีความเข้าใจในกระบวนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพจะสนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงการศึกษากับการทำงานและสามารถพัฒนาเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพของนักศึกษาได้ (อรทัย จันทรสถาพร, 2535) การฝึกประสบการณ์วิชาชีพจึงเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของนักศึกษา ทั้งนี้หากนักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์ตรงตามสาขาวิชาที่ได้ศึกษาจะเพิ่มระดับความเชื่อมั่นในการประกอบอาชีพให้แก่นักศึกษามากขึ้น โดยปัจจุบันมีการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษาโดยมีกระบวนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพให้แก่นักศึกษาทั้งในส่วนงานที่ได้ปฏิบัติงานตรงกับสาขาและไม่ตรงกับสาขาวิชาของนักศึกษา

ปัจจุบันวิชาชีพบัญชีเป็นสาขาวิชาหนึ่งที่มีการจัดการเรียนการสอนในหลายสถาบันทั้งภาครัฐและเอกชนและมีการจัดกระบวนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพให้แก่นักศึกษา ทั้งนี้ทักษะความรู้ที่ได้จากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการทางการบัญชีและไม่ใช่ทางการบัญชีอาจได้รับมอบหมายที่ใช้ความรู้ด้านการบัญชีในระดับที่แตกต่างกันโดยสถานประกอบการทางการบัญชีจะมีกิจกรรมหลักคือการให้บริการด้านการบัญชีแก่องค์การทั่วไปจึงมีโอกาสมอบหมายงานด้านการบัญชีให้แก่นักศึกษามากกว่าสถานประกอบการที่ไม่ใช่ด้านการบัญชี ทั้งนี้การมอบหมายด้านการบัญชีจะช่วยให้นักศึกษาได้รับการพัฒนาทักษะด้านการบัญชีเพิ่มขึ้น โดยนักศึกษาจะมีความชำนาญหรือความสามารถในการกระทำหรือการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งอาจเป็นทักษะด้านร่างกาย สติปัญญา หรือสังคม ที่เกิดขึ้นจากการฝึกฝน หรือการกระทำบ่อย (จินดารัตน์ โพธิ์นอก, 2557)

นักศึกษาที่จะสำเร็จการศึกษาออกไปจะเป็นแรงงานที่สำคัญของภาครัฐและเอกชนในอนาคต ดังนั้นผู้ที่จะสำเร็จการศึกษาจะต้องมีการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพจึงควรเตรียมความพร้อมในการเลือกประกอบอาชีพในด้านต่าง ๆ เนื่องจากการสมัครงานจะต้องมีการเตรียมตัวให้ดีและการเตรียมตัวก่อนสมัครงานเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งมีองค์ประกอบหลายประการที่มีความสำคัญ เช่น บุคลิกภาพ ความคล่องตัว ความอดทน ปฏิญาณไหวพริบ เป็นต้น การเรียนรู้เกี่ยวกับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การติดตามข่าวสาร การมองหาแหล่งงาน และการเตรียมพร้อมในการสมัครงาน ช่วยเพิ่มโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการหางาน (บุษกร จินต์ธนาวัฒน์, 2558) การเตรียมพร้อมดังกล่าวรวมถึงการแสดงออกของบุคคลทางด้านความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมการเตรียมพร้อมที่จะเรียนรู้ โดยจะสะท้อนออกมาด้วยพฤติกรรมในการวางแผนพัฒนา และการฝึกฝนทักษะของตนเอง (อรุณพร เนียมสุวรรณ, 2549 และกุสุมา ยกชู, 2553) จากประเด็นข้างต้นจึงนำมาสู่การศึกษา

ทักษะความรู้ที่ได้จากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการทางการบัญชีและไม่ใช่ทางการบัญชีของนักศึกษาบัญชี โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เปรียบเทียบทักษะความรู้ที่คาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพกับทักษะที่ได้รับหลังการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
2. เปรียบเทียบทักษะความรู้ที่นักศึกษาได้รับจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการทางบัญชีและไม่ใช่ทางบัญชี

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากรที่เป็นเป้าหมายของการศึกษานี้ คือ นักศึกษาบัญชีในมหาวิทยาลัยแต่ละภูมิภาคที่ผ่านการฝึกประสบการณ์วิชาชีพมาแล้วโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก ภาคเหนือ 2 แห่ง ภาคใต้ 1 แห่ง ภาคกลาง 6 แห่ง และภาคตะวันออก 1 แห่ง โดยมีจำนวนผู้ทำแบบสอบถามทั้งสิ้น 126 คน จำแนกเป็นนักศึกษาที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการทางบัญชี โดยหมายถึง สถานประกอบการที่เป็นสำนักงานที่ให้บริการทางบัญชี จำนวน 67 คน และนักศึกษาที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางบัญชี โดยหมายถึงสถานประกอบการที่ไม่ใช่สำนักงานที่ให้บริการทางบัญชี จำนวน 59 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามเป็นลิงค์ของ google form ส่งไปยังนักศึกษาโดยผ่านหน้าเว็บเพจของสาขาวิชาการบัญชีของมหาวิทยาลัยในแต่ละภูมิภาคจำนวนทั้งสิ้น 10 แห่ง

ตัวแปรและการวัดค่า

ก่อนจะเข้าสู่วิชาชีพจะต้องมีการฝึกฝน คุณลักษณะ 3 ประการ ได้แก่ ด้านปัญญา ด้านคุณธรรม และด้านทักษะปฏิบัติโดยการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การฝึกประสบการณ์วิชาชีพจะแตกต่างกันออกไปในแต่ละมหาวิทยาลัย บางมหาวิทยาลัยจะเรียกว่า สหกิจศึกษา บางมหาวิทยาลัยจะเรียกว่า การฝึกงาน (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2551) และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการที่มีความเข้าใจในกระบวนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพจะสนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงการศึกษากับการทำงานและสามารถพัฒนาเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพของนักศึกษาได้ (อรทัย จันทรสถาพร, 2535) การฝึกประสบการณ์วิชาชีพจึงควรพัฒนาทักษะความรู้ของผู้ฝึกเพิ่มขึ้น หรือหลังจากเข้าฝึกประสบการณ์ผู้ฝึกควรมีระดับมากกว่าก่อนเข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จึงนำไปสู่การศึกษาความแตกต่างของระดับทักษะความรู้ที่คาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์และทักษะความรู้ที่ได้รับหลังการฝึกประสบการณ์ โดยกำหนดค่าตัวแปรดังนี้

ตัวแปรตาม

ทักษะความรู้ ประกอบด้วยข้อคำถามด้านทักษะความรู้ 5 ด้าน โดยรวม 17 ข้อ และวัดค่าโดยใช้คะแนนเฉลี่ยของทักษะความรู้แต่ละด้าน โดยใช้ระดับคะแนน 1-5 (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ น้อยที่สุด = 1 ถึง มากที่สุด = 5

ข้อคำถาม (1) ทักษะความรู้ที่คาดหวังจะได้ก่อนเข้ารับการฝึกประสบการณ์ และ (2) ทักษะความรู้ที่ได้รับหลังจากฝึกประสบการณ์ โดยมีข้อคำถาม 5 ด้าน โดยรวม 17 ข้อ และมีการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยมีค่าครอนบรัคแอลฟ่า (Cronbach Alpha) เท่ากับ 0.940 แสดงข้อคำถามรายข้อดังนี้

- ด้านการบัญชี จำนวน 5 ข้อ (1.1) มีความรู้และความเข้าใจ แนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการทางการบัญชี (1.2) มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านการบัญชีและอื่นๆ (1.3) มีความรู้และความเข้าใจองค์ความรู้ทางด้านอื่นที่สัมพันธ์กับองค์ความรู้ด้านการบัญชี (1.4) มีความสามารถในการทำงานด้านบัญชีให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน (1.5) มีความรู้ตามมาตรฐานการบัญชี
- ด้านภาษี จำนวน 4 ข้อ (2.1) มีความรู้และความเข้าใจ แนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการทางภาษี (2.2) มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านภาษีและอื่นๆ (2.3) มีความรู้และความเข้าใจองค์ความรู้ทางด้านอื่นที่สัมพันธ์กับองค์ความรู้ด้านภาษี (2.4) มีความรู้ด้านกฎหมายภาษีอากร
- ด้านภาษา จำนวน 2 ข้อ (3.1) มีทักษะด้านภาษาอังกฤษเกี่ยวกับคำศัพท์ทางการบัญชี (3.2) มีความสามารถด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษกับผู้อื่นได้
- ด้านเทคโนโลยี จำนวน 3 ข้อ (4.1) มีทักษะพื้นฐานในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี (4.2) มีทักษะในการใช้โปรแกรม MS office (4.3) สามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับการทำงานด้านบัญชีได้เป็นอย่างดี
- ด้านอื่น ๆ จำนวน 3 ข้อ (5.1) มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นและปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมในที่ทำงานได้เป็นอย่างดี (5.2) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (5.3) สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความคาดหวังที่จะได้ทักษะความรู้ก่อนการฝึกประสบการณ์ = 1 ทักษะความรู้ที่ได้รับหลังจากการฝึกประสบการณ์ = 0

การเรียนรู้โดยการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การติดตามข้อมูลข่าวสาร ช่วยเพิ่มโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการหางาน (บุษกร จินต์ธนาวัฒน์, 2558) การมอบหมายด้านการบัญชีโดยตรงจะช่วยให้นักศึกษาได้รับการพัฒนาทักษะด้านการบัญชีเพิ่มขึ้น โดยนักศึกษาจะมีโอกาสในการปฏิบัติงานด้านบัญชีโดยตรง ทำให้เกิดความชำนาญหรือความสามารถในการกระทำหรือการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่เกิดขึ้นจากการฝึกฝน (จินดารัตน์ โพธิ์นอก, 2557) ทั้งนี้สถานประกอบการที่เป็นทางบัญชีจะมีโอกาสในการทำงานที่ใช้ความรู้แก้ปัญหาด้านบัญชีได้

มากกว่าสถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางบัญชีโดยตรง นำไปสู่การศึกษาความแตกต่างของระดับทักษะความรู้ในด้านต่างๆระหว่างสถานประกอบการทางบัญชีกับสถานประกอบการไม่ใช่ทางบัญชี

ตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับทักษะความรู้ที่ได้รับหลังจากฝึกประสบการณ์ โดยมีข้อคำถาม จำนวน 5 ด้าน โดยรวม 17 ข้อคำถาม

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ประเภทสถานประกอบการ หากเป็นทางบัญชี = 1; หากไม่ใช่ =0

การศึกษาครั้งนี้ใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้ Independent Samples T-test และ Paired Samples T-test

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 126 ชุด และนำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลมาแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 126 คน เพศหญิง ร้อยละ 79.40 เพศชายร้อยละ 19.80 และ เพศทางเลือก ร้อยละ 0.80 ระดับผลการเรียนสะสม (GPA) ช่วง 3.01-3.50 ร้อยละ 39.70 ช่วง 2.51-3.00 ร้อยละ 25.40 และ ช่วง 3.51-4.00 ร้อยละ 24.60 โดยสังกัดมหาวิทยาลัยภาครัฐ ร้อยละ 92.10 และเอกชน ร้อยละ 7.90 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 126 คน พบว่า ฝึกประสบการณ์วิชาชีพบัญชีที่สถานประกอบการทางบัญชี ร้อยละ 53.20 และสถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางบัญชี ร้อยละ 46.80

ตารางที่ 1 แสดงระดับทักษะความรู้และความคาดหวังก่อนฝึกประสบการณ์วิชาชีพบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม ทดสอบความแตกต่าง โดยใช้ t-test (n= 170)

	ที่คาดหวังจะได้ ก่อนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ			**ที่ได้รับ หลังฝึกประสบการณ์วิชาชีพ**		
ทักษะความรู้	**Mean**	**S.D.**	**ค่าระดับ**	**Mean**	**S.D.**	**ค่าระดับ**
1. ด้านการบัญชี	3.3	0.76	ปานกลาง	3.9	0.54	มาก
2. ด้านภาษี	3.3	0.86	ปานกลาง	3.8	0.69	มาก
3. ด้านภาษา	3.1	0.76	ปานกลาง	3.6	0.76	มาก
4. ด้านเทคโนโลยี	3.5	0.83	มาก	4.1	0.65	มาก
5. ด้านอื่นๆ	4.0	0.73	มาก	4.4	0.59	มาก

เกณฑ์การประเมิน คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 = มากที่สุด; คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 = มาก; คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 = ปานกลาง; คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 = น้อย; คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าทักษะความรู้ที่คาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในระดับปานกลาง ได้แก่ ทักษะด้านการบัญชี (mean=3.3) ด้านภาษี (mean=3.3) และ ด้านภาษา (mean=3.1) และระดับมาก ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี (mean=3.5) และ ด้านอื่นๆ (mean=4.0) ทักษะความรู้ที่ได้รับหลังจากฝึกประสบการณ์วิชาชีพทุกด้านในระดับมาก ได้แก่ ทักษะด้านการบัญชี (mean=3.9) ด้านภาษี (mean=3.8) ด้านภาษา (mean=3.6) ด้านเทคโนโลยี (mean=4.1) และ ด้านอื่นๆ (mean=4.4)

การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลระดับทักษะความรู้ที่จะได้รับจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพบัญชีในกลุ่มฝึกงานในสถานประกอบการทางบัญชีจำนวน 67 คน และฝึกงานในสถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางบัญชีจำนวน 59 คนและเปรียบเทียบทักษะความรู้ที่ได้รับจากการฝึกประสบการณ์ระหว่าง 2 กลุ่ม แสดงค่าดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระดับทักษะความรู้ที่ได้รับจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการทางบัญชีกับที่ไม่ใช่ทางบัญชี ทดสอบความแตกต่างโดยใช้ t-test (n= 170)

ระดับทักษะความรู้ที่จะได้รับจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพบัญชี	ฝึกงานในสถานประกอบการทางบัญชี	ฝึกงานในสถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางบัญชี	ผลต่าง	t-test	Sig
1. ด้านการบัญชี	3.9612	3.8068	0.15441	1.612	0.110
2. ด้านภาษี	3.9254	3.7373	0.18808	1.535	0.127
3. ด้านภาษา	3.6791	3.5424	0.13673	1.012	0.313
4. ด้านเทคโนโลยี	4.1737	3.9607	0.21305	1.864	0.065*
5. ด้านอื่นๆ	4.4230	4.3280	0.9502	0.902	0.369

ระดับนัยสำคัญ * 0.10

จากตารางที่2 พบว่าทักษะความรู้ที่ได้รับจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทางบัญชี ดังนี้ ด้านการบัญชี (mean=3.9612) ด้านภาษี (mean=3.9254) ด้านภาษา (mean=3.6791) ด้านเทคโนโลยี (mean=4.1737) ด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านมนุษย์สัมพันธ์ การปฏิบัติและรับผิดชอบงาน และการแก้ปัญหา (mean=4.4230) ทักษะความรู้ที่ได้รับจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางบัญชี ดังนี้ ด้านการบัญชี (mean=3.8068) ด้านภาษี (mean=3.7373) ด้านภาษา (mean=3.5424) ด้านเทคโนโลยี (mean=3.9607) ด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านมนุษย์สัมพันธ์ การปฏิบัติและรับผิดชอบงานและการแก้ปัญหา (mean=4.3280) และพบว่าผู้ฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการที่ได้ฝึกงานทางบัญชีจะมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยี (mean=4.1737) แตกต่างจากผู้ฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการที่ได้ฝึกงานที่ไม่ใช่ทางบัญชี (mean=3.9607) โดยมีค่าผลต่างเท่ากับ 0.21305

การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลทักษะความรู้ที่คาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพกับทักษะความรู้หลังจากฝึกประสบการณ์วิชาชีพจำนวน 126 คน และแสดงค่าเปรียบเทียบความรู้ก่อนและหลังเข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ แสดงค่าดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบทักษะความรู้ที่คาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพกับทักษะความรู้หลังจากฝึกประสบการณ์วิชาชีพ (n= 170) ทดสอบโดย t-test (แบบจับคู่)

ทักษะความรู้	ผลต่างก่อนการฝึกกับหลังการฝึก	t-test	Sig
1. ด้านบัญชี	1.32063	19.467	0.000***
2. ด้านภาษี	-0.63294	-9.522	0.000***
3. ด้านภาษา	-0.70635	-10.102	0.000***
4. ด้านเทคโนโลยี	-0.14452	-1.880	0.062*
5. ด้านอื่นๆ	-0.08706	-1.220	0.225

ระดับนัยสำคัญ ***0.01 * 0.10

การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลทักษะความรู้ที่คาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพกับทักษะความรู้หลังจากฝึกประสบการณ์วิชาชีพจำนวน 126 คน และแสดงค่าเปรียบเทียบความรู้ก่อนและหลังเข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพภายในกลุ่มสถานประกอบการทางบัญชีและสถานประกอบการไม่ใช่ทางบัญชี แสดงค่าดังนี้

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบทักษะความรู้ที่คาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพกับทักษะความรู้หลังจากฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการทางบัญชีและไม่ใช่ทางบัญชี (ทดสอบเพิ่มเติม) ทดสอบโดย t-test (แบบจับคู่)

ทักษะความรู้	สถานประกอบการทางบัญชี (n= 67)			สถานประกอบการไม่ใช่ทางบัญชี (n=59)		
	ผลต่างก่อนการฝึกกับหลังการฝึก	t-test	Sig	ผลต่างก่อนการฝึกกับหลังการฝึก	t-test	Sig
ด้านบัญชี	1.32836	12.387	0.000***	1.31186	16.504	0.000***

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบทักษะความรู้ที่คาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพกับทักษะความรู้หลังจากฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการทางบัญชีและไม่ใช่ทางบัญชี (ทดสอบเพิ่มเติม) ทดสอบโดย t-test (แบบจับคู่) (ต่อ)

ทักษะความรู้	สถานประกอบการทางบัญชี (n= 67)			สถานประกอบการไม่ใช่ทางบัญชี (n=59)		
	ผลต่างก่อนการฝึกกับหลังการฝึก	t-test	Sig	ผลต่างก่อนการฝึกกับหลังการฝึก	t-test	Sig
ด้านภาษี	-0.66269	-6.508	0.000***	-0.59915	-7.214	0.000***
ด้านภาษา	-0.73881	-7.220	0.000***	-0.66949	-7.085	0.000***
ด้านเทคโนโลยี	-0.20687	-1.919	0.059*	-0.07373	-0.673	0.504
ด้านอื่นๆ	-0.18328	-1.816	0.074*	0.02220	0.223	0.824

ระดับนัยสำคัญ ***0.01 * 0.10

จากตารางที่ 3 พบว่า ทักษะก่อนฝึกประสบการณ์วิชาชีพและหลังฝึกประสบการณ์วิชาชีพมีความแตกต่างกันทั้งในด้านการบัญชี ด้านภาษี ด้านภาษา ด้านเทคโนโลยี และด้านอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนั้นพบว่า ผู้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพได้รับความรู้หลังจากการฝึกประสบการณ์มากกว่าความคาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์ในด้านภาษี ด้านภาษา และด้านเทคโนโลยี ทั้งนี้พบว่าก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพผู้ฝึกมีความคาดหวังในทักษะด้านอื่น ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์ การปฏิบัติงานและรับผิดชอบและการแก้ปัญหา ไม่แตกต่างจากทักษะที่ได้รับหลังฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

เมื่อทดสอบเพิ่มเติม (ตารางที่ 4) โดยทดสอบความแตกต่างทักษะความรู้ที่คาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพกับทักษะความรู้หลังจากฝึกประสบการณ์วิชาชีพแยกทดสอบในกลุ่มสถานประกอบการทางบัญชี 67 คน และไม่ใช่ทางบัญชี 59 คน พบว่า ผลการทดสอบสอดคล้องกับการทดสอบในภาพรวม 126 คน โดยในสถานประกอบการทางบัญชีและสถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางบัญชีมีทักษะด้านบัญชีที่คาดหวังก่อนการฝึกมากกว่าทักษะด้านบัญชีที่ได้รับหลังการฝึกโดยมีค่าผลต่างตามลำดับ ดังนี้ 1.32836 และ 1.31186 สำหรับทักษะด้านภาษี และด้านภาษา ในสถานประกอบการทางบัญชี มีทักษะความรู้คาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์น้อยกว่าทักษะความรู้ที่ได้รับหลังฝึกประสบการณ์ สอดคล้องกับผลการศึกษาหลักในตารางที่ 3 ทั้งนี้ การทดสอบแยกกลุ่มในตารางที่ 4 พบผลที่แตกต่างจากการทดสอบรวมกลุ่มดังนี้ พบว่า ผู้ฝึกในสถานประกอบการทางบัญชีมีความต้องการที่คาดหวังทักษะความรู้ก่อนการฝึกประสบการณ์น้อยกว่าทักษะความรู้ที่ได้รับหลังการฝึกประสบการณ์ ในด้านเทคโนโลยี และ ด้านอื่นๆ ตามลำดับดังนี้

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ระดับทักษะความรู้และความคาดหวังก่อนฝึกประสบการณ์วิชาชีพบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าทักษะความรู้ที่คาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในระดับปานกลาง ได้แก่ ทักษะด้านการบัญชี (3.3) ด้านภาษี (3.3) และ ด้านภาษา (3.1) และระดับมาก ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี (3.5) และ ด้านอื่นๆ (4.0) ทักษะความรู้ที่ได้รับหลังจากฝึกประสบการณ์วิชาชีพทุกด้านในระดับมาก ได้แก่ ทักษะด้านการบัญชี (3.9) ด้านภาษี (3.8) ด้านภาษา (3.6) ด้านเทคโนโลยี (4.1) และ ด้านอื่นๆ (4.4) กล่าวได้ว่า ทักษะความรู้หลังจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทั้งทางบัญชีและไม่ใช่ทางบัญชีมีค่าเฉลี่ยมากกว่าความคาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในทุกด้าน จากผลวิจัยดังกล่าวสะท้อนว่าผู้ฝึกมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาทักษะในด้านการบัญชี ด้านภาษี ด้านภาษา ด้านเทคโนโลยี และด้านอื่นๆ จากสถานประกอบการที่เข้าฝึกประสบการณ์ ดังนั้นการเข้ารับการฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการทางบัญชีและไม่ใช่ทางบัญชีจะช่วยเพิ่มทักษะความรู้เพื่อเตรียมความพร้อมต่อการประกอบอาชีพในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของศิริพร สว่างอารีย์รักษ์ และคณะ (2561) พบว่า นักศึกษาที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังจากการปฏิบัติงานในทุกด้าน และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลวิจัยของฉวีวรรณ สุวรรณนาภา และคณะ (2554) พบว่าหลังฝึกประสบการณ์วิชาชีพทักษะด้านเทคโนโลยีและด้านภาษาอยู่ในระดับมาก โดยสามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐานและมีความสามารถด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีขึ้น

ทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีที่ผู้ฝึกได้รับจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการทางบัญชีสูงกว่าทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีจากการฝึกประสบการณ์สถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางบัญชีเท่ากับ 0.21305 เนื่องจากการฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการทางการบัญชีจำเป็นต้องมีทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยการเก็บรวบรวมทางการบัญชี และจัดทำข้อมูลด้านการบัญชี โดยการปฏิบัติงานด้านการบัญชีมีโอกาสในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีและโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อช่วยในการคำนวณหรือการออกรายงาน ทำให้ผู้ฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการทางการบัญชีมีโอกาสในการได้รับการถ่ายทอดการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงานมากกว่าผู้ฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ อมรา ติรศรีวัฒน์ (2561) พบว่า การบัญชีดิจิทัลเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อนักศึกษา บัณฑิตและผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องมีการพัฒนาตนเองให้มีความรู้ ทักษะ ที่นำไปใช้ในการประกอบวิชาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ มั่นคง และยั่งยืน โดยความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบบัญชี ระบบการใช้สารสนเทศสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานด้านการบัญชี และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลวิจัยของ ปิยะดา ผาสุข (2562) พบว่า ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจะเข้ามาช่วยในการปฏิบัติงานด้านบัญชี เช่น ระบบบัญชี และโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ ซึ่งส่งผลให้นักบัญชีในปัจจุบันควรมีทักษะความรู้ ความสามารถ และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการรวบรวม จัดเก็บ วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลอย่างมีระบบและรวดเร็ว ดังนั้นการพัฒนาเพื่อปรับความรู้ และทักษะจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่นักบัญชีต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล

จากตารางที่ 3 พบว่าทักษะก่อนฝึกประสบการณ์วิชาชีพและหลังฝึกประสบการณ์วิชาชีพมีความแตกต่างกันทั้งในด้านการบัญชี ด้านภาษี ด้านภาษา ด้านเทคโนโลยี และด้านอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีการทดสอบเพิ่มเติมโดยแยกกลุ่มทดสอบในสถานประกอบการทางบัญชี 67 คน และสถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางการบัญชี 59 คน โดยผลทดสอบสอดคล้องกับการทดสอบรวมกลุ่มสถานประกอบการทางบัญชีและไม่ใช่ทางบัญชี 126 คน กล่าวได้ว่า ผู้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพได้รับความรู้หลังจากการฝึกประสบการณ์น้อยกว่าความคาดหวังในด้านบัญชีอาจเนื่องมาจาก ผู้ฝึกมีความต้องการในการพัฒนาตนเองในด้านบัญชีซึ่งเป็นสาขาวิชาชีพเฉพาะทางของตนเองจึงมีความคาดหวังว่าจะได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ด้านการบัญชีจากสถานประกอบการสูง โดยในการฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการจะมีวิธีการถ่ายทอดทักษะความรู้ทางบัญชีโดยการปฏิบัติจริงทำให้ผู้ฝึกประสบการณ์รู้สึกว่าตนเองได้รับความรู้น้อยกว่าที่คาดหวังไว้ และปัจจัยหนึ่งมาจากระยะเวลาในการฝึกประสบการณ์โดยหากมีเวลาน้อยเกินไปสถานประกอบการก็อาจไม่สามารถมอบหมายงานที่มีการใช้ความรู้ทางบัญชีที่ซับซ้อนให้แก่ผู้ฝึก นอกจากนั้นพบว่า ผู้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพได้รับความรู้หลังจากการฝึกประสบการณ์มากกว่าความคาดหวังก่อนการฝึกประสบการณ์ใน ด้านภาษี ด้านภาษา และ ด้านเทคโนโลยี ทั้งนี้พบว่าก่อนการฝึกประสบการณ์ผู้ฝึกมีความคาดหวังในทักษะด้านอื่นได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์ การปฏิบัติงานและรับผิดชอบ และการแก้ปัญหา ไม่แตกต่างจากทักษะที่ได้รับหลังฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

(1) จากผลวิจัยผู้ฝึกมีความคาดหวังที่จะได้รับทักษะความรู้ด้านการบัญชีจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในระดับสูงกว่าทักษะที่ได้รับหลังการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทั้งในสถานประกอบการทางบัญชีและไม่ใช่ทางบัญชี ดังนั้น หลักสูตรควรพิจารณาสถานประกอบการที่มีความเหมาะสมในการถ่ายทอดความรู้ด้านการบัญชี

(2) หากต้องการพัฒนาทักษะความรู้จากการฝึกประสบการณ์ การส่งนักศึกษาฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการที่เป็นทางบัญชี จะสามารถพัฒนาทักษะความรู้ให้แก่นักศึกษาทางบัญชี ในทักษะด้านเทคโนโลยีและทักษะด้านอื่น ได้แก่ ด้านมนุษย์สัมพันธ์ ด้านปฏิบัติงานและความรับผิดชอบและการแก้ปัญหา ได้มากกว่าสถานประกอบการที่ไม่ใช่ทางบัญชี

เอกสารอ้างอิง

กุสุมา ยกชู. (2553). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมในการสอบ GAT และ PAT ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการรัชดา เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ.* ปริญญานิพนธ์ กศ.ม (จิตวิทยาการศึกษา), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. (2551). *ข้อมูลงานฝึกประสบการณ์วิชาชีพ*. สืบค้นเมื่อ 6 สิงหาคม 2562, จาก http://msc.sru.ac.th/meaning-objective-internship/

จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2557). *ทักษะ*. สืบค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2562, จาก http://www.royin.go.th/

ฉวีวรรณ สุวรรณาภา และคณะ. (2554). *การฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูของนิสิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่*. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. (2542). *จิตวิทยาเบื้องต้น จิตวิทยาธุรกิจเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: วังอักษร.

บุษกร จินต์ธนาวัฒน์. (2558). *แนวทางการเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

ปิยะดา ผาสุข. (2562). *ความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในยุคอุตสาหกรรม 4.0*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พีระนันท์ คำบอนพิทักษ์. (2542). *ความคิดเห็นและความต้องการที่มีต่อการฝึกงานของนักศึกษาโครงการจัดการศึกษาสำหรับบุคลากรประจำการ (กศ.บป.) คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏอุดรธานี.* กรุงเทพมหานคร: ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.

ศิริพร สว่างอารีย์รักษ์ และคณะ. (2562). *ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการประเมินความต้องการจำเป็นในการสหกิจ ศึกษาของนักศึกษาและบัณฑิตหลักสูตรบัญชี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*. วิทยาพนธ์ปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี สำนักวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

อมรา ติรศรีวัฒน์. (2561). *การบัญชีดิจิทัลและการเตรียมความพร้อมในการเรียนการสอนนักศึกษา ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.

อรทัย จันทรสถาพร. (2535). *การศึกษารูปแบบการฝึกงานของนักเรียนประเภทวิชาคหกรรม โดยความร่วมมือระหว่างวิทยาลัยอาชีวศึกษา เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับสถานประกอบการ.* วิทยานิพนธ์ ค.อ.ม., สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อรุณพร เนียมสุวรรณ. (2549). *การเตรียมความพรอมในการรับบุคคลเขาศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาระบบกลางของนักเรียนมัธยมศึกษาปที่6โรงเรียนราชวินิตบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร.* ปริญญานิพนธกศ.ม (จิตวิทยาการศึกษา), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

การพัฒนาหน้าจอโต้ตอบอัจฉริยะด้วย Kinect

A Development of Interactive Screen with Kinect

วัฒนชัย พุทธาประสิทธิ์ผล อโณชา เหล็งศิริ และ เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ[1]
Wattanachai Putthaprasitphol, Anocha Lengsiri and Nuengwong Tuaycharoen
[1]สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ วิทยาลัยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีและวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
590107030013@dpu.ac.th, 590107030020@dpu.ac.th, and nuengwong.tun@dpu.ac.th,

บทคัดย่อ

บทความนี้ได้กล่าวถึงการพัฒนาระบบที่ชื่อว่า หน้าจอโต้ตอบอัจฉริยะด้วย Kinect มาเพื่ออำนวยความสะดวกในการนำเสนอผลงาน โดยผู้ใช้งานจะไม่จำเป็นต้องใช้เม้าส์ไร้สาย หรือ รีโมทคอนโทรลล์ อีกต่อไป แต่ใช้ท่าทางในการควบคุมไฟล์นำเสนอได้ด้วยตนเอง โดยผู้พัฒนาได้แบ่งผู้ใช้งานออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ผู้ใช้งานทั่วไป และ ผู้ดูแล โดยผู้ใช้งานจะสามารถเข้าถึงโหมดการทำงานได้ทั้งหมด 4 โหมดการทำงาน ได้แก่ โหมด Slideshow ซึ่งใช้เพื่อการแสดงผลรูปภาพ โหมด Playlist ซึ่งใช้เพื่อการแสดงผลวีดีโอ โหมดการถ่ายรูปคาดเดาอายุ และโหมดมินิเกมตีตัวตุ่น ส่วนผู้ดูแลระบบจะสามารถเพิ่มและลบรูปภาพและวีดีโอเข้าไปยังระบบได้ และยังสามารถจัดลำดับขั้นตอนการแสดงผล รูปภาพ และ วีดีโอในระบบได้อีกด้วย

คำสำคัญ: kinect, การประมวลผลภาพ, การนำเสนอ, ปฏิสัมพันธ์

Abstract

This article explains a development of a system, Interactive Screen with Kinect to facilitate the presenter, so one will not have to use any wireless mouse or remote controller to control the slideshow, but use his own body movement to control the presentation. We have divided the user into 2 parts which are General User and Administrator. There are 4 modes for the General Users to access. The first one is *Slideshow* that uses to display the image. The second one is *Playlist*, which plays a list of videos. The third one is *Camera*, by which the system can guess the user age by analyzing the user's face. Finally, the fourth one

is *Whack a Mole mini games*. In addition, the administrator can upload or remove the images and videos from the server, and can order the images and videos in the system.

Keywords: Kinect, image processing, presentation, interactive

บทนำ

ในปัจจุบันมีการใช้จอโฆษณา LED ขนาดใหญ่ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ไม่ว่าจะเป็นข้างท้องถนน หรือ ห้างสรรพสินค้าต่างๆ ซึ่งมีความสะดวกต่อการพบเห็น แต่หากเจ้าของผลิตภัณฑ์ต้องการเพิ่มหรือแก้ไขรูปภาพในการนำเสนอ จำเป็นต้องติดต่อกับผู้ให้บริการจอโฆษณา LED ขนาดใหญ่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอแบบทางเดียว คือมีการติดตั้งเนื้อหาไว้ล่วงหน้าแล้วหน้าจอแสดงเนื้อหาไปตามที่ได้ติดตั้งไว้ หากต้องการการนำเสนอแบบที่น่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม ต้องมีค่าใช้จ่ายตามความยากง่ายของงาน รวมถึงต้องเสียเวลาในการติดต่อและนัดหมายการดำเนินการ

โดยผู้พัฒนาจะนำเทคโนโลยี Kinect มาประยุกต์ใช้กับการนำเสนอผลงาน จากเดิมผู้นำเสนอต้องทำการควบคุมสไลด์นำเสนออยู่หน้าคอมพิวเตอร์ ใช้เมาส์ไร้สาย หรือรีโมทในการนำเสนอ โดยการพัฒนาระบบของเรา จะทำให้ผู้นำเสนอไม่ต้องถืออุปกรณ์ใดๆเลยในระหว่างการนำเสนอ เพียงแต่อาศัยการแสดงท่าทางเท่านั้น เช่นการแสดงท่าทางปัดมือเพื่อทำการเปลี่ยนหน้าสไลด์ เพื่อเพิ่มความลื่นไหลในการนำเสนอผลงาน และ เพิ่มความน่าสนใจในการนำเสนอผลงานมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาหน้าจออัจฉริยะขึ้นมาเพื่อการนำเสนอผลงานที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

ทฤษฎีและงานที่เกี่ยวข้อง

1.1 C#.NET

C#.NET (Microsoft, 2017) เป็นภาษาที่มีรากฐานจากภาษา C++ โดยเฉพาะภาษา Delphi และภาษา Java โดยการพัฒนาภาษา C#.NET ขึ้นมานั้นเพื่อให้รองรับการทำงานบน .NET Framework เหมาะสำหรับการเขียนโปรแกรมเชิงวัตถุให้มากขึ้น (Object-Oriented Programming) ปัจจุบันภาษา C# ถูกรองรับให้เป็นมาตรฐานจากสององค์กรใหญ่คือ Ecma International และ International Organization for

Standardization (IOS) โดย C# ได้รวบรวมข้อดีของภาษาต่างๆเข้าไว้ด้วยกัน เช่น Java C และ C++ โดยมีข้อดีดังนี้

1.ไม่ซับซ้อน เพราะคล้ายภาษา Java ภาษา C และ ภาษา C++

2.เป็นภาษายุคใหม่ทำขึ้นมาสำหรับการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ภายในแนวคิดของ .NET Framework ซึ่งมีความนิยมสูงในปัจจุบัน

3.ถูกออกแบบมาเพื่อทำงานบน .NET Framework ซึ่งเป็นรูปแบบการพัฒนาโปรแกรมสมัยใหม่ ซึ่งคุณสมบัติหลักคือ ผู้ใช้สามารถใช้งานบนระบบ Hardware หรือ ระบบปฏิบัติการที่แตกต่างกันได้อย่างไม่มีปัญหา เช่นเครื่อง PC กับ Mac

4.เป็นภาษาที่ได้มีการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆจาก Java ภาษา C และ C++ ทำให้ C# เป็นภาษาที่มีความสมบูรณ์ตามโครงสร้างแบบเชิงวัตถุ

1.2 Kinect

Kinect (Microsoft, 2020) เป็นอุปกรณ์เสริมต่อพ่วงเครื่องเกม Xbox 360 เพื่อใช้ในการควบคุมโดยการแสดงท่าทางการเคลื่อนไหวหรือทางเสียงหรือเรียกได้ว่าร่างกายของผู้ใช้คือ Controller โดย Kinect จะตรวจจับท่าทางการเคลื่อนไหวผ่านระบบแสงอินฟราเรด ซึ่งได้พัฒนาร่วมกับ Prime Sensor โดย Kinect มีส่วนประกอบดังนี้

1. Infrared optics (Depth sensor) มีหน้าที่แสดงแสงอินฟราเรดซึ่งไม่อาจมองเห็นได้ และมี Infrared Camera คอยรับแสงอินฟาเรดที่สะท้อนกลับมาเพื่อแสดงความลึกของวัตถุ (Dept map)

2. RGB camera คือกล้องถ่ายภาพเคลื่อนไหวและรับข้อมูลสีและใช้เพื่อฟังชันก์การจดจำใบหน้า

3. Motorized tilt ปรับมุมกล้องให้เข้ากับตำแหน่งของผู้ใช้ โดยสามารถก้มหรือเงยได้ภายใน 27องศา

4. Multi-array microphone ไมโครโฟนรับเสียงเพื่อทราบตำแหน่งของผู้ใช้ โดยจะสามารถแยกแยะเสียงของผู้ใช้และเสียงรบกวนได้ โดยจะมีไมโครโฟนทั้งหมด 4 ตัว

โดยหลักการทำงาน Kinect จะตรวจจับการเคลื่อนไหวโดยใช้แสงอินฟราเรดฉายแสง และให้ กล้องอินฟราเรดรับแสงที่กระทบกับวัตถุและนำไปประมวลผลเพื่อจะได้ความลึกตื้น ซึ่ง Kinect จะสามารถตรวจจับข้อต่อของมนุษย์ได้ 20 จุดสำคัญ ซึ่งระยะที่เซนเซอร์สามารถจับตำแหน่งได้ดีที่สุดคือ 1.8 เมตร

1.3 การตรวจจับใบหน้าของ Microsoft Azure

Microsoft Azure มี API สำหรับการตรวจจับใบหน้า (Microsoft, 2020)ที่ผู้พัฒนาไม่จำเป็นต้องเชี่ยวชาญเกี่ยวกับ Machine Learning ซึ่งมีความสามารถด้านการตรวจจับใบหน้าและรู้จำใบหน้าคนถึงหนึ่

ล้านคนในฐานข้อมูลได้ นอกจากนี้ยังสามารถตรวจจับ อายุ อารมณ์ เพศ ท่าทาง รอยยิ้ม และขนบนหน้าได้ และ สามารถค้นหาใบหน้าที่คล้ายคลึงกันในรูปได้อีกด้วย

วิธีการดำเนินงานวิจัย

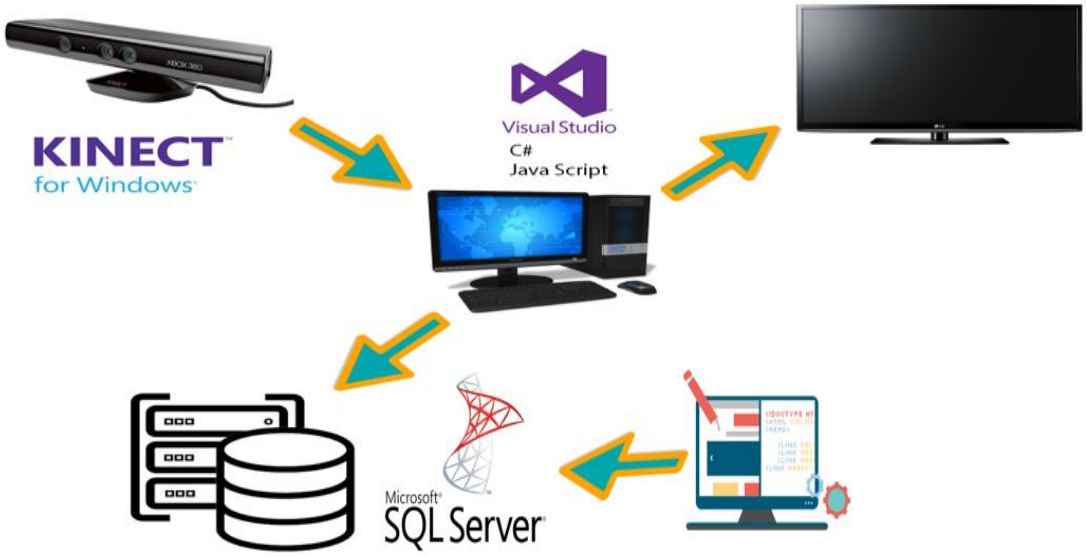
ระบบที่พัฒนาขึ้นมีขอบเขตการทำงานดังนี้

ผู้ใช้ทั่วไป

1. เลือกรูปแบบการทำงานได้ โดยแสดงท่าทางตามรูปแบบที่กำหนดโดยมีรูปแบบการทำงานทั้งสิ้น 4 รูปแบบ ได้แก่ ดูรูปภาพ ดูวีดีโอ ถ่ายภาพ และ เล่นเกม
2. เลือกและดูรูปภาพ (.jpeg) ผ่านท่าทางการเคลื่อนไหวแล้วนำไปแสดงผลบนจอ monitor
3. เลือกและดูวีดีโอ (.mp4) ผ่านท่าทางการเคลื่อนไหวแล้วนำไปแสดงผลบนจอ monitor
4. ถ่ายรูปได้โดยเมื่อถ่ายรูปแล้วจะสามารถทายอายุจากใบหน้าของคุณได้
5. เกมทดสอบไหวพริบ Color Detection โดยผู้เล่นจะทำการสัมผัสวงสีที่กำหนดคล้ายเกมตีตัวตุ่น

ผู้ดูแลระบบ

1. จัดการลำดับ play list รูปภาพ (.jpeg) และวีดีโอ (.mp4) ผ่านหน้าเว็บได้
2. เพิ่มรูปภาพ และ วีดีโอขึ้นสู่ server ได้

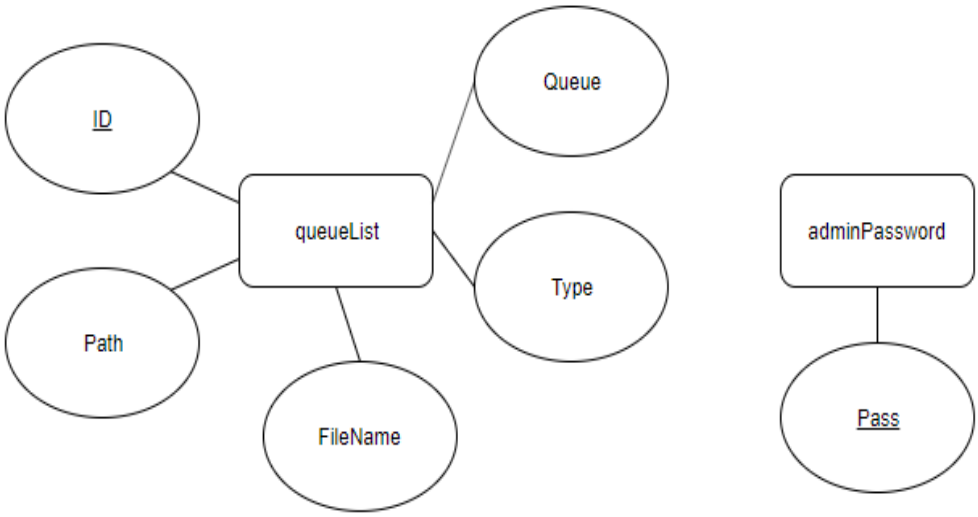


ภาพที่ 1 ภาพรวมของระบบ

ภาพที่ 1 แสดงภาพรวมของระบบ Kinect จับสัญญาณภาพการเคลื่อนไหวผ่านกล้อง Infrared จากนั้นจะส่งข้อมูลมายังเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลว่าผู้ใช้อยู่ในลักษณะท่าทางใด จากนั้นจะนำไป

ประมวลตามโปรแกรมที่เราได้กำหนดไว้และแสดงผลผ่านทางหน้าจอ Monitor ซึ่งข้อมูลรูปภาพหรือวีดีโอ รวมถึงลำดับที่ต้องการแสดงผลจะถูกดึงมาจากฐานข้อมูลบนเครื่องแม่ข่าย ซึ่งการกำหนดลำดับจะสามารถตั้งค่าได้โดยผ่านหน้าเว็บแอปพลิเคชัน ระบบพัฒนาขึ้นด้วยภาษา C#, HTML, CSS, Java Script และ SQL บน Microsoft Visual Studio 2017 และ Microsoft SQL Server 2014 และเรียกใช้ Kinect SDK และ Azure API

ฐานข้อมูลระบบ ซึ่งประกอบด้วย 2 เอนทิตี ได้แก่ queueList และ adminPassword ดังแสดงในภาพที่ 2 โดยเอนทิตี queueList เก็บข้อมูลรายการรูปและวิดีโอเรียงตามลำดับที่ผู้ดูแลระบบกำหนดไว้ และเอนทิตี adminPassword เก็บรหัสผ่านของผู้ดูแลระบบซึ่งผ่านการเข้ารหัสไว้แล้ว



ภาพที่ 2 แผนภาพอีอาร์ของระบบ

จากภาพที่ 3 จะเป็นการกำหนดตัวแปรต่าง ๆไม่ว่าจะเป็น Subscription Key ซึ่งได้มาจากการสมัครสมาชิกและเปิดใช้งาน API Cognitive Service ของ Azure (Microsoft, 2020) และกำหนด End point ของ API ที่จะเรียกใช้งาน โดยเมื่อต้องการอัพโหลดรูปขึ้นเพื่อแสดงผลการคาดเดาอายุ จะต้องเรียกใช้ Function ตามภาพที่ 4 ซึ่งจะต้องใส่ Path ของรูปไปแทน Parameter โดย Function นี้จะ Return List ของจำนวนหน้าของบุคคลที่พบซึ่งจะเก็บข้อมูลตำแหน่งของบุคคลนั้น ๆ ในรูปภาพ รวมถึง Attribute ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอายุ อารมณ์ หรือแม้กระทั่งสีผม

```
const string subscriptionKey = "[redacted]";
const string faceEndpoint = "https://southeastasia.api.cognitive.microsoft.com/";
private readonly IFaceClient faceClient = new FaceClient(
    new ApiKeyServiceClientCredentials(subscriptionKey),
    new System.Net.Http.DelegatingHandler[] { });
// The list of detected faces.
private IList<DetectedFace> faceList;
// The list of descriptions for the detected faces.
```

ภาพที่ 3 รหัสกำหนด Endpoint ให้ API

```
private async Task<IList<DetectedFace>> UploadAndDetectFaces(string imageFilePath)
{
    // The list of Face attributes to return.]

    IList<FaceAttributeType> faceAttributes =
        new FaceAttributeType[]
        {
            FaceAttributeType.Gender, FaceAttributeType.Age,
            FaceAttributeType.Smile, FaceAttributeType.Emotion,
            FaceAttributeType.Glasses, FaceAttributeType.Hair
        };

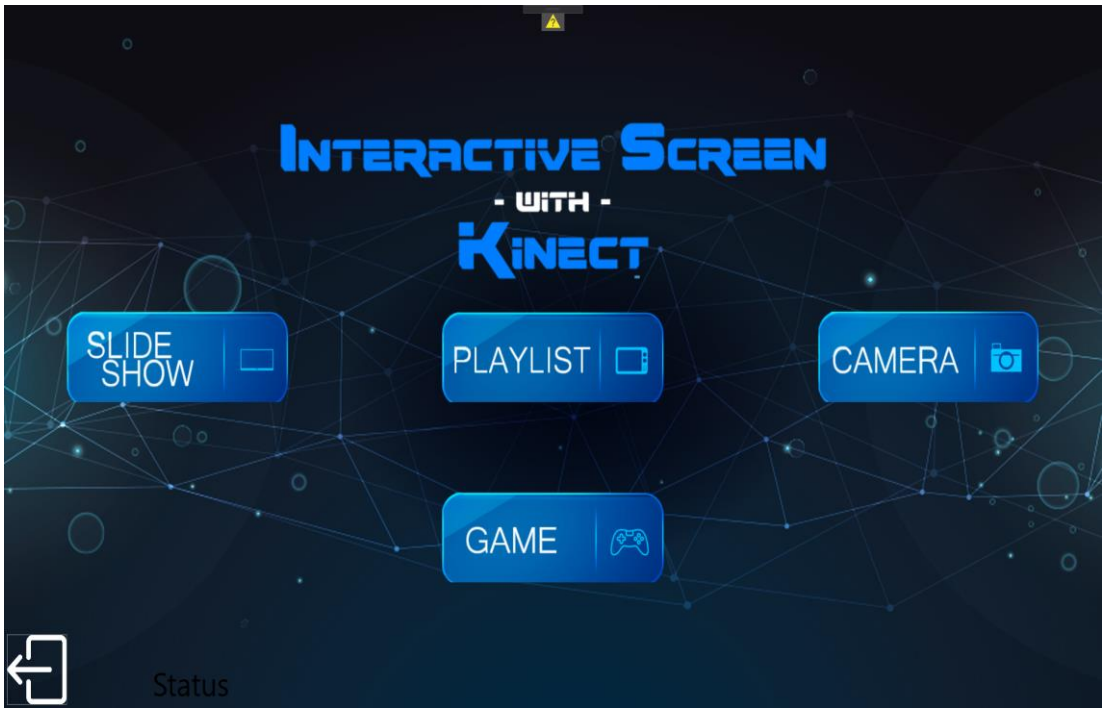
    // Call the Face API.
    try
    {
        using (Stream imageFileStream = File.OpenRead(imageFilePath))
        {
            // The second argument specifies to return the faceId, while
            // the third argument specifies not to return face landmarks.
            IList<DetectedFace> faceList =
                await faceClient.Face.DetectWithStreamAsync(
                    imageFileStream, true, false, faceAttributes);
            return faceList;
        }
    }
    // Catch and display Face API errors.
    catch (APIErrorException f)
    {
        MessageBox.Show(f.Message);
        MessageBox.Show(imageFilePath);
        return new List<DetectedFace>();
    }
    // Catch and display all other errors.
    catch (Exception e)
    {
        MessageBox.Show(e.Message, "Error");
        return new List<DetectedFace>();
    }
}
```

ภาพที่ 4 รหัสเรียกใช้ฟังก์ชัน

ผลการวิจัย

หลังจากพัฒนาระบบเรียบร้อย ผู้พัฒนาได้ทดสอบการทำงานตามหน้าทีของระบบดังนี้

เมื่อผู้ใช้เข้าใช้งานในส่วนโปรแกรมหลัก ระบบจะแสดงเมนูให้ผู้ใช้เลือกโหมดการทำงาน โดยจะมีโหมดการทำงานอยู่ 4 รูปแบบคือ 1.Slide Show คือโหมดแสดงรูปภาพ 2.Playlist คือโหมดแสดงคลิปวีดีโอ 3.Camera คือโหมดกล้องถ่ายรูป และ 4.Game คือโหมดเล่นเกมตีตัวตุ่น ดังแสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 หน้าจอหลักสำหรับผู้ใช้ทั่วไป

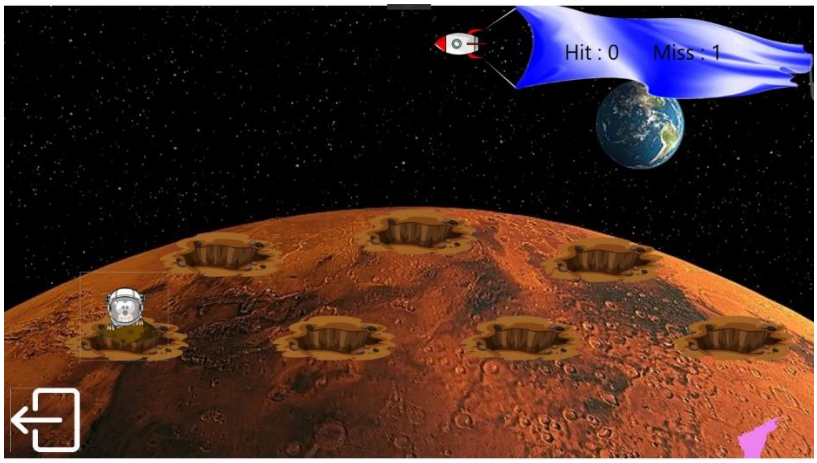
หน้าจอโหมดแสดงรูปภาพ (Slide Show) โดยจะแสดงรูปภาพตามลำดับที่ทางผู้ดูแลระบบได้ทำการจัดลำดับไว้ โดยจะมีปุ่มสำหรับเปลี่ยนรูปและปุ่มสำหรับออกในกรณีที่ผู้นำเสนอไม่อยากแสดงท่าทางที่กำหนด

หน้าจอโหมดแสดงคลิปวีดีโอ (Playlist) โดยจะแสดงคลิปวีดีโอตามลำดับที่ทางผู้ดูแลระบบได้ทำการจัดลำดับไว้ โดยจะมีปุ่มสำหรับเปลี่ยนคลิปวีดีโอและปุ่มสำหรับออกในกรณีที่ผู้นำเสนอไม่อยากแสดงท่าทางที่กำหนด ในส่วนของด้านล่างจะเป็นแผงควบคุมการเล่นของวีดีโอ โดยจะสามารถเปลี่ยนวีดีโอ เล่น หยุด หรือควบคุมปริมาณเสียงได้

หน้าจอโหมดกล้องถ่ายรูป (Camera) ดังแสดงในภาพที่ 6 โดยจะมีตัวอย่างหน้าจอให้ผู้ใช้เห็นเพื่อจัดตำแหน่งการถ่ายรูปรวมถึงมีการนับเวลาถอยหลังที่มุมขวาบนก่อนถ่าย และมีปุ่มสำหรับถ่ายรูป ในมุมขวาล่างจะเป็นปุ่มสำหรับเปิด web browser เพื่อเข้าใช้ระบบ Facebook ได้ในกรณีอยากเผยแพร่รูปภาพขึ้นสู่สังคมออนไลน์ เมื่อถ่ายรูปแล้วโปรแกรมจะทำการทายอายุจากใบหน้าผู้ใช้งาน โดยจะมีกรอบสี่เหลี่ยมและตัวเลขที่ทำนายแสดงขึ้นมาดังภาพ รวมถึงมีปุ่มเพื่อถ่ายใหม่

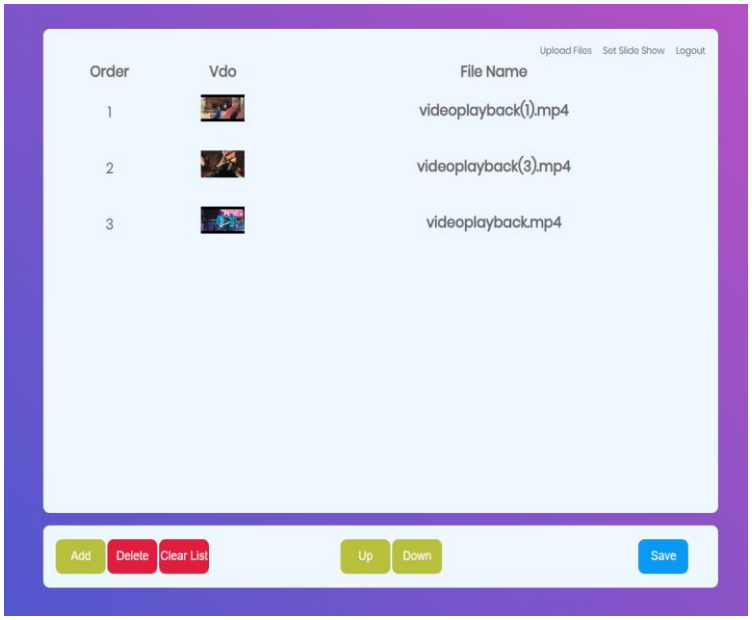


ภาพที่ 6 หน้าจอให้โหมด Camera



ภาพที่ 7 หน้าจอเล่นเกมตีตัวตุ่น

หน้าจอโหมดเล่นเกม (Game) ซึ่งเป็นเกม Whack a mole หรือเกมตีตัวตุ่น ซึ่งจะทำการสุ่มแสดงตัวตุ่นขึ้นมาโดยผู้เล่นจะต้องตีตัวตุ่นด้วยท่าทางที่กำหนดให้ทัน สามารถพลาดได้เพียง 10 ครั้งรวมถึงต้องห้ามตีตัวตุ่นถือระเบิดที่จะสุ่มเกิดขึ้นมาอีกด้วย ทางด้านมุมขวาบนจะมีการแสดงคะแนนที่ได้และจำนวนที่พลาดในเกมนั้นๆ รวมถึงมีปุ่มเพื่อออกในกรณีผู้นำเสนอไม่อยากแสดงท่าทางที่กำหนด



ภาพที่ 8 หน้าจอจัดลำดับคลิปวีดิโอ

เมื่อผู้ดูแลระบบเข้าสู่ระบบเว็บสำหรับผู้ดูแลระบบ และเลือกจัดลำดับคลิปวีดีโอ (Set playlist) ระบบเว็บจะแสดงลำดับเดิมที่เคยจัดไว้ขึ้นมา ผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่ม ลบ หรือเปลี่ยนลำดับการแสดงได้โดยเมนูที่อยู่ด้านล่าง จากนั้นให้กดปุ่มบันทึก (Save) เพื่อบันทึกข้อมูลลงในฐานข้อมูล หากไม่กดจะไม่ทำการเปลี่ยนแปลงลำดับการแสดง เมื่อผู้ดูแลระบบเลือกอัพโหลดไฟล์ขึ้นเครื่องแม่ข่าย (Upload To Server) จะสามารถกด Add และ Choose Files เพื่อเป็นการค้นหารูปภาพหรือวีดีโอบนเครื่องของเราได้ จากนั้นให้ทำการกด “Upload” เพื่อเป็นการยืนยันการอัพโหลดไฟล์ขึ้นเครื่องแม่ข่าย จากนั้นผู้ดูแลระบบสามารถนำไฟล์ที่อัพโหลดไปจัดเรียงในลำดับได้ ระบบการจัดเรียงภาพ Slide Show ก็ทำงานในรูปแบบเดียวกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

บทความนี้กล่าวถึงการพัฒนาระบบการนำเสนอผลงานให้มีความน่าสนใจและเข้ากับ Thailand 4.0 มากขึ้น โดยผู้พัฒนาจะนำเทคโนโลยี Kinect มาประยุกต์ใช้กับการนำเสนอผลงาน จากเดิมผู้นำเสนอต้องทำการควบคุมสไลด์นำเสนออยู่หน้าคอมพิวเตอร์ ใช้เมาส์ไร้สาย หรือรีโมทในการนำเสนอ เราได้พัฒนาระบบที่ทำให้ผู้นำเสนอไม่ต้องถืออุปกรณ์ใด ๆ เลยในระหว่างการนำเสนอ เพียงแต่อาศัยการแสดงท่าทางเท่านั้น เช่น การแสดงท่าทางปัดมือเพื่อทำการเปลี่ยนหน้าสไลด์ เพื่อเพิ่มความลื่นไหลในการนำเสนอผลงาน และ เพิ่มความน่าสนใจในการนำเสนอผลงานมากขึ้น

ในส่วนของการตรวจจับใบหน้า อาจใช้ในการตรวจจับอายุ และอารมณ์ของผู้ชม เพื่อให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้ที่มาฟังการนำเสนอ ทำให้ผู้นำเสนอสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการนำเสนอให้เหมาะสมกับผู้ชมได้

โดยระบบ Kinect ที่เราพัฒนามาจะเริ่มนำมาประยุกต์ใช้ในงาน Open house ของมหาวิทยาลัยซึ่งจะสามารถให้นักเรียนที่เข้ามาเยี่ยมชมงานได้ลองใช้งาน Kinect ด้วยตนเอง รวมถึงมีมินิเกมสนุก ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และความสนุกสนานในการเยี่ยมชมมหาวิทยาลัยอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

Microsoft. (14 February 2017). *C# Reference.* เข้าถึงได้จาก .NET: https://docs.microsoft.com/en-us/dotnet/csharp/language-reference/

Microsoft. (2020). *Cognitive Services.* เข้าถึงได้จาก Microsoft Azure: https://azure.microsoft.com/en-us/services/cognitive-services/

Microsoft. (2020). *More about Kinect sensor placement.* เข้าถึงได้จาก Xbox Support: https://support.xbox.com/th-TH/xbox-360/accessories/sensor-placement

Nadyeb Web Application: การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันขายอุปกรณ์ตัดเย็บเสื้อผ้าด้วยเทคโนโลยีประมวลผลภาพ

Nadyeb Web Application: A Development of a Tailoring Web E-Commerce with Image Processing Technology

ชวิศา คงสาหร่าย และ เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ[1]

Chawisa Kongsarai and Nuengwong Tuaycharoen

[1]สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ วิทยาลัยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีและวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

590107030017@dpu.ac.th, nuengwong.tun@dpu.ac.th,

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันมีร้านตัดเย็บเสื้อผ้าเล็ก ๆ ที่อยู่ตามตรอก ตามซอย จำนวนไม่น้อยที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการใช้บริการ ลูกค้าจะไม่ค่อยทราบรายละเอียดของร้านตัดเย็บว่าเปิดหรือปิดเวลาไหน ช่างมีความถนัดด้านใด ช่างสะดวกรับงานหรือไม่ จากปัญหาดังกล่าวทำให้ลูกค้าอาจต้องเสียเวลาเป็นอย่างมาก เพื่อที่จะได้ร้านที่ตรงตามความต้องการ และสะดวกให้บริการ ผู้พัฒนาจึงพัฒนาระบบดังกล่าวเพื่อเป็นตัวช่วยให้ลูกค้าและร้านติดต่อกันได้สะดวกยิ่งขึ้นผ่านเว็บแอปพลิเคชัน โดยที่ลูกค้าสามารถค้นหาร้านตัดเย็บบริเวณใกล้เคียงได้ ดูรายละเอียด และดูโปรไฟล์ของร้าน หากพึงพอใจก็สามารถติดต่อจ้างงานได้ผ่านหน้าเว็บทันทีโดยที่ร้านจะตอบกลับการจ้างงานผ่านหน้าเว็บแอปพลิเคชัน ลูกค้าสามารถทราบผลการจ้างงานได้ทันทีโดยที่ไม่ต้องเดินทางไปที่ร้านก่อนให้เสียเวลา และอาจเกิดปัญหาจากการไม่ได้สื่อสารกัน ระหว่างร้านกับลูกค้า

นอกจากนั้น ทั้งลูกค้าและร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ก็ยังสามารถซื้ออุปกรณ์ตัดเย็บ ผ่านหน้าเว็บแอปพลิเคชันได้ โดยเว็บแอปพลิเคชันที่ผู้พัฒนาได้พัฒนาขึ้นมา มีระบบการค้นหาสินค้าที่ต่างจากเว็บซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ทั่วไป คือ มีระบบการค้นหาสินค้าจากรูปภาพที่อำนวยความสะดวกในการค้นหาสินค้าอย่างยิ่ง โดยใช้เทคโนโลยีการประมวลผลภาพเข้ามาช่วย แค่เพียงมีภาพตัวอย่างของสินค้าที่ต้องการค้นหา ก็สามารถนำมาค้นหาผ่านระบบได้ โดยที่ระบบจะแสดงสินค้าที่มีความใกล้เคียงกับรูปที่ผู้ซื้อต้องการออกมา ทำให้ผู้ซื้อได้สินค้าที่ตรงตามความต้องการมากขึ้น

คำสำคัญ: เว็บแอปพลิเคชัน, การประมวลผลภาพ, เครื่องจักรการเรียนรู้, อีคอมเมิร์ซ

Abstract

Nowadays, there are many small tailoring shops in alleys that are not yet known among the customers who want to use the service. Customers will not know the details of the tailor's shop when it is open or closed, don't know the skill and don't know the tailor's work schedule. Due to the above problems, customers may need to spend a lot of time to get the shop that meets the need and convenient in the service. Therefore, we developed the system to help customers and tailoring shops connect more easily via a web application. Customers can search for nearby tailoring shops, view details, and view store profiles. If the customers satisfied, he can contact for hiring via the web applications instantly. The store will respond to the hiring through the application, and the customers can know the results of the hiring immediately. The customers and the shops can communicate with each other without wasting time by traveling to the shop.

In addition, customers and tailoring shops can also buy tailoring equipment through the webpage. Unlike general e-commerce websites, our web application has a feature for searching for physically similar products. There is a product search system for images that makes it easy to find similar products by using image processing technology. The buyer has only a picture of the product they want to search, then the buyer can search through all the system's products. Then, the system will display products that are similar to the picture the buyer wants as the outputs. As a result, the buyer can purchase products that relatively match their needs.

Keywords: web application, image processing, machine learning, e-commerce

บทนำ

ในปัจจุบันมีร้านตัดเย็บเสื้อผ้าเล็ก ๆ ที่อยู่ตามตรอก ตามซอย จำนวนไม่น้อย ที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของคนต่างพื้นที่ ที่ต้องการใช้บริการ ลูกค้ารายใหม่ที่มาติดต่อใช้บริการก็จะไม่ค่อยทราบลักษณะงานที่ช่างรับ

ทำ ทำให้ในบางครั้งช่างต้องปฏิเสธลูกค้าที่เดินทางนำงานมาให้ที่ร้าน เนื่องจากตนเองไม่มีความชำนาญเพียงพอ ทำให้ลูกค้าเสียเวลาค้นหาร้านและเดินทางไปยังร้านอย่างเปล่าประโยชน์

จากปัญหาดังกล่าวผู้พัฒนาได้พัฒนาระบบ Nadyeb Web Application โดยแบ่งผู้ใช้เป็น 2 ส่วน คือ สมาชิกร้านตัดเย็บและ สมาชิกลูกค้า โดยสมาชิกลูกค้าสามารถเข้าชมเว็บเพื่อหาร้านตัดเย็บได้ ติดต่อร้านตัดเย็บเพื่อจ้างงานโดยยังไม่ต้องเดินทางไปยังร้านด้วยตนเอง หรือแสดงความคิดเห็นใต้โพสต์ของร้านตัดเย็บได้ ในส่วนของสมาชิกร้านค้าสามารถใส่ข้อมูลรายละเอียดเพื่อแนะนำร้านของตัวเองผ่านเว็บแอปพลิเคชันนี้ได้ สามารถพิจารณารับงานที่ลูกค้าจ้างได้ก่อนลูกค้าจะนำชิ้นงานมาส่ง และยังสามารถโพสต์รีวิวงานเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในหน้าร้านค้าตัวเองได้อีกด้วย

นอกจากร้านตัดเย็บเสื้อผ้าจะประสบกับปัญหาดังกล่าวแล้ว จากการสำรวจปัญหาของร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ยังมีปัญหาในเรื่องของการซื้ออุปกรณ์ตัดเย็บที่ผู้พัฒนาต้องการศึกษา และทำการแก้ไขปัญหา เนื่องจากการซื้ออุปกรณ์ตัดเย็บบางอย่างหาซื้อได้ยาก สินค้าไม่มีขายตามร้านขายปลีกทั่วไป และสถานที่ที่ซื้อก็ห่างไกลจากร้านตัดเย็บ ทำให้ช่างอาจเสียเวลาการทำงานเดินทางไปซื้อสินค้าเพียงไม่กี่ชิ้น และอาจไม่ได้สินค้าตามที่ต้องการหรือใกล้เคียงความต้องการ ผู้พัฒนาจึงพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันตัวช่วยสำหรับร้านตัดเย็บเสื้อผ้าขึ้นมา ในส่วนของการซื้ออุปกรณ์ตัดเย็บขึ้นมาเพิ่มอีกหนึ่งส่วน เพื่อให้ร้านตัดเย็บและลูกค้าสามารถค้นหาอุปกรณ์ตัดเย็บด้วยรูปภาพและสั่งซื้อผ่านเว็บได้ โดยไม่ต้องเสียเวลาไปเลือกซื้อด้วยตนเอง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาเว็บสำหรับการค้นหาสินค้าขนาดเล็กและทดแทนกันได้ เช่น อุปกรณ์ตัดเย็บเสื้อผ้า ที่ต้องการการค้นหาด้วยการประมวลผลภาพ

ทฤษฎีและงานที่เกี่ยวข้อง

1.1 สถาปัตยกรรม MVC

สถาปัตยกรรม MVC (Microsoft, 2019) เป็นสถาปัตยกรรมซอฟต์แวร์ชนิดหนึ่ง ที่มีการแบ่งแยกระบบออกเป็นส่วน โดยในแต่ละส่วนจะมีการทำงานที่สัมพันธ์กัน โดยการทำงานของ MVC แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. Model เป็นส่วนที่ช่วยจัดการงานด้านฐานข้อมูล ทำงานในเรื่องของการติดต่อฐานข้อมูล ตรวจสอบความสัมพันธ์ของข้อมูล ทำการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ไว้ในรูปแบบที่เหมาะสม

2. View เป็นส่วนที่ใช้แสดงผลให้ผู้ใช้เห็นผลลัพธ์ผ่าน Web browser ทำงานสัมพันธ์กับส่วนของ controller เขียนด้วยพื้นฐานของ HTML

3. Controller ถือว่าเป็นส่วนการประมวลผลหลักของ Web Application ซึ่งเป็นส่วนที่ทำงานเป็นอันดับแรกเมื่อโปรแกรมถูกเรียก จาก Web browser มีความสัมพันธ์กับส่วนของ Model และ View โดยมีการติดต่อกับ Databases ด้วย Model และแสดงผลข้อมูลผ่านทาง View นับว่าเป็นส่วนที่ติดต่อการทำงานระหว่างผู้ใช้และโปรแกรม

1.2 เอพีไอ (API: Application Programming Interface)

เอพีไอ หรือ API (Red Hat, 2020) ย่อมาจาก Application Programming Interface คือช่องทางการเชื่อมต่อระหว่างเว็บไซต์หนึ่งไปยังอีกเว็บไซต์หนึ่ง หรือเป็นช่องทางในการการเชื่อมต่อระหว่างผู้ใช้งานกับแม่ข่าย หรือจากแม่ข่ายไปหาแม่ข่าย ซึ่งเอพีไอนั้นเป็นเหมือนภาษาคอมพิวเตอร์ที่ทำให้คอมพิวเตอร์สามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้อย่างอิสระ และเอพีไอทำหน้าที่ช่วยในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ โดยเจ้าของเว็บไซต์ที่มีเอพีไอจะสามารถกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงการบริการต่าง ๆของเว็บไซต์ได้

1.3 การประมวลผลภาพ (Image Processing)

การประมวลผลภาพ (Image Processing) (Microsoft, 2020) หมายถึง การนำรูปภาพมาประมวลผลหรือคิดคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณที่ต้องการ โดยมีขั้นตอนต่าง ๆ ที่สำคัญ คือ การแบ่งส่วนของวัตถุที่เราสนใจออกมาจากภาพ เพื่อนำภาพวัตถุที่ได้ไปวิเคราะห์หาข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น ขนาด รูปร่าง และทิศทางการเคลื่อนของวัตถุในภาพ จากนั้นเราสามารถนำข้อมูลเชิงปริมาณเหล่านี้ไปวิเคราะห์ และสร้างเป็นระบบ หากให้มนุษย์วิเคราะห์เอง มักต้องใช้เวลามากและใช้แรงงานสูง และอาจเกิดความผิดพลาดขึ้นได้ คอมพิวเตอร์ซึ่งมีความสามารถในการคำนวณและประมวลผลข้อมูลจำนวนมหาศาลได้ในเวลาอันสั้น จึงมีประโยชน์อย่างมากในการเพิ่มประสิทธิภาพการประมวลผลภาพและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากภาพในระบบต่าง ๆ

1.4 คอมพิวเตอร์วิทัศน์ของ Microsoft Azure

คอมพิวเตอร์วิทัศน์เป็นการดึงสารสนเทศจากรูปภาพหรือวีดีทัศน์แล้วนำมาวิเคราะห์โดยใช้คณิตศาสตร์เพื่อแยกส่วนภาพและจัดกลุ่มภาพเพื่อให้คอมพิวเตอร์สามารถเข้าใจคุณลักษณะภาพได้ Microsoft Azure มี API สำหรับคอมพิวเตอร์วิทัศน์ (Microsoft, 2020) เพื่อตรวจจับวัตถุ แล้วแปลงเป็นข้อความเพื่ออธิบายวัตถุนั้น โดยผู้พัฒนาไม่จำเป็นต้องเชี่ยวชาญด้าน Machine Learning

1.5 งานที่เกี่ยวข้อง

เว็บไซต์ที่มีการขายสินค้าด้านการตัดเย็บ ได้แก่ deedee.co.th (Deedee, 2017) เป็นเว็บแอปพลิเคชันสำหรับขายอุปกรณ์งานฝีมือ อุปกรณ์งานตัดเย็บ มีการเข้าสู่ระบบไม่ว่าจะเป็นการ login ผ่านเว็บ deedee

หรือ login ผ่าน Facebook ยังสามารถทำการเลือกซื้อสินค้าและทำการโอนเงินค่าสินค้าได้ ในขณะที่เว็บ Jutoonshop (Jutoonshop, 2018) เป็นเว็บแอปพลิเคชัน สำหรับขายอุปกรณ์ตัดเย็บเสื้อผ้าไม่ว่าจะทั้งขายปลีก ขายส่ง สินค้านำเข้า เช่น ผ้าญี่ปุ่นนำเข้า ซิป ด้าย เข็ม หรืออุปกรณ์งานฝีมือต่าง ๆ นอกจากนั้นแล้ว เว็บแอปพลิเคชัน Jutoonshop มีระบบสมัครสมาชิกทั้งของเว็บไซต์หรือผ่านทาง Facebook อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสินค้าสำหรับการตัดเย็บเป็นสินค้าเล็ก ๆ ที่ต้องการซื้อจำนวนน้อย แต่มีสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้จำนวนมาก การค้นหาด้วยรูปภาพจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ในขณะที่ เว็บดังกล่าวไม่สามารถค้นหาสินค้าจากรูปภาพที่ลูกค้ามีได้ และไม่สามารถค้นหาร้านเย็บผ้าใกล้เคียงตำแหน่งของลูกค้าได้

วิธีการดำเนินงานวิจัย

แอปพลิเคชันบนเว็บที่พัฒนาขึ้นมีขอบเขตการทำงานได้ดังนี้

สำหรับร้านตัดเย็บเสื้อผ้า หรือ ลูกค้า สามารถดำเนินการต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. สมัครสมาชิกเป็นร้านตัดเย็บ หรือ ลูกค้าได้
2. ลูกค้าสามารถค้นหาร้านตัดเย็บ และโพสงานจ้างได้
3. ร้านตัดเย็บสามารถรับงานจ้างได้
4. ค้นหาสินค้าจากการพิมพ์ชื่อสินค้า หรือ ค้นหาโดยเลือกจากรูปตัวอย่างสินค้าที่มีได้
5. เพิ่มสินค้าที่ต้องการซื้อ แก้ไขจำนวนสินค้า และยกเลิกรายการสินค้าในตะกร้าได้
6. แก้ไขข้อมูลที่อยู่การจัดส่ง และเลือกประเภทการส่งสินค้าได้
7. แจ้งการชำระเงินได้
8. ตรวจสอบหมายเลขพัสดุ และวันที่ส่งได้
9. ทำการกดซื้อสินค้าซ้ำได้
10. ตั้งกระทู้สอบถามพูดคุยเกี่ยวกับสินค้า และสามารถแสดงความคิดเห็นใต้กระทู้ได้

สำหรับร้านขายอุปกรณ์ตัดเย็บ สามารถดำเนินการต่าง ๆ ได้ดังนี้

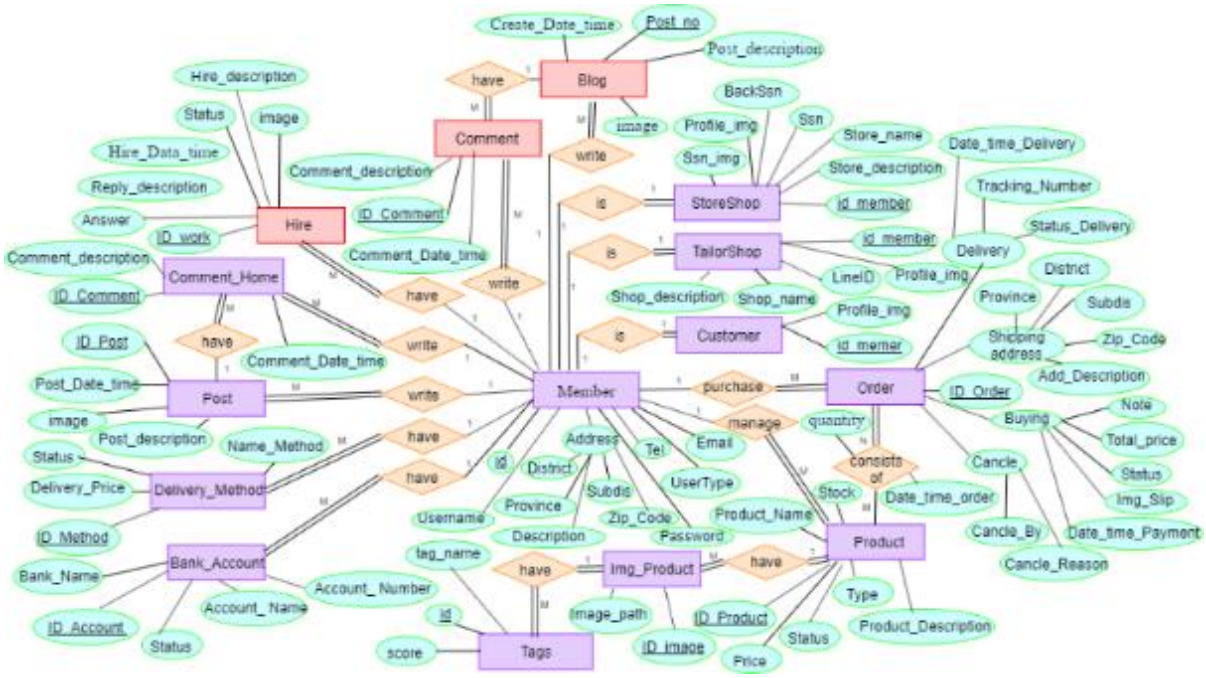
1. สมัครสมาชิกเป็นร้านขายอุปกรณ์ตัดเย็บได้
2. สร้างและแก้ไขโปรไฟล์ตนเอง และเปลี่ยนรหัสผ่านได้
3. เพิ่ม ลบและแก้ไขรายละเอียดสินค้าได้
4. ดูข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้าได้
5. กรอกข้อมูลหมายเลขพัสดุ และวันที่ส่งสินค้าได้
6. ตั้งกระทู้สอบถามพูดคุยเกี่ยวกับสินค้าหรือเกี่ยวกับเว็บแอปพลิเคชันได้ และแสดงความคิดเห็นใต้กระทู้ได้

7. โปรแกรมสามารถใช้งานได้กับเครื่องคอมพิวเตอร์พีซี ที่ติดตั้งเว็บเบราว์เซอร์ Google Chrome ซึ่งเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วไม่ต่ำกว่า 6Mbps



ภาพที่ 1 ภาพรวมของระบบ

ภาพที่ 1 แสดงภาพรวมของระบบ ผู้ใช้สามารถใช้งานระบบผ่านเว็บในเครื่องคอมพิวเตอร์พีซีได้ ระบบจะใช้ภาษา HTML , Java Script, CSS และ Angular ในการพัฒนาแอปพลิเคชันบนฝั่งเว็บเบราว์เซอร์ และใช้ภาษา C# .net และ Framework .net ในการพัฒนาแอปพลิเคชันฝั่งแม่ข่ายเว็บ ส่วนฐานข้อมูลจะใช้ SQL Server ในการจัดการ และมีการเรียกใช้ Image Processing API ของ Microsoft Azure ชื่อ Computer Vision ในการค้นหาสินค้าจากรูปภาพ



ภาพที่ 2 แผนภาพอีอาร์ของระบบ

ฐานข้อมูลระบบ ซึ่งประกอบด้วย 16 เอนทิตีซึ่งครอบคลุมข้อมูลของระบบร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ร้านขายอุปกรณ์ตัดเย็บเสื้อผ้า ลูกค้า การจ้างงาน สินค้า และกระทู้ ดังแสดงในภาพที่ 2 โดยมีรายละเอียดดังนี้ Member สำหรับเก็บข้อมูลต่าง ๆ ของผู้ใช้ทุกประเภทที่ต้องเก็บเหมือนกัน, Customer สำหรับเก็บข้อมูล

เฉพาะของลูกค้า, TailorShop สำหรับเก็บข้อมูลเฉพาะของร้านตัดเย็บเสื้อผ้า, StoreShop สำหรับเก็บข้อมูลเฉพาะของร้านขายอุปกรณ์ตัดเย็บเสื้อผ้า, Bank_Account สำหรับเก็บข้อมูลบัญชีธนาคารของร้านขายอุปกรณ์ตัดเย็บเสื้อผ้า, Post สำหรับเก็บข้อมูลเนื้อหาของกระทู้, Comment_Home สำหรับเก็บข้อมูลความคิดเห็นของกระทู้, Product สำหรับเก็บข้อมูลสินค้า, Img_Product สำหรับเก็บรูปสินค้า, Tags สำหรับเก็บแท็กรูปสินค้า (ใช้สำหรับการค้นหาด้วยรูปภาพ), Delivery_Method สำหรับเก็บข้อรูปรูปแบบการจัดส่งสินค้าของร้านขายอุปกรณ์, Order สำหรับเก็บข้อมูลการสั่งซื้อ, Ordering สำหรับเก็บข้อมูลจำนวนชิ้น และเวลาทีสั่งซื้อของสินค้าแต่ละชนิด, Blog สำหรับเก็บข้อมูลเนื้อหาของโพสต์หน้าร้านตัดเย็บเสื้อผ้า, Comment สำหรับเก็บข้อมูลเนื้อหาของความคิดเห็นของโพสต์หน้าร้านตัดเย็บเสื้อผ้า, Hire สำหรับเก็บข้อมูลการจ้างงานระหว่างลูกค้ากับร้านตัดเย็บเสื้อผ้า

การทำงานของระบบประมวลผลภาพในเว็บจะเรียกใช้ Image Processing API ในระหว่างที่ร้านค้าทำการเพิ่มสินค้าลงในระบบ โดยระบบจะส่งรูปสินค้าที่ร้านขายอุปกรณ์ตัดเย็บเพิ่มเข้ามาไปให้ Image Processing API ของ Azure ที่มีชื่อว่า Computer Vision จากนั้นจะได้ค่า Tags ซึ่งเป็นชื่อของวัตถุในรูปและค่า Confident ที่เป็นร้อยละของความมั่นใจออกมาเป็นผลลัพธ์ สุดท้ายระบบจะนำค่า Tags และค่า Confident ของรูปสินค้าแต่ละรูปเก็บบันทึกลงในฐานข้อมูล

เมื่อผู้ใช้ต้องการค้นหาสินค้าด้วยรูปภาพ จะสามารถทำได้โดยเลือกรูปภาพที่ผู้ใช้มี การทำงานของ Image Processing จะนำรูปที่ผู้ใช้ต้องการค้นหา ส่งไปเรียกใช้งาน Image Processing API เช่นเดียวกับตอนเพิ่มรูปสินค้า จากนั้นจะได้ค่า Tags และ ค่า Confident ออกมา ระบบจะนำค่า Tags ที่ได้ไปค้นหาในฐานข้อมูล ที่เก็บค่า Tags ของรูปสินค้าที่ร้านขายอุปกรณ์เพิ่มเข้ามา โดยถ้าข้อมูล Tags ตรงกัน ก็จะเรียกข้อมูลสินค้านั้นออกมาแสดงผลโดยเรียงลำดับตามค่า Confident ที่ใกล้เคียงกับค่ารูปภาพต้นแบบที่ค้นหาด้วยวิธีการดังกล่าว ทำให้ไม่จำเป็นต้องเก็บข้อมูลสินค้าจำนวนมากเพื่อให้ระบบเรียนรู้ผ่านกระบวนการ Machine Learning แบบปกติ แต่ให้ระบบ Image Processing API ของ Azure รู้จำวัตถุ และใช้ความมั่นใจในการเปรียบเทียบความคล้ายคลึงของวัตถุแทน

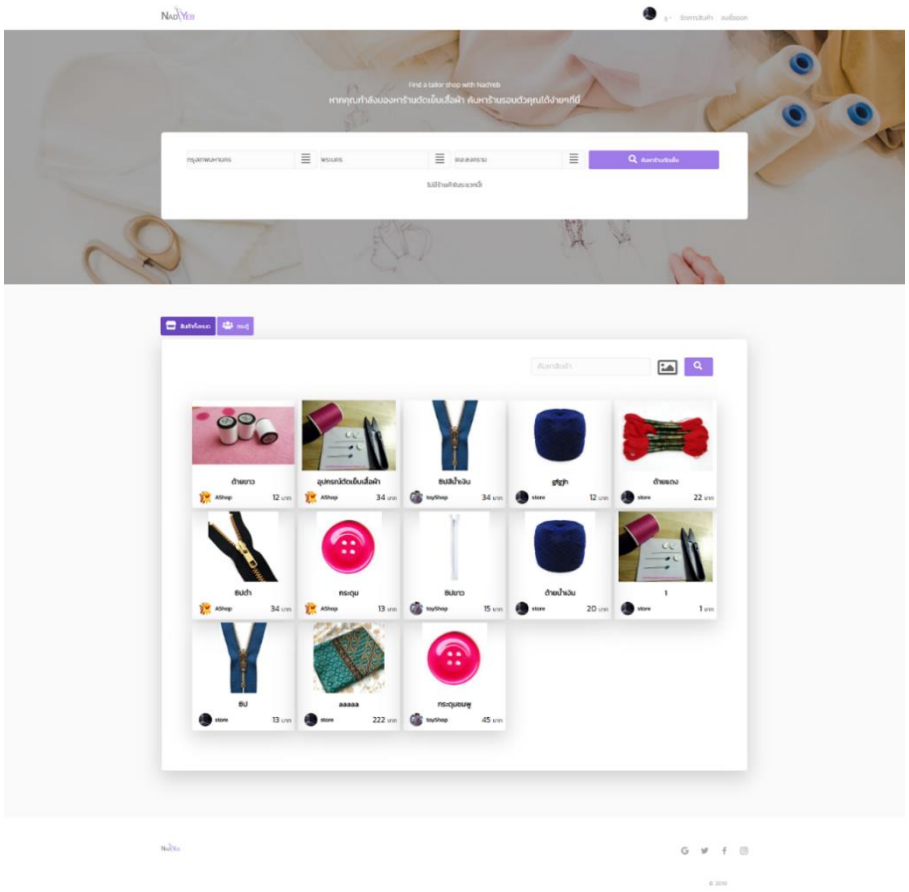
ผลการวิจัย

หลังจากพัฒนาระบบเว็บที่มีการเรียกใช้บล็อกเชนเรียบร้อย ผู้พัฒนาได้ทดสอบระบบดังนี้

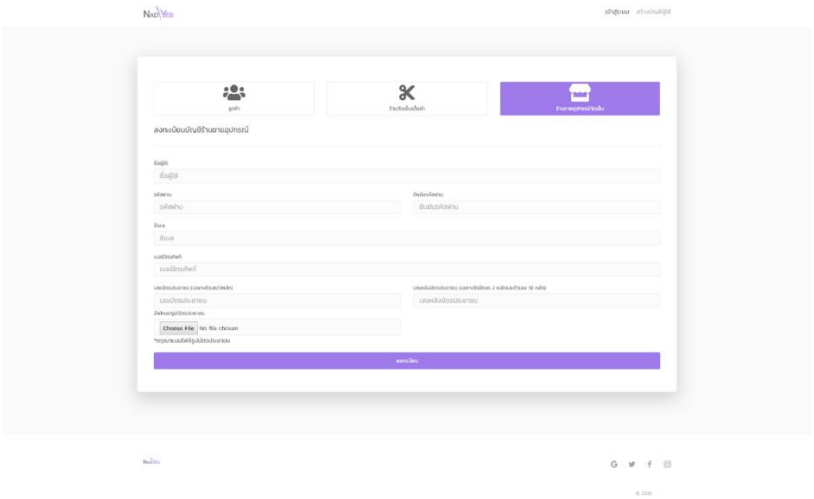
การทดสอบการทำงานตามหน้าที่

หน้าแรกเมื่อเข้าสู่ Nadyeb Web Application ในหน้านี้ผู้ใช้สามารถ ลงทะเบียน สมัครสมาชิก ค้นหาร้านตัดเย็บเสื้อผ้า และค้นหาสินค้าได้ โดยลูกค้าสามารถค้นหาสินค้าทั้งได้จากการพิมพ์หรือจากการ

เลือกรูปสินค้า จากนั้นลูกค้าจะพบรายการสินค้าที่ตรงกับรูปดังภาพที่ 3 หากผู้ใช้ยังไม่เคยใช้งานเว็บ สามารถเลือกระดับผู้ใช้ และลงทะเบียนได้ดังแสดงใน ภาพที่ 4 เมื่อผู้ใช้กรอกข้อมูลลงทะเบียนเสร็จ และกดยืนยัน ระบบจะเก็บข้อมูลลงฐานข้อมูล และสร้างผู้ใช้ในระบบ

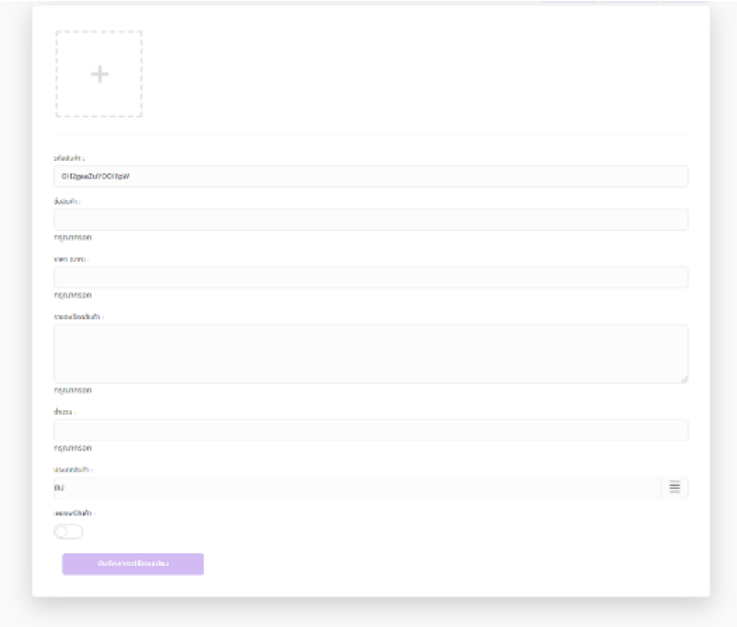


ภาพที่ 3 หน้าแรกของระบบ

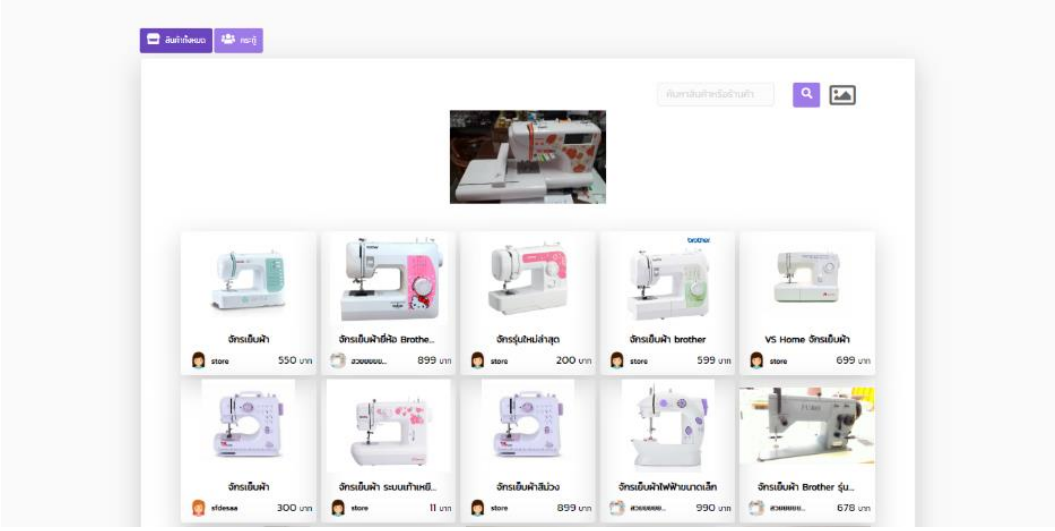


ภาพที่ 4 หน้าลงทะเบียนของร้านขายอุปกรณ์ตัดเย็บ

เมื่อผู้ใช้ที่เป็นร้านขายอุปกรณ์ลงทะเบียนและเข้าสู่ระบบแล้ว จะสามารถเพิ่มสินค้าเข้าสู่ระบบได้ และสามารถจัดการสินค้าในร้านของตนเองได้ ร้านขายอุปกรณ์จะสามารถดู แก้ไข และเพิ่มรายการสินค้าได้ ดังแสดงใน ภาพที่ 5 โดยเมื่อร้านเพิ่มหรือแก้ไขรูปภาพของสินค้า รูปสินค้าจะถูกส่งไปประมวลผลด้วย Image Processing API ของ Azure ที่ชื่อ Computer Vision จากนั้นนำค่า Tags และค่า Confident ของรูปสินค้าแต่ละรูปเก็บบันทึกลงในฐานข้อมูล เมื่อผู้ใช้ค้นหาสินค้าด้วยรูป ระบบจะนำรูปของผู้ใช้ผ่าน Image Processing API และนำค่า Tags และ Confident มาเปรียบเทียบกับค่าในฐานข้อมูลและแสดงผลสินค้าใกล้เคียง ดังแสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 5 หน้าเพิ่มสินค้าของร้านขายอุปกรณ์ตัดเย็บ



ภาพที่ 6 หน้าผลการค้นหาอุปกรณ์ตัดเย็บ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

บทความนี้กล่าวถึงการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันบนเว็บสำหรับร้านตัดเย็บ ผู้พัฒนาได้สร้างระบบเว็บด้วยภาษา HTML, CSS, JavaScript, C#.NET และ SQL ระบบแบ่งผู้ใช้เป็น 3 ส่วน คือ สมาชิกร้านตัดเย็บ สมาชิกลูกค้า และสมาชิกร้านขายอุปกรณ์ตัดเย็บ โดยสมาชิกลูกค้าสามารถเข้าชมเว็บเพื่อหาร้านตัดเย็บได้ ติดต่อร้านตัดเย็บเพื่อจ้างงาน ซื้อสินค้าได้ ในส่วนของสมาชิกร้านค้าสามารถใส่ข้อมูลรายละเอียดเพื่อแนะนำร้านของตัวเองผ่านเว็บได้ สามารถรับงานที่ลูกค้าจ้างได้ สามารถโพสต์รีวิวงาน และสามารถซื้อสินค้าผ่านหน้าเว็บได้ ช่วยให้ร้านสะดวกในด้านของการหาลูกค้าและซื้อสินค้าผ่านระบบ ในส่วนของร้านขายอุปกรณ์สามารถเพิ่มสินค้า จัดการกับสินค้าได้ ช่วยในการเพิ่มช่องทางการขายสินค้า โดยการซื้อสินค้า ลูกค้าสามารถค้นหาสินค้าโดยใช้รูปภาพ และระบบนำเทคโนโลยีประมวลผลภาพมาใช้งาน ในการทดสอบระบบพบว่าระบบสามารถทำงานได้รวดเร็วและถูกต้องตามที่ได้ออกแบบไว้

เมื่อเปรียบเทียบกับเว็บไซต์ขายสินค้าตัดเย็บอื่น ๆ พบว่าเว็บไซต์อื่นยังไม่สามารถค้นหาสินค้าโดยใช้รูปภาพได้ เนื่องจากสินค้าสำหรับการตัดเย็บเป็นสินค้าเล็ก ๆ ที่ต้องการซื้อจำนวนน้อย แต่มีสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้จำนวนมาก การค้นหาด้วยรูปภาพจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

ในอนาคต นอกจากมีการเพิ่มเติมรายการสินค้าที่เคยซื้อให้กับลูกค้าแล้ว อาจมีรายการสินค้าที่มีรูปร่างใกล้เคียงให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าที่ใช้งานซ้ำ ๆ และสินค้าใกล้เคียงได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น เพิ่มพูนประสบการณ์การซื้อสินค้าแบบเฉพาะบุคคลให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจไปอีกขั้น

เอกสารอ้างอิง

Deedee. (2017). เข้าถึงได้จาก Deedee: Handcraft And Accessories: www.deedee.co.th

Jutoonshop. (2018). เข้าถึงได้จาก Jutoonshop - จำหน่ายอุปกรณ์งานควิลท์, อุปกรณ์งานฝีมือ, อุปกรณ์ตัดเย็บ, ผ้าคอตต้อน, ผ้าทอ, หนังสืองานฝีมือ, อุปกรณ์ clover, ด้ายควิลท์, เข็มควิลท์, ซิป, ใยอัดแผ่น, กาวติดผ้า, ของใช้น่ารัก ๆ: http://www.Jutoonshop.com

Microsoft. (2019). *ASP.NET MVC Pattern*. เข้าถึงได้จาก .NET:

https://dotnet.microsoft.com/apps/aspnet/mvc

Microsoft. (2020). *Computer Vision.* เข้าถึงได้จาก Microsoft Azure:

https://azure.microsoft.com/en-us/services/cognitive-services/computer-vision/

Red Hat. (2020). *What is an API?* เข้าถึงได้จาก Redhat.com:

https://www.redhat.com/en/topics/api/what-are-application-programming-interfaces

บทบาทและกลวิธีการแสดงตัวโกงลิเก

ROLE AND ACTING TACTICS OF THE LIKAY SCOUNDREL

คมคาย แสงศักดิ์*
Khomkhai sangsak*
นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย คณะศิลปนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
Master's student Program in Thai Drama Faculty of Music and Drama Bunditpatanasilpa Institute
อีเมล์ : Bird-Khomkhai@hotmail.com
ชนัย วรรณะลี**
Chanai Vannalee**
อาจารย์ สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย คณะศิลปนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
Instructor Program in Thai Drama Faculty of Music and Drama Bunditpatanasilpa Institute
อีเมล์ : Chanai9554@gmail.com
นิวัฒน์ สุขประเสริฐ***
Niwat Sukprasirt***
อาจารย์ สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย คณะศิลปนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
Instructor Program in Thai Drama Faculty of Music and Drama Bunditpatanasilpa Institute
อีเมล์ : Niwat.dusit@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาบทบาท กลวิธีการแสดงตัวโกงลิเก และวิเคราะห์อัตลักษณ์การเป็นตัวโกงลิเก โดยศึกษาการแสดงตัวโกงลิเกตามแนวทางของวีระ ภุชงค์

ผลการวิจัยพบว่า ตัวโกงลิเกเป็นตัวเอกของเรื่องที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการแสดงลิเก เพราะตัวโกงเป็นผู้ดำเนินเรื่องทำให้เนื้อเรื่องต่อเนื่องเชื่อมโยงกัน เป็นตัวละครที่ทำให้เกิดเหตุการณ์หรือปมปัญหาต่าง ๆ ภายในเนื้อเรื่อง ช่วยให้เนื้อเรื่องมีความสนุกสนาน เข้มข้น ถ้าตัวโกงที่มีความสามารถทางการแสดงมากก็จะสามารถแสดงได้อย่างสมบทบาทและจะช่วยสร้างอรรถรสต่อการแสดงได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้ชมมีอารมณ์ร่วมด้วย การแสดงบทบาทตัวโกงลิเกของวีระ ภุชงค์ที่ช่วยสร้างชื่อเสียงให้แก่ท่านนั้น คือบทบาทการแสดงตัวโกงกษัตริย์และตัวโกงทหาร โดยมีกลวิธีการแสดง คือ เมื่อรับบทบาทตัวโกงกษัตริย์ จะใช้ลีลาท่าทางการวางมาดให้ดูทะนง องอาจ เน้นการใช้สายตาในการแสดงออกทางอารมณ์ภายในของตัวละครเพื่อสื่อสารให้ผู้ชมรู้ถึงภาวะอารมณ์ในขณะนั้น สำหรับบทบาทตัวโกงทหารจะใช้การวางมาดนอบน้อมต่อหน้ากษัตริย์ แต่แฝงไว้ด้วยความเจ้าเล่ห์ เมื่อมีชัยชนะต่อศัตรูก็จะหัวเราะเยาะเย้ย แต่ต้องมีความกวนเข้ามาผสมโดยการใช้คำพูดเชือดเฉือน ถากถาง นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของท่าน พบว่าท่านเป็นลิเกคำพูด คือการแสดงลิเกที่เน้นการพูดสำนวน คำสุภาษิต คำเปรียบเปรย เน้นการแสดงท่าทาง สีหน้าและแววตามากกว่าการร่ายรำ ส่วนการร้องใช้จังหวะการร้องช้าแต่กระชับคำร้อง เน้นการใช้เสียงหนักเบาเพื่อแสดงอารมณ์ของตัวละครมีการ

แต่งกายที่แตกต่างจากผู้แสดงคนอื่น สิ่งเหล่านี้ทำให้วีระ ภุชงค์ มีอัตลักษณ์เฉพาะตนในการแสดงลิเก ซึ่งเกิดจากการเป็นตัวโกงที่มีภูมิความรู้ ด้วยการแสวงหาความรู้ การศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ แล้วนำมาประยุกต์ใช้กับตนเอง อีกทั้งได้รับการสอน การฝึกหัดมาจากครูลิเกโบราณหลายท่าน และมีต้นแบบการแสดงที่ดีอย่างครูเทพา สวนศรี ผสมผสานกับประสบการณ์ ความชำนาญของตนเอง

คำสำคัญ : บทบาท กลวิธีการแสดง ตัวโกงลิเก

Abstract

This study has the objective of studying the roles and acting tactics of the Likay scoundrel, and analyzing the identities of being a Likay scoundrel according to Veera Phuchong.

From the study, the Likay scoundrel is the main character of the story and is very important for Likay because the scoundrel will proceed through the duration of the story, providing continuity. Moreover, it is a character who creates situations and problems in the story and also makes the story fun and intense. If the scoundrel is highly skilled in acting, the acting will be of a high standard and can bring pleasure to the audience of the performance. Audiences will be touched by the performance as well. The acting of the Likay scoundrel by Veera Phuchong which has brought him popularity involves the roles of king and soldier scoundrels. When he has the role of a king scoundrel, he will act with pride and use his eyes for the emotional expression of the character to communicate with the audience and express the emotions at that moment. For the soldier scoundrel, he will be humble before the king yet with hidden hypocrisy. When he obtains victories against enemies, he will laugh at them annoyingly while using sarcasm. Moreover, when analyzing his identity, he performs verbal Likay, which means the Likay performance which uses idioms and proverbs, including body and eye expression, rather than dance. For the singing, he uses a slow rhythm but one which is concise, and uses different tones to express the emotion of the character. The costume will be different from the other actors and actresses. These make Veera Phuchong unique in performing Likay. This is the result of being a knowledgeable scoundrel and seeking new knowledge from various sources and applying this in his own way. Moreover, he has been taught by many traditional Likay teachers and had a good acting master in Kru Thepha Suansi. These factors were combined with his experience and expertise.

Keywords : Role, Acting Tactics, Likay Scoundrel

บทนำ

ลิเก เป็นการแสดงที่ได้รับอิทธิพลมาจากการสวดสรรเสริญพระเจ้าในศาสนาอิสลามของชาวเปอร์เซีย หรือชาวมุสลิม แต่ไทยได้นำมาพัฒนารูปแบบจนกลายเป็นศิลปะที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ลิเกปรากฏหลักฐานมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และยังคงดำรงอยู่มาจนถึงปัจจุบัน มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงทั้งด้านการแสดง เครื่องแต่งกาย เวทีการแสดง และฉาก แสดงให้เห็นว่าการแสดงลิเกมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้ากับยุคสมัยและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง การแสดงลิเกจึงเป็นการแสดงที่ยังได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบันในหมู่ประชาชน จึงมีการจัดหาการแสดงลิเกมาแสดงในงานต่าง ๆ อย่างหลากหลาย ทั้งที่เป็นงานมงคล หรืองานอวมงคล การแสดงลิเกนิยมแสดงเป็นเรื่องราวที่มีแนวเรื่องเกี่ยวกับการชิงรักหักสวาท การแย่งชิงอำนาจ เนื้อเรื่องที่แสดงก็จะมีตัวเอกที่รับบทบาทต่าง ๆ ในเรื่อง เช่น พระเอก นางเอก ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีรูปร่าง หน้าตาที่ดูดี สวยงาม ลีลาการรำสวยงาม น้ำเสียงไพเราะ นอกจากนี้ยังมีบทบาทที่มีส่วนสำคัญในเรื่องที่มีส่วนทำให้การแสดงเกิดอรรถรสมากขึ้นนอกเหนือจากบทบาทพระเอก นางเอก คือ ตัวโกงหรือดาวร้าย

ตัวโกงหรือดาวร้าย คือ นักแสดงที่รับบทเป็นคนร้าย หรือเป็นตัวละครที่ไม่ดี เป็นฝ่ายที่อยู่ตรงข้ามหรือเป็นศัตรูกับฝ่ายพระเอก หรือฝ่ายนางเอกของเรื่อง ตัวโกงที่เป็นผู้ชายจะเรียกว่า ตัวโกง หรือ ดาวร้าย (ศุภมน อาภานันท์, 2554, หน้า 65) การแบ่งประเภทหรือลักษณะของตัวโกงจากการสัมภาษณ์ผู้รู้ทางด้านการแสดงลิเกจำนวน 4 คน ได้แก่ กิตติ เจือเพ็ชร์ ขวัญใจ มาลัยนาค พยนต์ แก้วใย และเสงี่ยม แสงศักดิ์ สามารถแบ่งคุณลักษณะของตัวโกงได้เป็น 3 ลักษณะ คือ ตัวโกงกษัตริย์ มีลักษณะเป็นผู้ที่มีอำนาจ ต้องการทุกอย่างมาเป็นของตน โดยไม่คำนึงถึงศีลธรรม ตัวโกงทหาร มีลักษณะเป็นคนต่อหน้าพูดดีลับหลังชอบใส่ร้าย หาประโยชน์เข้าหาตนเอง วางแผนการ ยุยงส่งเสริมเพื่อให้ได้ประโยชน์ส่วนตน และตัวโกงชาวบ้านหรือตัวโกงลูกทุ่งมีลักษณะเป็นอันธพาล ระรานข่มเหงคนที่ไม่มีทางสู้ ถ้าเป็นผู้ที่มีเงินทองก็จะเป็นผู้ที่เอาเปรียบคนอื่น สอดคล้องกับที่ เอกอนงค์ อยู่ยั่งยืน (2560, หน้า 587) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะการแสดงนางโกงลิเกสามารถแบ่งได้ 5 ลักษณะ คือ โกงกษัตริย์ หมายถึง ผู้แสดงที่มีสถานะเป็นเจ้าเมือง หรือเป็นตัวดำเนินเรื่อง โกงแม่และโกงลูก หมายถึง ผู้แสดงที่มีสถานะเป็นสามัญชนคนธรรมดาแตกต่างกันที่วัยแก่หรือวัยสาว โกงตลกหรือคนใช้ หมายถึง ผู้ที่มีสถานะเป็นคนใช้และออกแสดงตามตัวโกง ไม่มีสาระในการแสดงแต่เป็นคนช่วยเพิ่มสีสันให้ตลกขบขัน โกงตลาดหรือโกงยั่ว หมายถึง ตัวโกงที่มีบทบาท หน้าที่ยั่วยวนพระเอก มีกิริยาไม่เรียบร้อย และโกงชาวบ้าน หมายถึง ผู้ที่มีนิสัยไม่ดี ขี้โกง ขึ้นอยู่กับเหตุจูงใจให้โกง

การแสดงตัวโกงลิเกแต่ละคุณลักษณะนั้นมีกลวิธีการแสดงที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับบทบาทของตัวโกงที่ได้รับ ปฏิภาณไหวพริบ และความสามารถของผู้แสดงแต่ละคน ตัวโกงลิเกคุณลักษณะต่าง ๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. โกงกษัตริย์ บุคลิกจะต้องนิ่ง เคลื่อนไหวร่างกายน้อยแต่ให้ดูทะมัดทะแมง ดูแข็งแกร่งองอาจ อกผายไหล่ผึ่ง ใช้น้ำเสียงทุ้มกว้าง พูดช้าชัดถ้อยชัดคำ หรือใช้น้ำเสียงเน้นหนักเบา ส่วนมากจะเคลื่อนไหวเฉพาะใบหน้า หรือมองก็จะมองด้วยหางตา

2. โกงทหาร ข้าราชการ จะมีบุคลิกที่สง่างาม อกผายไหล่ผึ่ง สีหน้าจะบ่งบอกถึงความเจ้าเล่ห์ แต่ดูมาดนิ่งเมื่ออยู่ต่อหน้าผู้ที่มีอำนาจเหนือกว่าตน และเมื่อลับหลังก็จะโผงผางโวยวาย การเคลื่อนไหวร่างกายจะต้องทะมัดทะแมง คล่องแคล่วกระฉับกระเฉงสมกับเป็นทหาร

3. โกงชาวบ้าน การเคลื่อนไหวร่างกายจะต้องมีลีลายียวนกวนประสาท จะไม่อยู่นิ่ง หน้าตาและน้ำเสียงจะยียวน พูดไปก็ยักไหล่ยักคอไป สายตาจะไม่นิ่ง หน้าตาเลิกลั่ก กิริยาหลุกหลิก

ผู้แสดงบทบาทของตัวโกงลิเกในบทบาทตัวโกงกษัตริย์และตัวโกงทหาร เป็นที่ยอมรับในวงการลิเกและผู้ชม คือ วีระ ภุชงค์ หรือสมญานามในการแสดงลิเก คือ เบิ้ม บุตรจำลอง ซึ่งมีผลงานการแสดงทั้ง 2 บทบาทอย่างมากมายท่านเริ่มแสดงลิเกตั้งแต่อายุ 17 ปี โดยรับบทบาทครั้งแรกเป็นตัวตลกหรือตัวโจ๊กภายหลังเมื่อมีประสบการณ์และความชำนาญการแสดงมากขึ้นจึงได้รับบทบาทเป็นตัวโกง จนมีชื่อเสียงโด่งดัง จากนั้นจึงผันตัวเองไปอยู่เบื้องหลังการแสดงคณะลิเกดวงเก้า ลูกสาวพ่อแก่ ซึ่งเป็นบุตรสาวของตนเอง และฝึกหัดการแสดงลิเกให้กับคณะศรราม น้ำเพชร ตลอดระยะเวลาที่แสดงลิเกมาท่านมีผลงานการแสดงอย่างต่อเนื่อง ผลงานของท่านที่โดดเด่นและสร้างชื่อเสียง ส่วนมากเป็นบทบาทการแสดงที่เป็นตัวโกงกษัตริย์และตัวโกงทหาร ทำให้ได้รับเชิญให้ไปร่วมแสดงในงานสำคัญต่าง ๆ อย่างมากมาย เช่น งานมหกรรมลิเกร้อยล้านการแสดงลิเกการกุศล เฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง โครงการจัดตั้งมูลนิธิเพลงสยามและโรงเรียนมัธยมสังคีตวิทยา การแสดงลิเกบันทึกดีวีดีของ บริษัทโรส มีเดีย แอนด์เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ เป็นต้น เนื่องจากวีระ ภุชงค์ มีลีลาการแสดงที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้ผู้ชมลิเกอีกทั้งนักแสดงลิเกด้วยกันต่างชื่นชอบและนักแสดงลิเกรุ่นหลังก็นำเอาวิธีการแสดงของท่านไปเป็นต้นแบบในการแสดงลิเกตัวโกง

จากประวัติและผลงานในการแสดงลิเกของวีระ ภุชงค์ ที่มีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และจากการที่ผู้วิจัยมีโอกาสได้รับชมผลงานการแสดงของวีระ ภุชงค์ เมื่อท่านแสดงเป็นตัวโกงลิเกก็มักจะถูกผู้ชมเอ่ยคำสบถและแสดงความรู้สึกรังเกียจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการแสดงของท่านสร้างอรรถรส เข้าถึงอารมณ์ของผู้ชมได้เป็นอย่างดี อีกทั้งท่านยังได้รับการยกย่องจากนักแสดงที่แสดงเป็นตัวโกงด้วยกันที่เรียกท่านว่า “อาจารย์” ซึ่งคำสรรพนามนี้สร้างความภูมิใจให้แก่วีระ ภุชงค์ เป็นอย่างยิ่ง ด้วยเหตุนี้จึงเป็นแรงจูงใจทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา ค้นคว้าเกี่ยวกับบทบาทและกลวิธีการแสดง และวิเคราะห์อัตลักษณ์การแสดงลิเกของวีระ ภุชงค์ เพื่อเก็บองค์ความรู้เกี่ยวกับกลวิธีการแสดงบทบาทตัวโกงให้กับศิลปินลิเกรุ่นหลังเพื่อใช้เป็นตัวอย่างในการแสดงและเป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบทบาทและกลวิธีการแสดงตัวโกงลิเกของวีระ ภุชงค์
2. วิเคราะห์อัตลักษณ์การเป็นตัวโกงลิเกของวีระ ภุชงค์

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแสดงลิเกและบทบาทของตัวโกงในการแสดงลิเก

2. การสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เรียกว่าแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง แต่มีประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ที่มีประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ บทบาทของตัวโกงในการแสดงลิเกมีความสำคัญต่อการแสดงอย่างไร บทบาทของตัวโกงในการแสดงลิเกมีกี่ประเภท ได้แก่อะไรบ้าง และรูปแบบการแสดงของบทบาทตัวโกงในแต่ละประเภทมีวิธีการแสดงอย่างไร โดยผู้ที่ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ มีคุณสมบัติเป็นนักแสดงที่มีประสบการณ์ในการแสดงตัวโกงลิเกไม่น้อยกว่า 20 ปี ได้แก่

3. การศึกษาภาคสนาม ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยร่วมแสดงลิเกลูกบทกับนายวีระ ภุชงค์ ศิลปินลิเกผู้รับบทบาทตัวโกง ในคณะลิเก ดวงเก้า ลูกสาวพ่อแก่ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2560

4. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์มาสรุปและเรียบเรียง แล้วรายงานผลการวิจัย 3 บทต่อคณะกรรมการ

5. นำข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการมาดำเนินการปรับปรุง แก้ไข

6. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อสรุปและเรียบเรียงเป็นรายงานผลการวิจัย 5 บทต่อคณะกรรมการ

7. ดำเนินการแก้ไขผลการวิจัยตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. บทบาทของตัวโกงแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ ตัวโกงที่เป็นกษัตริย์ เป็นผู้ที่มีอำนาจ ต้องการทุกอย่างมาเป็นของตน โดยไม่คำนึงถึงศีลธรรม เป็นตัวเอกของการแสดง เป็นคนเริ่มต้นเรื่องราวต่าง ๆ ให้เกิดขึ้น ตัวโกงประเภทที่เป็น โกงทหาร ต่อหน้าพูดดีลับหลังใส่ร้าย หาประโยชน์เข้าหาตนเอง วางแผนการ ยุยงส่งเสริมเพื่อให้ได้ประโยชน์ส่วนตน และตัวโกงประเภทชาวบ้าน โกงลูกทุ่ง อันธพาล ระรานข่มเหงคนที่ไม่มีทางสู้ ถ้าเป็นผู้ที่มีเงินทองก็จะเป็นผู้ที่เอาเปรียบคนอื่น โดยบุคลิกของตัวโกงแต่ละลักษณะมีดังนี้

1.1 โกงกษัตริย์ บุคลิกจะต้องนิ่ง เคลื่อนไหวร่างกายน้อยแต่ให้ดูทะมัดทะแมง ดูแข็งแกร่งองอาจ อกผายไหล่ ใช้น้ำเสียงทุ่มกว้าง พูดช้า ชัดถ้อยชัดคำ หรือใช้น้ำเสียงเน้นหนักเบา ส่วนมากจะเคลื่อนไหวเฉพาะใบหน้า หรือมองก็จะมองด้วยหางตา

1.2 โกงทหาร จะมีบุคลิกที่อกผายไหล่ผึ่ง สีหน้าจะบ่งบอกถึงความเจ้าเล่ห์ วางมาดนิ่ง เวลาอยู่ต่อหน้าผู้ที่มีอำนาจเหนือกว่าและเมื่อลับหลังก็จะโผงผางโวยวาย การเคลื่อนไหวร่างกายจะต้องทะมัดทะแมง คล่องแคล่วกระฉับกระเฉงสมกับเป็นทหาร

1.3 โกงชาวบ้าน การเคลื่อนไหวร่างกายจะต้องมีลีลายียวนกวนประสาท จะไม่อยู่นิ่ง หน้าตาและน้ำเสียงจะยียวน พูดไปก็ยักไหล่ยักคอไป สายตาจะไม่นิ่ง หน้าตาเลิกลั่ก กิริยาหลุกหลิก

2. บทบาทตัวโกงลิเกของวีระ ภุชงค์ ที่ท่านมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในวงการลิเก คือ บทบาทตัวโกงกษัตริย์และตัวโกงทหาร เช่น

2.1 บทบาทตัวโกงกษัตริย์

- เมียสองเมือง วีระ ภุชงค์ รับบทเป็น กษัตริย์สังคทัต
- น้ำตาพ่อ วีระ ภุชงค์ รับบทเป็น กษัตริย์ฟ้าลั่น
- พระนเรศวร วีระ ภุชงค์ รับบทเป็น พระมหาอุปราช
- สี่ทหารเสือ วีระ ภุชงค์ รับบทเป็น ท้าวพันธ์ทศกษัตริย์นครธม
- ผิดคำสาบาน วีระ ภุชงค์ รับบทเป็น กษัตริย์ขอมดำ
- มังฉงายพ่ายรัก วีระ ภุชงค์ รับบทเป็น ราชบุตรมังปอหมิ่น

2.2 บทบาทตัวโกงทหาร

- น้ำตาสาละวิน วีระ ภุชงค์ รับบทเป็น ขุนพลปาวีระ
- พันท้ายนรสิงห์ วีระ ภุชงค์ รับบทเป็น พระยาบำเรอภูธร
- ขุนศึก วีระ ภุชงค์ รับบทเป็น หัวหมูขันธ์
- ยุพราชปานแดง วีระ ภุชงค์ รับบทเป็น อำมาตย์คชกฤษ

บทบาทการแสดงตัวโกงลิเกของวีระ ภุชงค์ ทุกบทบาทล้วนเป็นที่ชื่นชอบต่อผู้ชมการแสดงเป็นอย่างมาก แต่บทบาทที่โดดเด่นและแสดงอยู่บ่อยครั้งที่สุด คือ ตัวโกงกษัตริย์และตัวโกงทหาร ดังที่ วีระ ภุชงค์ (สัมภาษณ์, 20 กรกฎาคม 2561) กล่าวว่า บทบาทที่ตนชื่นชอบและมักจะแสดงอยู่บ่อยครั้ง คือ บทบาทตัวโกงกษัตริย์ ได้แก่ บทบาทราชบุตรมังปอหมิ่น เรื่องมังฉงายพ่ายรัก ซึ่งบทบาทมังปอหมิ่นนี้เป็นตัวละครที่ต้องใช้อารมณ์และท่าทางในการแสดงเป็นอย่างมาก เป็นบทบาทราชโอรสที่เกิดจากพระสนม แต่หวังจะครอบครองอำนาจ และบทบาทตัวโกงทหาร ได้แก่ บทบาทพระยาบำเรอภูธร ซึ่งเป็นตัวละครที่มีฐานะเป็นทหารของพระเจ้าเสือ กษัตริย์ผู้ที่มีความเด็ดขาด เมื่ออยู่ต่อหน้าจึงต้องแสร้งทำเป็นเกรงกลัว เคารพนบน้อม แต่แฝงไว้ด้วยแผนการเจ้าเล่ห์ เพทุบาย คอยใส่รายป้ายสีผู้อื่น เพราะต้องการช่วงชิงอำนาจและทรัพย์สมบัติ การแสดงบทบาททั้งสองตัวละครนี้ต้องใช้ความสามารถและอารมณ์เป็นอย่างมากในการแสดงบทบาท ต้องแสดงออกถึงความนอบน้อมแต่แฝงไว้ด้วยความเจ้าเล่ห์ แสดงอารมณ์ไม่พอใจเมื่อถูกลดทอนอำนาจ และถูกผู้อื่นถากถางตน และต้องใช้ท่าทางให้ดูเคร่งขรึม ด้วยตัวละครมีบทบาทเป็นผู้มีฐานันดรสูงศักดิ์

3. กลวิธีการแสดงบทบาทตัวโกงลิเกของวีระ ภุชงค์

3.1 การรำ ท่านจึงเลือกที่จะสร้างความโดดเด่นให้ตนเองด้วยการแสดงลิเกที่ไม่มุ่งเน้นการรำมากนัก ใช้เพียงการเดินออกในช่วงท้ายเพลงเชิดในฉากแรก และใช้การเดินเข้าฉากด้วยการวางมาดเท่ห์ ดูองอาจ และการรำตีบทตามคำร้องเฉพาะคำที่สำคัญ โดยการกำมือ การชี้นิ้วการแบบมือ การรำบ้างเล็กน้อย ดังตัวอย่างในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 กลวิธีการแสดงบทบาทตัวโกงทหารของวีระ ภุชงค์ด้านการรำ

คำร้องและการรำ	ภาพประกอบ
คำร้อง เฮ้ย ! ฟังคำสัตย์อรรถรส จะก่อกบฏชิงบัลลังก์ การรำ ใช้การตีบท ด้วยการใช้มือกำชี้นิ้วเดาะมือ สื่อความหมายว่า การวางแผนก่อกบฏชิงบัลลังก์	
คำร้อง ต้องไม่ให้โดนรุกฆาต การรำ ใช้การตีบท ด้วยการใช้มือแบทั้งสองข้างส่ายไปมา สื่อความหมายว่า แผนการที่วางไว้ต้องไม่ให้โดนจับได้	

3.2 การร้อง ในบทบาทตัวโกงกษัตริย์ จะใช้ทำนองการร้องกระชับ ชัดถ้อยชัดคำ มีการลากเสียงบ้างในบางคำร้อง ไม่กระแทกเสียง ร้องเดินทำนองไปเรื่อย ๆ เต็มเสียงแต่มีการใช้โทนเสียงหนักเบา เพื่อให้สำเนียงการร้องกลอนไพเราะและเพื่อสื่ออารมณ์ในคำร้อง สำหรับตัวโกงทหาร จะใช้ทำนองการร้องคำสั้น ๆ กระชับมากกว่าการร้องในบทบาทตัวโกงกษัตริย์ ชัดถ้อยชัดคำ ร้องเต็มเสียงไม่มีการลากเสียง และมีการใช้น้ำเสียงหนักเบาน้อยกว่าบทบาทตัวโกงกษัตริย์

3.3. การพูด ในการแสดงบทบาทตัวโกงกษัตริย์ จะใช้น้ำเสียงเพื่อสื่ออารมณ์ ความรู้สึกของตัวละครในขณะนั้น ด้วยการตะเบ็งเสียงดังเมื่อต้องการสื่ออารมณ์โกรธ ไม่พอใจ มีการใช้น้ำเสียงสั่นเครือเมื่อต้องการสื่อถึงอารมณ์เสียใจ น้อยใจ นอกจากนี้ยังพบการใช้คำพูดกระทบกระเทียบเปรียบเปรย และการพูดทิ้งท้ายเพื่อเป็นการสื่อสารกับผู้ชมลิเกด้วยคำพูดประชดประชัน สำหรับบทบาทตัวโกงทหารจะใช้น้ำเสียงเน้นหนัก ตะเบ็งมาก เมื่อแสดงอารมณ์ไม่พอใจ และใช้น้ำเสียงเบาลงเพื่อสื่ออารมณ์ต่าง ๆ นอกจากนี้มีการหัวเราะเพื่อแสดงถึงความสะใจ และการพูดประโยคทิ้งท้ายด้วยประโยคสำคัญ ๆ เน้นคำพูดประเภทคำสำนวน คำสุภาษิต คำเปรียบเปรย นอกจากนี้ท่านยังใช้การพูดที่เน้นการใช้น้ำหนักเสียง โดยเลือกว่าประโยคใดควรใช้น้ำเสียงหนัก ประโยคใดควรใช้น้ำเสียงเบา สอดแทรกการหัวเราะในบางครั้ง เช่น เมื่อต้องการเยาะเย้ย หรือแสดงความดีใจ ชอบใจสะใจ

3.4 การใช้ท่าทาง ในการแสดงบทบาทตัวโกงกษัตริย์ มีการใช้ท่าทางสื่ออารมณ์ของตัวละครด้วยการใช้สีหน้า แววตา มีการวางมาดนิ่ง การแสดงออกทางใบหน้า ด้วยการใช้สายตาจ้องมอง การหลบสายตา การเบือนหน้าหนี การขมวดคิ้ว เป็นต้น และการแสดงอากัปกิริยา ท่าทาง มีการใช้มือแสดงท่าทางร่วมกับการพูด เพื่อขยายความหมายของคำพูด การทรุดตัวลงนั่ง การเดินอย่างวดเร็ว การเดินเข้าฉากอย่างองอาจ เป็นต้น ทั้งนี้การแสดงบุคลิกของท่านได้เลียนแบบการแสดงบทบาทตัวโกงมาจากครูเทพา สวนศรี แล้วนำมาปรับใช้พัฒนารูปแบบการแสดงของตนเองจนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ดังตัวอย่างในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 กลวิธีการใช้ท่าทางการแสดงตัวโกงลิเกของวีระ ภุชงค์

เหตุการณ์ในฉากและการใช้ท่าทาง	ภาพประกอบ
เหตุการณ์ในฉาก มังมหาสุรนารทตัดพ้อต่อว่ามังปอหมิ่นว่าเป็นสายเลือดเมียน้อย มังปอหมิ่นจึงทนฟังไม่ได้ การใช้ท่าทาง ลุกขึ้นยืนทันที ด้วยความโกรธ แล้วชี้หน้า โต้เถียง ตัดพ้อต่อว่ามังมหาสุรนารทด้วยความน้อยใจ พูดด้วยน้ำเสียงสั่นเครือ นัยน์ตาเศร้าสลด	
เหตุการณ์ในฉาก มังมหาสุรนารทรต่อว่ามังปอหมิ่นมีเลือดสัตว์ผสม การใช้ท่าทาง ใช้มือปิดหูทั้งสองข้าง แสดงอาการเสียใจในคำด่าของพระบิดา และใช้การเบือนหน้าหนี	
เหตุการณ์ในฉาก มังมหาสุรนารทฆ่าตัวตาย การใช้ท่าทาง ตะโกนเรียก “พระบิดา” แล้วทรุดตัวลงกับพื้นด้วยความเสียใจ	
เหตุการณ์ในฉาก เมื่อมังมหาสุรนารถตาย มังปอหมิ่นจึงประกาศยึดครองอำนาจ ขึ้นครองบัลลังก์เป็นกษัตริย์แห่งตองอู การใช้ท่าทาง เดินขึ้นไปยืนบนบัลลังก์ แล้วประกาศตนเองว่าเป็นกษัตริย์	

4. อัตลักษณ์การแสดงลิเกของวีระ ภุชงค์ จากกลวิธีการแสดงตัวโกงลิเกของวีระ ภุชงค์ ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์อัตลักษณ์การแสดงตัวโกงลิเกของวีระ ภุชงค์ โดยอาศัยองค์ประกอบการแสดงลิเกทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การรำ การร้อง การพูด และการใช้ท่าทาง ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 การรำ อัตลักษณ์ด้านการรำในการแสดงลิเกของวีระ ภุชงค์ ที่ปรากฏเด่นชัดที่สุด คือ ท่านจะไม่เน้นการรำเช่นเดียวกับผู้แสดงลิเกคนอื่น ๆ แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าวีระ ภุชงค์ จะไม่มีความสามารถทางด้านการรำ เพราะท่านได้รับการฝึกหัดการรำในเพลงที่สำคัญ ๆ และจำเป็นต้องใช้กับการแสดงลิเก ได้แก่ การรำถวายมือ และการรำเชิดเปิดตัว จึงเห็นได้ว่าวีระ ภุชงค์ ได้รับการฝึกหัดการรำในการแสดงลิเกเหมือนกับ

ลิเกคนอื่น ๆ แต่เนื่องจากว่าการเริ่มต้นการแสดงลิเกของวีระ ภุชงค์ในระยะแรกนั้นท่านรับบทบาทเป็นตัวตลกหรือตัวโจ๊ก ดังนั้นการรำที่ได้ฝึกหัดมาจากครูหลายท่านจึงไม่ค่อยได้นำมาใช้ในการแสดงมากนัก ส่งผลให้ความสามารถทางการรำของวีระ ภุชงค์ จึงลดลงหรือไม่ถนัดการรำเหมือนกับผู้แสดงลิเกคนอื่น ๆ ที่มีบทบาทด้านการรำมากกว่าอย่างเช่น พระเอก นางเอก เป็นต้น

อีกสาเหตุหนึ่งคือการฝึกหัดการรำของวีระ ภุชงค์ เริ่มมาฝึกหัดเมื่อตอนอยู่ในวัยรุ่น อายุ 17 ปีแล้ว ซึ่งไม่ได้ฝึกหัดมาตั้งแต่ตอนยังอยู่ในวัยเด็ก ความสามารถในการจดจำกระบวนท่ารำจึงอาจจะไม่เท่ากับผู้แสดงลิเกคนอื่นที่ได้รับการฝึกหัดมาตั้งแต่ยังอยู่ในวัยเยาว์ ดังนั้นวีระ ภุชงค์ จึงพยายามหาหนทางหลีกเลี่ยงการใช้กระบวนท่ารำ อันเป็นจุดอ่อนของตน ด้วยการใช้วิธีการเดินออกในฉากแรก ช่วงท้ายเพลงเชิด และการเดินเข้าฉากด้วยการวางมาด การตีบทเฉพาะคำที่สำคัญ ๆ ไม่ตีบททุกคำ และไม่มีกระบวนท่ารำมากนัก มีเพียงการใช้มือกำ มือแบ และการชี้นิ้ว สิ่งเหล่านี้จึงทำให้วีระ ภุชงค์มีอัตลักษณ์หรือวิธีการแสดงลิเกที่แตกต่างจากผู้แสดงคนอื่น จนกลายเป็นคุณลักษณะเฉพาะตนในด้านการรำ

4.2 การร้อง อัตลักษณ์ด้านการร้องในการแสดงลิเกของวีระ ภุชงค์ ทั้งบทบาทตัวโกงกษัตริย์ และบทบาทตัวโกงทหาร พบว่า การร้องของวีระ ภุชงค์จะใช้ทำนองการร้องกระซับ ชัดถ้อยชัดคำ มีการลากเสียงบ้างในบางคำร้อง ไม่กระแทกเสียง ร้องเดินทำนองไปเรื่อย ๆ เต็มเสียงแต่มีการใช้โทนเสียงหนักเบา เพื่อให้สำเนียงการร้องกลอนไพเราะและเพื่อสื่ออารมณ์ในคำร้อง ซึ่งการร้องของวีระ ภุชงค์จะแตกต่างกับผู้แสดงลิเกบทบาทตัวโกงคนอื่น ๆ ที่ส่วนใหญ่จะร้องในจังหวะเร็ว และบางคนใช้ลักษณะกึ่งร้องกึ่งพูด การร้องของวีระ ภุชงค์จึงเป็นอีกหนึ่งอัตลักษณ์ทางการแสดงตัวโกงลิเกที่แตกต่างจากผู้แสดงคนอื่น

4.3. การพูด เนื่องจากท่านเป็นผู้ที่ชอบใฝ่หาความรู้จากการอ่านวรรณคดี วรรณกรรมต่าง ๆ และจากการดูภาพยนตร์จีน ทำให้ท่านมีความรู้ทางด้านภาษาอยู่มาก หรือเรียกว่า มีภูมิรู้ จึงสามารถนำมาใช้ในการแสดงลิเกของตนได้อย่างหลากหลาย ซึ่งแตกต่างจากผู้แสดงลิเกคนอื่น ๆ ที่จะพูดคำปกติทั่วไปไม่ได้มุ่งเน้นที่คำสำนวนหรือคำสุภาษิต นอกจากนี้ท่านยังใช้การพูดชัดที่เน้นการใช้น้ำหนักเสียง โดยเลือกว่าประโยคใดควรใช้น้ำเสียงหนัก ประโยคใดควรใช้น้ำเสียงเบา สอดแทรกการหัวเราะในบางครั้ง เช่น เมื่อต้องการเยาะเย้ย หรือแสดงความดีใจ ชอบใจสะใจ

4.4 การใช้ท่าทาง อัตลักษณ์ด้านการใช้ท่าทางในการแสดงลิเกของวีระ ภุชงค์ บทบาทตัวโกงกษัตริย์มีอัตลักษณ์การแสดงด้วยการวางมาดนิ่ง สง่าผ่าเผย ผสมผสานกับการแสดงอากัปกิริยาท่าทางให้สมกับบทบาทที่แสดงอยู่ในขณะนั้น สำหรับบทบาทตัวโกงทหารมีการใช้ท่าทางสื่ออารมณ์ของตัวละครด้วยการใช้สีหน้า แววตา การใช้สายตาสื่ออารมณ์ที่ยียวน การแสดงออกทางใบหน้า การขมวดคิ้ว และการแสดงอากัปกิริยา ท่าทางต่าง ๆ เพื่อขยายความหมายของคำพูด การสอดแทรกการหัวเราะ เนื่องจากการแสดงลิเกของวีระ ภุชงค์นั้น ท่านทำความเข้าใจกับบทบาทของตนที่แสดงในขณะนั้นด้วยการศึกษาบทและภูมิหลังของตัวละครก่อน แล้ววิเคราะห์บุคลิกของตัวละครที่ได้รับบทบาท

อภิปรายผล

1. คุณลักษณะและบทบาทตัวโกงลิเกของวีระ ภุชงค์ ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของตัวโกงลิเกสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

- ตัวโกงกษัตริย์ การใช้ท่าทางจะต้องนิ่ง เคลื่อนไหวร่างกายน้อยแต่ดูทะมัดทะแมง แข็งแกร่งองอาจ อกผายไหล่ผึ่ง ใช้น้ำเสียงทุ้มกว้าง พูดชัดถ้อยชัดคำ หรือใช้น้ำเสียงเน้นหนักเบา ใช้สายตาในการสื่ออารมณ์ด้วยการมอง

- ตัวโกงทหาร จะมีการใช้ท่าทางที่อกผายไหล่ผึ่ง สีหน้าจะบ่งบอกถึงความเจ้าเล่ห์ มาดนิ่ง เมื่ออยู่ต่อหน้าผู้ที่มีอำนาจเหนือกว่าและเมื่อลับหลังก็จะโผงผางโวยวาย การเคลื่อนไหวร่างกายจะต้องดูทะมัดทะแมง คล่องแคล่วกระฉับกระเฉงสมกับเป็นทหาร

- ตัวโกงชาวบ้าน การใช้ท่าทางจะมีลีลายียวนกวนประสาท หน้าตาและน้ำเสียงจะต้องยียวน ไม่อยู่นิ่ง พูดไปก็ยักไหล่ยักคอไป สายตาจะไม่นิ่ง หน้าตาเลิกลั่ก กิริยาหลุกหลิก

สำหรับบทบาทตัวโกงลิเกของวีระ ภุชงค์ พบว่าท่านรับบทบาทการแสดงเป็นตัวโกงลิเกใน 2 บทบาท คือ ตัวโกงกษัตริย์และตัวโกงทหาร กล่าวคือ

- บทบาทโกงกษัตริย์ เนื่องจากท่านไม่ถนัดด้านการรำจึงใช้การเดินออกมาในช่วงท้ายเพลงเชิดและเวลาเข้าฉากก็จะเดินเข้าฉากด้วยท่าทางที่ดูองอาจมากกว่าจะใช้การรำ การรำตีบทประกอบคำร้องก็จะตีบทท้ายคำ ตีบทกว้าง ๆ เฉพาะคำที่สำคัญ การร้องจะร้องชัดถ้อยชัดคำ ด้วยจังหวะที่ช้าแต่กระชับคำร้อง ใช้การเน้นน้ำเสียงหนักเบาในคำร้องที่สำคัญ หรือคำร้องที่ต้องการสื่ออารมณ์ของตน พูดจาชัดเจน สุขุม นุ่มลึก คลุมโทนเสียงด้วยน้ำเสียงที่มีอำนาจ ใช้น้ำเสียงหนักเบาในการสื่อถึงอารมณ์ของตน มักจะใช้คำที่เป็นสำนวน สำหรับการใช้ท่าทาง จะใช้การวางมาดให้ดูทะนง องอาจ เน้นการใช้สายตาในการแสดงออกทางอารมณ์ภายในของตัวละครเพื่อสื่อสารให้ผู้ชมรู้ถึงภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

- บทบาทโกงทหาร การออกแสดงในฉากแรกและการเข้าฉากจะใช้การเดินเช่นเดียวกับตัวโกงกษัตริย์ มีสำเนียงการร้องที่ชัดถ้อยชัดคำ จังหวะช้าแต่กระชับและไวกว่าบทบาทตัวโกงกษัตริย์เล็กน้อย เน้นเสียงหนักเบาในคำร้องที่สำคัญ การพูดจาเสียงดังกึ่งตะโกน มีการกระแทกเสียงในคำที่ต้องการเน้นความสำคัญ มีการสอดแทรกการหัวเราะในบางประโยคเพื่อแสดงอารมณ์ และการใช้ท่าทาง จะต้องวางท่าให้ดูสง่าสมกับเป็นทหาร อกผายไหล่ผึ่ง การเยื้องย่างต้องดูสง่างาม ต้องมีความสุขุม แต่ถ้าอยู่ต่อหน้ากษัตริย์จะนอบน้อม แต่แฝงด้วยด้วยเล่ห์กล อุบายและแผนการต่าง ๆ มีการใช้สายตาสื่ออารมณ์

คุณลักษณะและบทบาทดังกล่าวข้างต้นนี้สอดคล้องผลงานวิจัยของ เอกอนงค์ อยู่ยั่งยืน (2560, หน้า 58) ศึกษาเรื่อง “บทบาทการแสดงนางโกงลิเกลูกบท” กล่าวว่า คุณลักษณะการแสดงนางโกงลิเกสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ

- โกงกษัตริย์ หมายถึง ผู้แสดงที่มีสถานะเป็นเจ้าเมือง หรือเป็นตัวดำเนินเรื่อง

- โกงแม่และโกงลูก หมายถึง ผู้แสดงที่มีสถานะเป็นสามัญชนคนธรรมดาแตกต่างกันที่วัยแก่หรือวัยสาว

- โกงตลกหรือคนใช้ หมายถึง ผู้ที่มีสถานะเป็นคนใช้และออกแสดงตามตัวโกง ไม่มีสาระในการแสดงแต่เป็นคนช่วยเพิ่มสีสันให้ตลกขบขัน

- โกงตลาดหรือโกงยั่ว หมายถึง ตัวโกงที่มีบทบาท หน้าที่ยั่วยวนพระเอก มีกิริยาไม่เรียบร้อย

- โกงชาวบ้าน หมายถึง ผู้ที่มีนิสัยไม่ดี ขี้โกง ขึ้นอยู่กับเหตุจูงใจให้โกง

ทั้งนี้คุณลักษณะตัวโกงจากผลการวิจัยของเอกอนงค์ อยู่ยั่งยืน สอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้ 2 ลักษณะ คือ โกงกษัตริย์ และโกงชาวบ้าน เนื่องจากการศึกษาของเอกอนงค์ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทนางโกงลิเก ที่มีบทบาทในเนื้อเรื่องแตกต่างกับตัวโกงลิเกที่เป็นผู้ชาย เช่น โกงแม่และโกงลูก โกงตลาดหรือโกงยั่ว นั่นเอง

สำหรับการรับบทบาทนางโกงลิเกของปนัดดา อยู่ยั่งยืน ส่วนใหญ่จะรับบทบาทการแสดงเป็นนางโกงกษัตริย์และนางโกงชาวบ้าน โดยใช้การแสดงท่าทางและการพูดที่แตกต่างกัน กล่าวคือ นางโกงกษัตริย์ จะใช้วาจาที่สุขุม นุ่มลึกพูดชัดถ้อยชัดคำ ด้วยการคลุมโทนน้ำเสียงหนักเบา ไม่แผดเสียงสูงหรือร้องกรี๊ด เนื่องจากเป็นคนที่มีชาติตระกูล แต่จะเน้นที่การแสดงออกทางกิริยาท่าทางควบคู่กันไป การพูดจะใช้คำราชาศัพท์ให้ถูกต้อง คำพูดจะกระแนะกระแหน กระทบกระเทียบเปรียบเปรยนางโกงชาวบ้าน ด้วยลักษณะของตัวละครที่ไม่ค่อยคิดก่อนพูด จะพูดเร็วลิ้นรัว เวลาถกเถียงกันจะใช้เสียงเข้าข่ม ด้วยการใช้เสียงดังและเสียงสูง มุ่งแต่จะเอาชนะ มักจะโวยวาย ใช้คำพูดที่หยาบคาย หรือสองแง่สองง่าม ด่าทอ ประกอบกับการใช้กำลังทำร้ายผู้อื่น

2. อัตลักษณ์การแสดงตัวโกงลิเกของวีระ ภุชงค์ จากผลการวิจัยพบว่าท่านมีอัตลักษณ์การแสดงที่เป็นลิเกคำพูด คือ ท่านถนัดการใช้ภาษาในการเจรจาบทบาทตัวโกงลิเก ทั้งการใช้คำสำนวน คำสุภาษิต คำเปรียบเปรย คำพูดกระทบกระเทียบ เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากท่านฝึกหัดลิเกเมื่อตอนอายุ 16-17 ปี โดยเริ่มจากบทบาทตัวตลก ท่านจึงไม่ถนัดด้านการรำมากนัก จึงจำเป็นต้องหาจุดเด่นของตนเองด้วยการหาความรู้เพิ่มเติมจากการศึกษาเอกสาร วรรณกรรมต่าง ๆ และการดูภาพยนตร์จีน แล้วนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้านั้นมาปรับใช้กับการแสดงลิเกของตนทั้งด้านการพูดและการใช้ท่าทาง จนเป็นอัตลักษณ์การแสดงลิเกของท่านซึ่งทำให้ท่านมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการลิเกและผู้ชม สอดคล้องกับ กรองแก้ว แรงเพ็ชร์ (2549, หน้า 51) ศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบการแสดงลิเกคณะพรเทพ พรทวี” กล่าวว่า พรเทพ พรทวี มีชื่อเสียงโด่งดังจนได้รับการยกย่องด้วยการรำที่ลีลาท่ารำสวยงาม อ่อนช้อย การร้อง ด้วยน้ำเสียงไพเราะ สามารถขับร้องบทเพลงลิเกในท่วงทำนองต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี การพูด สามารถพูดออกเสียงอักขระภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ใช้น้ำเสียงถ่ายทอดออกมาได้เหมาะสมกับบทบาท จนกลายเป็นอัตลักษณ์การแสดงลิเกของพรเทพ พรทวี

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ กิ่งดาว ภู่ระหงษ์ (2555, หน้า 82) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการแสดงลิเกลูกบทของคณะพรเทพ พรทวี กับคณะเฉลิมชัย มาลัยนาค” กล่าวว่า การแสดงลิเกของ ผู้แสดงหลายคนที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการลิเกและเป็นที่ประทับใจแก่ผู้ชมนั้น แต่ละคนมีอัตลักษณ์การแสดงลิเกที่โดดเด่นเป็นของตนเอง เช่น พรเทพ พรทวี มีอัตลักษณ์การแสดงลิเกที่โดดเด่นในด้านรูปร่างหน้าตา การใช้ท่าทาง มีลีลาท่ารำที่อ่อนช้อยงดงาม มีน้ำเสียงไพเราะอ่อนหวาน น้ำเสียงก้องกังวาน สามารถขับร้องบทเพลงในท่วงทำนองต่าง ๆ ได้อย่างไพเราะ และเฉลิมชัย มาลัยนาคมีอัตลักษณ์ คือ มีใบหน้าคมสันรูปร่างอ้อนแอ้นอย่างพระเอกในวรรณคดีไทย มีบุคลิกท่าทาง ลีลาท่ารำสง่างาม น้ำเสียงทรงพลัง ท่วงทำนองการร้องและการพูดเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีความสามารถในการแสดงบทบาทให้ประทับใจผู้ชม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้

1. นำข้อค้นพบเกี่ยวกับอัตลักษณ์การแสดงตัวโกงลิเกเป็นแนวทางในการอนุรักษ์การแสดงลิเกตามรูปแบบ เพื่อเป็นการสืบทอดศิลปะการแสดงลิเกต่อไป

2. นำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ค้นคว้า การแสดงลิเกกับศิลปินท่านอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียงต่อไป เพื่อเป็นการรวบรวมองค์ความรู้ในการแสดงลิเก

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

1. ควรมีการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์การแสดงลิเกในบทบาทอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียง และยังคงปรากฏอยู่ เช่น บทบาทพระเอก ได้แก่ พระเอกศรราม น้ำเพชร พระเอกพรเทพ พรทวี บทบาทนางเอก เช่น นางเอกดวงแก้ว ลูกท่าเรือ บทบาทตัวตลก คือ พรพยนต์ พรทวี เป็นต้น

2. การแสดงลิเกมีการพัฒนา ปรับปรุงรูปแบบการแสดงอย่างต่อเนื่อง จึงควรมีการศึกษาวิวัฒนาการของลิเก เพื่อให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อเป็นการรวบรวมองค์ความรู้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรองแก้ว แรงเพ็ชร์. (2549). *องค์ประกอบการแสดงลิเกคณะพรเทพ พรทวี*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาดุริยางค์ไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วีระ ภุชงค์. ตัวโกงลิเกคณะ ดวงเกล้า ลูกสาวพ่อแก่. (20 กรกฎาคม 2561). สัมภาษณ์.

กิ่งดาว ภู่ระหงษ์. (2555). *การวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการแสดงลิเกลูกบทของคณะพรเทพ พรทวี กับคณะเฉลิมชัย มาลัยนาค*. วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์.

ศุภมน อาภานันท์. (2554). *การแสดงลิเกคณะทวีป-ชัยณรงค์ วงศ์เทวัญ : การศึกษาตามแนวชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร.* วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เอกอนงค์ อยู่ยั่งยืน. (2560). *บทบาทการแสดงนางโกงในลิเกลูกบท*. วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชานาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์.

ระดับความเครียดและผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

Accountants' Stress Level and Performance in Public and Private Organizations in Bangkok

กฤษฎา วันดี*
Kitsada Wandee*
สริตา ผิวเผือก*
Sarita Phiophueak*
สุดารัตน์ สิงห์เจริญ*
Sudarat Singcharoen*
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล*
Assistant Professor Dr. Issaraporn Thanupon*
อาจารย์ ศรายุทธ์ ยิ้มเรือน*
Lecturer Sarayuth Yimruean*
สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*
Program of Accountancy, Faculty of Management Science, Silpakorn University.*
Email: issaraporn@ms.su.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเครียดและการขจัดความเครียดกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และชุดแบบสอบถามส่งไปยังนักบัญชีในองค์การภาครัฐและองค์การภาคเอกชน ได้รับการตอบกลับทั้งสิ้น 170 ชุด งานวิจัยนี้ทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (t-test) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression)

ผลวิจัยพบว่า นักบัญชีภาครัฐและภาคเอกชนมีระดับความเครียดไม่แตกต่างกัน สถานะทางเศรษฐกิจของนักบัญชีมีผลเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี ระดับความเครียดของนักบัญชีมีผลเชิงลบกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี การลดความตึงเครียดของนักบัญชีมีผลเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี การหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียดมีผลเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี ทั้งนี้ไม่พบ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุ ตำแหน่งงาน การระบายความเครียด และการปรับตัว กับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี

คำสำคัญ: ความเครียดของนักบัญชี

Abstract

The objectives of this research were to study the relationship between stress levels and stress elimination and accountants' performance in public and private organization located in Bangkok. The primary data in this research were collected from accountants in public and private organizations by using online questionnaires, total response were 170. This research used t-test and multiple regression for testing relationship.

It was found that public accountants and private accountants did not have different stress level. The economic status of accountants positively affected to accountant's performance. The accountant's stress level negatively affected to accountant's performance. Accountant's stress reduction positively affected to accountant's performance. Avoiding stress-causing events positively affected to accountant's performance. However, it was not found the relationship between factors such as age, job position, stress relief and adaptation, and accountant's performance.

Keywords: accountant's stress

บทนำ

สถานการณ์ในปัจจุบันด้านสังคม เศรษฐกิจ มักปรากฏข่าวความเสียหายที่เกิดมาจากความวิตกกังวลเกี่ยวกับงานโดยมีข้อมูลข่าวหลายสถานการณ์ที่อาจเกี่ยวข้องกับความเครียดจากการทำงาน เช่น ข่าวจากหนังสือพิมพ์ระบุว่าพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งได้ล็อกประตูห้องน้ำใช้เตาถ่านรมควันและเสียชีวิตและตำรวจสันนิษฐานว่าเกิดจากความวิตกกังวลและเครียดจากงาน (ไทยรัฐฉบับพิมพ์, 2561) เป็นต้น สถานการณ์ดังกล่าวอาจเกิดจากทุกองค์การต้องเผชิญกับการแข่งขันกันมากขึ้นเพื่อความอยู่รอดและความเติบโตขององค์การผลมาจากการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้บุคลากรในองค์การต้องทำงานให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดปราศจากข้อผิดพลาดเพื่อลดความเสี่ยงต่อการได้รับผลตอบแทนที่ลดลงหรือการเลิกจ้าง

ความเครียดเป็นภาวะของอารมณ์หรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ และทำให้รู้สึกถูกกดดัน ไม่สบายใจ วุ่นวายใจ กลัว วิตกกังวล ตลอดจนถูกบีบคั้น เมื่อบุคคลรับรู้หรือประเมินว่าปัญหาเหล่านั้นเป็นสิ่งที่คุกคามจิตใจ หรืออาจจะก่อให้เกิดอันตรายแก่ร่างกาย จะส่งผลให้สภาวะสมดุลของร่างกายและจิตใจเสียไป (ศรีจันทร์ พรจิราศิลป์, 2557)

นักบัญชีเป็นอาชีพหนึ่งที่ต้องใช้ความรอบครอบและมีความรับผิดชอบการทำงานที่มีความซับซ้อนและต้องทำให้งานให้เสร็จตามเวลา การทำงานของนักบัญชีจึงเป็นงานที่อยู่ภายใต้ความกดดันตลอดเวลาและทำให้มีความเสี่ยงต่อการเกิดความเครียดในการปฏิบัติงาน ความเครียดที่เกิดขึ้นเหล่านี้จึงอาจมีผลต่อการดำเนินชีวิตของนักบัญชีและส่งผลเสียหายกับองค์การ อาชีพนักบัญชีจึงจำเป็นต้องใช้หลักการในวิชาชีพและการทำงานกับคนอื่นทั้งต้องใช้ความรอบครอบและแข่งกับเวลาจึงเป็นอาชีพที่มีความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดความเครียดจากการได้รับความกดดันทั้งภายในและภายนอกองค์การ ซึ่งความเครียดที่เกิดขึ้นนั้นไม่ได้ก่อให้เกิดอาการเจ็บป่วยเฉพาะทางกายและทางใจเท่านั้นแต่ยังส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติหน้าที่การงาน สัมพันธภาพระหว่างบุคคล มาตรฐานการทำงาน คุณภาพชีวิตของการทำงาน ประสิทธิภาพในการทำงานอันเป็นสิ่งสำคัญ (น้ำฝน นิมิต, 2557) อย่างไรก็ตาม ทุกองค์การยังคงต้องใช้บุคลากรในการขับเคลื่อนองค์การ ทุกองค์การไม่สามารถหยุดนิ่งอยู่กับที่ได้ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับความเป็นปัจจุบันมากที่สุด (ฐาปนี วังกานนท์, 2556) ดังนั้นบุคลากรในองค์การจึงยังคงต้องทำงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่กดดันและเสี่ยงต่อการเกิดความเครียด ดังนั้น เพื่อลดปัญหาการทำร้ายตนเองและความเสียหายจากระดับความเครียดจากการทำงาน นักบัญชีและองค์การควรทราบสภาพแวดล้อมที่อาจทำให้เกิดความเครียดและเพื่อให้นักบัญชีและสถานประกอบการระมัดระวังว่าสภาพแวดล้อมที่อาจก่อให้เกิดความเครียดแก่นักบัญชีอันนำไปสู่ผลเสียต่อผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคลของนักบัญชีและผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์การ

ความเครียดเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ทุกคนจะต้องประสบ ดังนั้น เราจึงต้องหาทางควบคุมหรือจัดการให้ความเครียดอยู่ในระดับที่ไม่ทำอันตรายต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิต (ลิขิต กาญจนภรณ์, 2547) โดยความเครียดนั้นจะมี 4 ระดับและจะส่งผลที่แตกต่างกัน กล่าวคือ 1) ระดับต่ำ จะทำให้ความสามารถในการทำงานเพิ่มสูงขึ้นและสร้างความสุขใจให้แก่มนุษย์ 2) ระดับปานกลาง อาจมีผลต่อพฤติกรรมและอาจจะนำไปสู่การกระทำในลักษณะที่เจอบ่อยๆ ได้แก่ กรนมากกว่าปกติ นอนไม่หลับ 3) ระดับรุนแรง อาจทำให้เกิดพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงถึงบ้า ซึมเศร้า หรือถึงกับวิตกจริต ไม่ยอมรับความจริง ไม่สามารถควบคุมตนเองได้ 4) ความเครียดในระยะยาวอาจทำให้เกิดโรคทางกายได้หลายโรคและโรคอื่นๆ ได้ ปัจจุบันพบคนจำนวนมากที่หาทางคลายเครียดที่ไม่ถูกทางและกลับเพิ่มความเครียดให้แก่ตัวเองอีก ตัวอย่างการแก้ความเครียดที่ไม่ถูกวิธี เช่น การดื่มสุรา การใช้ยาหรือสารเสพติด การทำร้ายตัวเอง เมื่อเกิดความเครียดจากการทำงานขึ้นเราจึงจำเป็นต้องรีบจัดการกับความเครียด

เหล่านี้ เพราะถ้าปล่อยไว้อาจทำให้เกิดผลเสียทั้งต่องานและตัวเรา ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานลดลง การจัดการความเครียดเป็นการพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงความนึกคิดและพฤติกรรมตลอดเวลาเพื่อที่จะจัดการกับสิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดความเครียด ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของบุคคลนั้นๆ ซึ่งบุคคลที่จะจัดการความเครียดได้ดีคือบุคคลที่รู้จักเลือกใช้วิธีให้เหมาะสมกับสถานการณ์ (Lazarus and Folkman, 1984: unpaged)

จากสาเหตุดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาระดับความเครียดกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความเครียดของนักบัญชีและเป็นแนวทางการลดโอกาสที่จะก่อให้เกิดความเครียดของนักบัญชีเพื่อให้บุคคลดังกล่าวสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเครียดและการขจัดความเครียดกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามจากนักบัญชีที่อยู่ในภาครัฐและภาคเอกชน โดย (1) เก็บแบบสอบถามออนไลน์ ส่งลิงค์ของแบบสอบถามออนไลน์โดยไปยังนักบัญชีโดยส่งไปทางอีเมลขององค์การ โดยสืบค้นที่อยู่อีเมลขององค์การจากการค้นคำสำคัญจากอินเทอร์เน็ต ใช้คำว่า “สำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร” (ได้จำนวนตอบกลับทั้งสิ้น 39 องค์การ/ 44 คน) และ “องค์การภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร” (ได้จำนวนตอบกลับทั้งสิ้น 10 องค์การ/ 58 คน) และ (2) เก็บแบบสอบถามเพิ่มเติมนักบัญชี (ได้จำนวนทั้งสิ้น 68 คน) โดยเก็บจากงานอบรมนักบัญชีพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางบัญชีที่จัดขึ้นในช่วง 1-15 ธันวาคม พ.ศ. 2562 แสดงการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 1

การเก็บรวบรวมข้อมูล	จำนวนองค์กร	จำนวนการตอบแบบสอบถาม (คน)	รวม
นักบัญชีในองค์การภาคเอกชน			
- จากแบบสอบถามออนไลน์	39	44	
- จากแบบสอบถามโดยมาจากนักบัญชีในงานอบรมความรู้ต่อเนื่องทางบัญชี	-	68	112
นักบัญชีในองค์การภาครัฐ			
-จากแบบสอบถามออนไลน์	10	58	58
รวมทั้งสิ้น	**49**		**170**

2. การทดสอบความสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 1 นักบัญชีในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความเครียดในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ทดสอบโดยใช้ Independent samples t-test และ One-Way ANOVA (F-test)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ระดับความเครียดของนักบัญชี วัดค่าโดย ใช้คะแนนเฉลี่ยจากข้อคำถาม 20 ข้อ ให้คะแนน 1-5 คะแนนดังนี้ มีความเครียด 6-7 วัน/สัปดาห์โดยเฉลี่ย = 5; 4-5 วัน/สัปดาห์โดยเฉลี่ย = 4; 2-3 วัน/สัปดาห์โดยเฉลี่ย = 3; 1 วัน/สัปดาห์โดยเฉลี่ย = 2; 0 วัน/สัปดาห์ = 1

ตัวแปรต้น ได้แก่ สถานที่ทำงาน (Workplace) วัดค่าโดย ภาครัฐ = 1; ภาคเอกชน = 2

สมมติฐานที่ 2 ระดับความเครียด (Stress Level) และการขจัดความเครียด (Stress Elimination) มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี ทดสอบโดยใช้ตัวแบบสหสัมพันธ์ (Linear Multiple Regression) โดยการขจัดความเครียด (Stress Elimination) ได้แก่ การปรับตัว (Adaptation), การระบายออก (Relief), การลดความตึงเครียด (Reducing) และการหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด (Avoidance)

ตัวแปรตาม : ผลการปฏิบัติงาน (Performance) วัดค่าโดย ค่าคะแนนเฉลี่ยจาก ข้อคำถาม 3 ข้อ ได้แก่ ท่านสามารถปฏิบัติงานได้เสร็จตรงตามเวลาที่กำหนด ไม่มีงานคั่งค้าง (Completed on time), ท่านสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามเกณฑ์ที่องค์การตั้งไว้ (Effective) และท่านปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ปราศจากข้อผิดพลาด (Completely correct) โดยให้คะแนน 1-5 คะแนน ดังนี้ จากการสั่งงาน 10 ครั้ง หากสามารถปฏิบัติงานสำเร็จได้ 10 ครั้ง = 5; 8-9 ครั้ง = 4; 6-7 ครั้ง = 3; 1-5 ครั้ง = 2; 0 ครั้ง = 1

ตัวแปรอิสระ :

อายุ (Age) วัดค่าโดย อายุต่ำกว่า 30 ปี = 1; อายุ 31-39 ปี = 2; อายุ 31-39 ปี = 3

ตำแหน่งงาน (Position) วัดค่าโดย ผู้จัดการฝ่ายบัญชี = 1; ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบัญชี = 2;
นักบัญชี = 3; อื่นๆ = 4

สถานะทางเศรษฐกิจ (Revenue) วัดค่าโดย โดยเฉลี่ยรายรับน้อยกว่ารายจ่าย = 1; โดยเฉลี่ยรายรับ
เท่ากับรายจ่าย = 2; โดยเฉลี่ยรายรับมากกว่ารายจ่าย = 3

ระดับความเครียด (Stress level) วัดค่าโดย ข้อคำถาม 20 ข้อ โดยให้คะแนน 1-5 คะแนน ดังนี้
6-7 วัน/สัปดาห์โดยเฉลี่ย = 5; 4-5 วัน/สัปดาห์โดยเฉลี่ย = 4;
2-3 วัน/สัปดาห์โดยเฉลี่ย =3; 1 วัน/สัปดาห์โดยเฉลี่ย = 2; 0 วัน/สัปดาห์ = 1

การขจัดความเครียด (Stress Elimination) วัดค่า 4 ด้าน ได้แก่ การปรับตัว (Adaptation), การระบายออก (Relief), การลดความตึงเครียด (Reducing) และการหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด (Avoidance) โดยให้คะแนน 1-5 คะแนน ดังนี้ ใช้การขจัดความเครียดเป็นประจำทุกวัน = 5; 4-5 วัน/สัปดาห์โดยเฉลี่ย = 4; 2-3 วัน/สัปดาห์โดยเฉลี่ย = 3; 1 วัน/สัปดาห์โดยเฉลี่ย = 2; 0 วัน/สัปดาห์ = 1

ผลการการศึกษา

1. การวิเคราะห์ข้อมูล

สมมติฐานที่ 1 นักบัญชีในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความเครียดในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2

ความเครียดของนักบัญชี (Stress)	**Independent samples t-test**					
	Workplace	**Mean**	**S.D.**	**t**	**df**	**Sig.**
	ภาครัฐ	1.63	0.646	-0.987	168	0.121
	ภาคเอกชน	1.75	0.770			

ผลจากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างความเครียดของนักบัญชีจำแนกตามสถานที่ทำงาน พบว่า ความเครียดของนักบัญชีในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนไม่แตกต่างกัน (t-test = -0.987, Sig. = 0.121)

สมมติฐานที่ 2 ระดับความเครียดและการขจัดความเครียด ได้แก่ การปรับตัว, การระบายออก, การลดความตึงเครียด และการหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี ทดสอบโดยใช้ตัวแบบ Multiple Regression

ตารางที่ 3

Model	**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**
	β	**Std. Error**	**Beta**		
(ค่าคงที่)	3.097	0.407		7.602	**0.000*** **
อายุ (Age)	-0.088	0.069	-0.106	-1.267	0.207
ตำแหน่งงาน (Position)	-0.019	0.051	-0.029	-0.378	0.706
สถานะทางเศรษฐกิจ (Revenue)	0.245	0.078	0.229	3.155	**0.002*** **
ระดับความเครียด (Stress level)	-0.208	0.075	-0.222	-2.770	**0.006*** **
การปรับตัว (Adaptation)	-0.055	0.048	-0.091	-1.152	0.251

การระบายออก (Relief)	-0.026	0.078	-0.030	-0.327	0.744
การลดความตึงเครียด (Reducing)	0.208	0.055	0.309	3.799	**0.000*** **
การหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด (Avoidance)	0.133	0.043	0.231	3.082	**0.002*** **
R^2 = 0.243 SEE = 0.594 F = 7.786*** (0.000)					

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01*** 0.05** 0.10* ตัวแปรตาม คือ ผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Performance)

ผลจากตารางที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเครียด (Stress level) และการขจัดความเครียด (Stress Elimination) ได้แก่ การปรับตัว (Adaptation) การระบายออก (Relief) การลดความตึงเครียด (Reducing) และการหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด (Avoidance) ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี พบว่า ปัจจัยระดับความเครียด ปัจจัยการขจัดความเครียด *ได้แก่ การปรับตัว การระบายออก การลดความตึงเครียด และการหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด* ปัจจัยอายุ (Age) ปัจจัยตำแหน่งงาน (Position) และปัจจัยสถานะทางเศรษฐกิจ (Revenue) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเครียด (Stress level) และการขจัดความเครียด (Stress Elimination) กับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Performance) ในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีตัวแปรอิสระทั้งหมด 4 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี ได้แก่ สถานะทางเศรษฐกิจ (Revenue) (t-test = 3.155, Sig. = 0.002) ระดับความเครียด (Stress level) (t-test = -2.770, Sig. = 0.006) การลดความตึงเครียด (Reducing) (t-test = 3.799, Sig. = 0.006) และการหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด (Avoidance) (t-test = 3.082, Sig. = 0.002) โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงของผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครได้ดีที่สุดคือ การลดความตึงเครียด (Reducing) สถานะทางเศรษฐกิจ (Revenue) การหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด (Avoidance) และระดับความเครียด (Stress level) ตามลำดับ และพบว่าปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี ได้แก่อายุ (Age) (t-test = -1.267, Sig. = 0.207) ตำแหน่งงาน (Position) (t-test = -0.378, Sig. = 0.706) การปรับตัว (Adaptation) (t-test = -1.152, Sig. = 0.251) การระบายออก (Relief) (t-test = -0.327, Sig. = 0.744)

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษา ระดับความเครียดกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 75.88) สถานที่ทำงานภาคเอกชน (ร้อยละ 65.88) อายุ 40 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 44.12) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 75.88) ประสบการณ์การ

ทำงาน 10 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 56.47) ตำแหน่งงานในสถานประกอบการเป็นนักบัญชี (ร้อยละ 44.12) สถานภาพโสด (ร้อยละ 63.53) สถานะทางเศรษฐกิจในช่วงรอบปีที่ผ่านมาโดยเฉลี่ยรายรับมากกว่ารายจ่าย (ร้อยละ 67.06)

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า สถานที่ทำงาน (Workplace) ที่แตกต่างกันมีความเครียดในการปฏิบัติงาน (Stress) ไม่แตกต่างกัน กล่าวได้ว่านักบัญชีที่มีสังกัดองค์การในภาครัฐมีระดับความเครียดไม่แตกต่างนักบัญชีในภาคเอกชน (Mean=1.63; Mean=1.75; Sig = 0.121) อาจเนื่องมาจากนักบัญชีทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้รับความคาดหวังจากองค์การไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ งานจะต้องสำเร็จทันเวลาตามกำหนด ถูกต้องและไม่มีข้อผิดพลาด ทำให้นักบัญชีทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจึงมีระดับความเครียดไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า สถานะทางเศรษฐกิจ (Revenue) ระดับความเครียด (Stress level) การลดความตึงเครียด (Reducing)) และการหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด (Avoidance) มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Performance) ตัวแปรได้แก่ อายุ (Age) ตำแหน่งงาน (Position) การปรับตัว (Adaptation) และการระบายออก (Relief) ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Performance) กล่าวได้ว่า นักบัญชีที่สถานะทางเศรษฐกิจมากจะมีระดับผลการปฏิบัติงานที่มาก อาจเนื่องจากนักบัญชีที่มีสถานะทางเศรษฐกิจดีจะมีทางเลือกในการขจัดความเครียดได้มากทำให้นักบัญชีที่สถานะทางเศรษฐกิจดีมีผลการปฏิบัติงานมาก (β = 0.245; Sig = 0.002) นักบัญชีที่มีระดับความเครียดมากจะมีผลต่อผลการปฏิบัติงานที่ลดลง (β = -0.208; Sig = 0.006) เนื่องจากความวิตกกังวลจะทำให้นักบัญชีมีโอกาสเกิดข้อผิดพลาดในงานได้มากขึ้น นักบัญชีที่มีการพยายามใช้วิธีลดความตึงเครียดจะช่วยลดระดับความเครียดในการทำงานทำให้ช่วยลดโอกาสเกิดข้อผิดพลาดในการทำงานได้ทำให้ผลการปฏิบัติงานมากขึ้น (β = 0.208; Sig=0.000) นักบัญชีที่พยายามหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียดทำให้ช่วยลดระดับความเครียดและทำให้ลดโอกาสในการเกิดข้อผิดพลาดในการทำงานได้ (β = 0.133; Sig = 0.002)

อภิปลายผลการวิจัย

นักบัญชีที่มีสถานที่ทำงานภาครัฐมีความเครียดไม่แตกต่างจากนักบัญชีที่มีสถานที่ทำงานในภาคเอกชน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องมาจากสถานที่ทำงานภาครัฐหรือภาคเอกชนมีแนวทางปฏิบัติงานและกฎระเบียบในงานที่ต้องการให้การทำงานครบถ้วน ถูกต้องสมบูรณ์ และตรงตามเวลาที่กำหนด ดังนั้นการปฏิบัติงานภายในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนจึงมีความเครียดในการปฏิบัตงานไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรพงศ์ นวลศรี และ ภาสกร เตวิชพงศ์ (2559) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบความเครียดในงาน ความพึงพอใจในค่าตอบแทน และความผูกพันต่อองค์การเชิงอารมณ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลผู้สูงอายุในหน่วยงานของรัฐและเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เจ้าหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุในหน่วยงานของรัฐและเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่มีความเครียดในงานแตกต่างกัน กล่าวคือ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลผู้สูงอายุในหน่วยงานของเอกชน มีความเครียดในงานสูง

กว่าเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลผู้สูงอายุในหน่วยงานของรัฐ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลผู้สูงอายุในหน่วยงานของเอกชนมีเครียดมากกว่า อาจเพราะหน่วยงานเอกชนต้องมีความระมัดวังสูงเพราะผลปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ดูแลผู่ป่วยอาจมีผลต่อค่าตอบแทนหรือความมั่นคงในงาน

นักบัญชีที่มีอายุ (Age) แตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Performance) ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากนักบัญชีจะมีอายุเท่าใด ก็จะต้องปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงตามเวลาที่กำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา สังข์เจริญ (2548) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานสายการผลิตบริษัท เอ็นโอเค พรีซิชั่นคอมโพเนนท์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีผลการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

นักบัญชีที่มีตำแหน่งงาน (Position) แตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Performance) ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากนักบัญชีทุกตำแหน่งงาน จะต้องปฏิบัติงานอย่างถูกต้องครบถ้วน และมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทธีรา กมลรัตนเวช (2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ที.ยู.ดับบลิว.เท็กซ์ไทล์ จำกัด พบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิผลในการทำงานไม่แตกต่างกัน

นักบัญชีที่มีสถานะทางเศรษฐกิจ (Revenue) แตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Performance) แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากนักบัญชีมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับรายรับและภาระค่าใช้จ่าย ไม่มีสมาธิในการทำงาน ทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการทำงาน รวมถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมยศ แยมเผื่อน (2551) ได้ศึกษาปจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานปฏิบัติการ บริษัท เอเชียน มารีน เซอรวิสสจำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านระดับความเครียด (Stress level) แตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Performance) แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากนักบัญชีที่มีระดับความเครียดน้อยจะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่านักบัญชีที่มีระดับความเครียดมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ ศรีเทพ (2549) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดและผลสำเร็จในการปฏิบัติงานของครูผู้สอนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสกลนคร เขต 3 พบว่าครูผู้สอนที่มีระดับความเครียดแตกต่างกัน มีผลสำเร็จในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการปรับตัว (Adaptation) แตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Performance) ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากนักบัญชีจะมีวิธีการปรับตัวแบบใด ไม่ว่าจะเป็นการหาสาเหตุของความเครียด หาทางแก้ไขปัญหา และพยายามมาหาข้อดีของปัญหาเพื่อให้ตนเองรู้สึกดีขึ้น

ก็ไม่มีผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชี ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรลดา เฮงทับทิม (2551) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในงาน กลยุทธ์การจัดการความเครียด และพฤติกรรมต่อต้านการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พนักงานที่มีกลยุทธ์การจัดการความเครียดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมต่อต้านการปฏิบัติงานแตกต่างกัน กล่าวคือ พนักงานที่มีการจัดการความเครียดด้านการแก้ไขปัญหาและการปรับความคิดสูงมีพฤติกรรมต่อต้านการปฏิบัติงานต่ำ ส่วนพนักงานที่ใช้กลยุทธ์การจัดการความเครียดด้านการแก้ไขปัญหาและการปรับความคิดในระดับต่ำมีพฤติกรรมต่อต้านการปฏิบัติงานสูง

ปัจจัยด้านการระบายออก (Relief) แตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Performance) ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากนักบัญชีจะมีการระบายออกแบบใด ไม่ว่าจะเป็นการเล่าปัญหาให้ญาติหรือเพื่อนสนิทฟัง ขอความช่วยจากผู้อื่นที่มีปัญหาคล้ายกัน หรือปรึกษานักจิตวิทยา ก็ไม่มีผลต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชี ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรลดา เฮงทับทิม (2551) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในงาน กลยุทธ์การจัดการความเครียด และพฤติกรรมต่อต้านการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พนักงานที่ใช้กลยุทธ์การจัดการความเครียดด้านการแสวงหาความสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมต่อต้านการปฏิบัติงานแตกต่างกัน กล่าวคือ พนักงานที่ใช้วิธีการจัดการความเครียดด้านการแสวงหาความสนับสนุนเพียงเพื่อระบายความรู้สึกที่มีต่อความตึงเครียดเท่านั้น โดยที่ไม่ได้พยายามหาวิธีการแก้ไขปัญหาและจะก่อให้เกิดพฤติกรรมการต่อต้านการปฏิบัติงาน

ปัจจัยด้านการลดความตึงเครียด (Reducing) แตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Performance) แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากนักบัญชีที่ใช้วิธีการลดความตึงเครียด ไม่ว่าจะเป็นการนอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอ การออกกำลังกาย การทำงานอดิเรก หรือการทำจิตใจให้สงบ จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่านักบัญชีที่ใช้วิธีการลดความตึงเครียดน้อยครั้งหรือไม่ได้ใช้เลย สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมาภรณ์ พันธุ์ลิกะ (2550) ได้ศึกษาการออกกำลังกายตอนเช้าก่อนการปฏิบัติงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน : ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานของบริษัท ไทย จี แอนด์ บี เมนูแฟคเจอร์ริ่ง จำกัด พบว่า หลังจากมีการออกกำลังกายก่อนการปฏิบัติงาน พนักงานมีผลการปฏิบัติงานแตกต่างกันกับช่วงก่อนมีการออกกำลังกายก่อนการปฏิบัติงาน กล่าวคือ การออกกำลังกายก่อนปฏิบัติงาน จะทำให้ร่างกายตื่นตัวมีความกระฉับกระเฉงพร้อมที่จะทำงาน และเมื่อร่างกายของพนักมีความพร้อมที่จะทำงานก็จะส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นได้

ปัจจัยการหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด (Avoidance) แตกต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี (Performance) แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากนักบัญชีที่ใช้วิธีการหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด ไม่ว่าจะเป็นการหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับผู้อื่น การทะเลาะวิวาท

หรือการหลีกเลี่ยงการเล่นการพนัน จะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่านักบัญชีที่ใช้วิธีการหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียดน้อยครั้ง หรือไม่ได้ใช้เลย สอดคล้องกับคำกล่าวของ วิเชียร วิทยอุดม (2551) ได้กล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเข้มของความขัดแย้งต่ำเกินไปหรือสูงเกินไป จะไม่เกิดผลดีต่อองค์การ ระดับความเข้มที่น้อยเกินไปก่อให้เกิดการชะงักงัน ไม่มีการสร้างสรรค์ และการเปลี่ยนแปลงใดๆ แต่ถ้าระดับความเข้มสูงมากเกินไปจะก่อให้เกิดความยุ่งเหยิงตามมา สามารถสรุปเกี่ยวกับระดับความเข้มของความขัดแย้ง ขนาดปานกลางจะก่อให้เกิดผลงานในระดับสูง

ข้อเสนอแนะจากผลวิจัย

จากผลการวิจัยองค์การพบว่าการสถานะทางเศรษฐกิจ และการขจัดความเครียดมีผลต่อผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี องค์การจึงควรให้ความสำคัญกับผลตอบแทนจากการทำงานแก่นักบัญชีเพื่อลดโอกาสในการเกิดความเครียดในการทำงาน และให้โอกาสนักบัญชีใช้สิทธิใช้เวลาเพื่อการขจัดความเครียดในการทำงานเพื่อลดโอกาสในการเกิดความเครียด เช่น ให้สิทธิการลาพักผ่อน จัดสถานที่พักผ่อนภายในองค์การ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

จิตรลดา เฮงทับทิม (2551). *ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในงาน กลยุทธ์การจัดการความเครียดและพฤติกรรมต่อต้านการปฏิบัติงานของพนังงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ฐาปนี วังกานนท์. (2556). *ปัจจัยด้านการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความเครียดของพนักงาน: กรณีศึกษา บริษัท แอมพาส อินดัสตรี จำกัด*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ไทยรัฐฉบับพิมพ์. (2561). *ผงะสาวบัญชี รมควันฆ่าตัว ทิ้งจม.ลาตายปริศนา จุดเตาถ่านคาห้องน้ำ*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2562, จาก https://www.thairath.co.th/news/local/bangkok/1295474.

น้ำฝน นิมิต. (2557). *ปัจจัยด้านความเครียดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เบญจมาภรณ์ พันธุ์ลิกะ. (2550). *ได้ศึกษาการออกกำลังกายตอนเช้าก่อนการปฏิบัติงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน : ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานของบริษัท ไทย จี แอนด์ บี เมนูแฟคเจอร์ริ่ง จำกัด*.

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

พรพรรณ ศรีเทพ. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดและผลสำเร็จในการปฏิบัติงานของครูผู้สอนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสกลนคร เขต 3*. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

ภัทธีรา กมลรัตนเวช. (2549). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ที.ยู.ดับบลิว. เท็กซ์ไทล์จำกัด*. สารนิพนธปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ลิขิต กาญจนาภรณ์. (2547). *สรุปคำบรรยาย จิตวิทยาเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). ม.ป.ท. ม.ป.พ.

วิเชียร วิทยอุดม. (2551). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: ธนธัชการพิมพ์จำกัด.

วีรพงศ์ นวลศรี และ ภาสกร เตวิชพงศ์ (2559). การเปรียบเทียบความเครียดในงาน ความพึงพอใจในค่าตอบแทน และความผูกพันต่อองค์การเชิงอารมณ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลผู้สูงอายุในหน่วยงานของรัฐและเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารจิตวิทยาคลินิก*, 47(1), 48-62.

ศรีจันทร์ พรจิราศิลป์. (2557). *ความเครียดและวิธีแก้ความเครียด*. สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://www.pharmacy.mahidol.ac.th/th/knowledge/article/47/.

สมยศ แยมเผื่อน. (2551). *ปจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานปฏิบัติการ บริษัท เอเชียน มารีน เซอร์วิสส์จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุกัญญา สังข์เจริญ. (2548). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานสายการผลิตบริษัท เอ็นโอเค พรีซิชั่น คอมโพเนนท์ (ประเทศไทย) จำกัด*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาชุมชน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Lazarus, R.A. and Folkman, S. (1984*). Stress, appraisal and coping*. New York: Springer.

โอกาสการใช้ภาษาอังกฤษกับการพัฒนาความสามารถการใช้ทักษะภาษาอังกฤษในการประกอบอาชีพนักบัญชี

Opportunity of Using English Skills and Improving Ability of Using English Skills for Careers in Accounting

ลิปิการ์ แม่นหมาย*
Lipikar Manmai*
วลัชณัฏฐ์ พีรทัดกิตติวรา *
Waradchanut Peeratadkiitiwara*
อภิรดี อุดมสุข*
Apiradee Udomsuk*
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล*
Assistant Professor Dr. Issaraporn Thanupon*
สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*
Program of Accountancy, Faculty of Management Science, Silpakorn University.*
Email: issaraporn@ms.su.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสการใช้ทักษะภาษาอังกฤษกับการพัฒนาความสามารถในทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการประกอบอาชีพนักบัญชี งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากนักบัญชีมีที่ตั้งในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บจากงานอบรมความรู้ต่อเนื่องทางการบัญชีที่จัดขึ้นในกรุงเทพมหานคร และได้รับแบบสอบถามตอบกลับทั้งสิ้น 150 คน งานวิจัยนี้ทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้ตัวแบบสหสัมพันธ์พหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ พบว่านักบัญชีมีระดับการศึกษาไม่สูงกว่าปริญญาตรีมีระดับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษน้อยกว่านักบัญชีที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

คำสำคัญ : การพัฒนาความสามารถ การใช้ทักษะภาษาอังกฤษในการประกอบอาชีพนักบัญชี

Abstract

The objectives of this research were to study the relationship between opportunity of using English Skills and improving ability of using English skills for careers in accounting. This research gathered primary data from accountants work in organization located in Bangkok and attended in the training of Continuing Professional Development by questionnaires, the responses were 150 persons. This research used Multiple Regression for testing the relationship.

It was found that opportunity of using English Skills of listening and speaking has positively relationship to improving ability of using English skills for careers in accounting statistically. Using English Skills of reading and Writing has positively relationship to improving ability of using English skills for careers in accounting statistically. Moreover, It was found that accountants who had education not more than bachelor degree had lower improving ability of using English skills for careers in accounting.

Keywords : Improving ability Using English skills for careers in accounting

บทนำ

ประเทศไทยได้เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งมีการเปิดการค้าเสรีระหว่างประเทศสมาชิกโดยมีการเปิดเสรีใน 5 ด้านด้วยกัน คือ การเปิดเสรีการค้าสินค้า การเปิดเสรีการค้าภาคบริการ การเปิดเสรีด้านการลงทุน การเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายเงินทุน และการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายแรงงานมีฝีมือ (อนุสรณ์ ธรรมใจ,2559) เมื่อมีการเปิดสมาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เนื่องจากอาชีพนักบัญชีเป็นอาชีพอิสระ โดยผู้ที่ประกอบอาชีพนี้จะเคลื่อนย้ายไปทำงานที่ใดก็ได้ในประเทศสมาชิกอาเซียน แต่ต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์บางอย่างที่ได้ตกลงกันไว้ เช่น การให้บริการด้านบัญชี การตรวจสอบบัญชีและการจัดทำบัญชี ผู้ที่ต้องการทำงานในด้านนี้ ควรมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี (วีรยุทธ สุขมากและกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินนิทธิ์ ,2556)

ภาษาอังกฤษกลายเป็นภาษาที่ทั่วโลกใช้กันมากภาษาหนึ่ง ประเทศไทยจึงมองเห็นอนาคตของคนไทย กับการใช้ภาษอังกฤษในยุคปัจจุบันสำคัญมากที่สุด และเกี่ยวข้องกับคนทำงานทุกสาขา และทุกอาชีพ ที่ปัจจุบันคนไทยจำเป็นต้องมีความรู้และมีความเข้าใจทักษะ ด้านภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะทักษะภาษาอังกฤษทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย การฟัง การพูด การอ่าน และการ เขียน เพราะทักษะภาษาอังกฤษช่วยพัฒนาทุกอาชีพเพื่อโอกาสที่มีผลตามมาสำหรับผู้มีทักษะด้านภาษาอังกฤษดี (วรวรรธน์ ศรียาภัย กรรณิการ์ รักษา และ คนึงนิจ ศีลรักษ์,

2553: 36-50 และ เจนจิรา ชัยปาน ทรายขวัญ พรมแก้ว และ สิทธิศรีนาญ, 2556) การฝึกฝนกิจกรรมใดเป็นประจำโดยสม่ำเสมอจะทำให้มีโอกาสพัฒนาให้เกิดความเชี่ยวชาญและชำนาญในการใช้ (จินดารัตน์ โพธิ์นอก, 2557) บัณฑิตไทยที่มีพื้นความรู้ภาษาอังกฤษดีสามารถใช้สื่อสารได้ทั้งในชีวิตประจำวันและในการประกอบอาชีพจะสามารถสร้างโอกาสที่ดีให้ตนเอง เพราะจะสามารถทำงานได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่วนบัณฑิตไทยที่ขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการประกอบอาชีพ ก็อาจได้รับค่าตอบแทนจากการจ้างงานต่ำกว่าชนชาติอื่นๆ (เพ็ญประภา เจริญสุข และอนุวัต เจริญสุข, 2553) นอกจากนี้บัณฑิตไทยที่ขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการประกอบอาชีพ อาจต้องเผชิญกับปัญหาการว่างงานหรือการได้รับการจ้างงานน้อยลง เนื่องจากประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษได้ดีในกลุ่มสมาชิกประชาคมอาเซียนจะเข้ามาแข่งขันการประกอบอาชีพโดยใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น (Walter McManus, William Gould และ Finis Welch, 1983)

ดังนั้นการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษจึงอาจมาจากการมีโอกาสได้ใช้ทักษะต่างๆ บ่อยครั้งหรือโดยสม่ำเสมอทำให้ผู้ใช้เกิดการเรียนรู้การใช้และใช้ได้ดีในที่สุด นอกจากนั้น ระดับการศึกษาและตำแหน่งงานเป็นปัจจัยที่อาจมีผลต่อการพัฒนาการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ โดยนักบัญชีที่มีการศึกษาสูงย่อมมีพื้นฐานด้านการใช้ภาษาอังกฤษมากกว่านักบัญชีที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่าจึงทำให้นักบัญชีที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีการพัฒนาการใช้ทักษะภาษาอังกฤษที่สูงมากกว่านักบัญชีที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า และระดับตำแหน่งงานของนักบัญชีอาจมีผลต่อสถานการณ์หรือความบ่อยครั้งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ภาษาอังกฤษ โดยผู้ที่มีระดับตำแหน่งงานสูงควรจะมีการพัฒนาการใช้ทักษะภาษาอังกฤษได้มากกว่าผู้ที่มีระดับตำแหน่งงานต่ำกว่า ทำให้นักบัญชีที่มีระดับตำแหน่งงานสูงควรมีการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษที่ดีกว่า งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาการพัฒนาภาษาอังกฤษของนักบัญชีโดยคาดว่านักบัญชีที่มีพฤติกรรมความถี่หรือความบ่อยในการใช้ภาษาอังกฤษสูงจะมีระดับการพัฒนาภาษาอังกฤษได้สูงกว่าผู้ที่ไม่ได้มีพฤติกรรมความถี่หรือความบ่อยในการใช้ภาษาอังกฤษ และนำไปสู่วัตถุประสงค์วิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมความถี่การใช้ทักษะภาษาอังกฤษกับการพัฒนาความสามารถในทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการประกอบอาชีพนักบัญชีทั้งในหน่วยงานภาครัฐกับหน่วยงานภาคเอกชน

อุปกรณ์และวิธีดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามแจกให้กับนักบัญชีที่อยู่ในภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักบัญชีที่ทำงานในองค์การที่มีที่ตั้งในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชีที่มาอบรมความรู้ต่อเนื่องทางบัญชีที่จัดขึ้นในช่วง 1-15 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ในกรุงเทพมหานคร โดยเลือกจากหัวข้อที่เป็นการบัญชี จำนวน 2 โครงการ โดยโครงการที่ 1 มีนักบัญชีเข้าร่วมจำนวน 80 คน และโครงการที่ 2 มีนักบัญชีเข้าร่วมจำนวน 80 คน ซึ่งได้รับการตอบแบบสอบถามกลับจำนวนทั้งสิ้น 150 คน ได้แก่ (1.) นักบัญชีภาครัฐในกรุงเทพมหานครทั้ง 2 โครงการ จำนวน 59 คน และ (2.) นักบัญชีภาคเอกชนในกรุงเทพมหานครทั้ง 2 โครงการ จำนวน 91 คน

ตัวแปรและการวัดค่า

โอกาสในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ หมายถึง พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ โดยพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ มี 2 พฤติกรรม ดังนี้ (1).พฤติกรรมความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานด้านทักษะการฟังและพูดภาษาอังกฤษ(Using_Li&Sp) (2.)พฤติกรรมความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานด้านทักษะการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ(Using_Re&Wr)

การใช้ทักษะใดเป็นประจำหรือสม่ำเสมอจะก่อให้เกิดความเชี่ยวชาญ และความชำนาญหรือความสามารถในการกระทำหรือการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งอาจเป็นทักษะด้านร่างกาย สติปัญญา หรือสังคมที่เกิดขึ้นจากการฝึกฝนหรือการกระทำบ่อย (จินดารัตน์ โพธิ์นอก, 2557) นักบัญชีที่มีโอกาสใช้ทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษในระดับสูงย่อมจะมีการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษสูงเช่นกัน ในวิจัยนี้จึงมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษที่เกิดขึ้นจากการใช้ทักษะดังกล่าวบ่อยครั้ง และมีการวัดค่าดังนี้

ตัวแปรตาม ได้แก่ การพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ (Improving total) วัดโดยคะแนนเฉลี่ย 1-5 (น้อยที่สุด – มากที่สุด) จากข้อคำถาม 4 ข้อ ได้แก่ (1) การพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในการทำงาน (Improving Com) (2) การพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาในการทำงาน (Improving Sol) (3) การพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อนำเสนองานในที่ประชุมและสาธารณะ (Improving Pre) (4) การพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อแสดงความคิดเห็นต่อสาธารณะ (Improving Opi)

ตัวแปรอิสระ ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางของโลกสำหรับการติดต่อสื่อสารกับนานาประเทศเพื่อดำเนินกิจกรรม ประเภทต่างๆ ทั้งในด้านการศึกษาการทำธุรกิจการลงทุน การท่องเที่ยวและการใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งยังเป็นภาษาที่ใช้ในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอีกด้วย (ณภัทร วุฒิวงศา. 2557) นักบัญชีในยุคปัจจุบันมีความจำเป็นต้องใช้ทักษะภาษาอังกฤษ เนื่องจากมีบริษัทต่างชาติเป็นจำนวนมากเข้ามาลงทุนในประเทศไทย และโอกาสในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษในการสื่อสารของนักบัญชีมีหลากหลายทั้งการพูด ฟัง อ่านและเขียน การพัฒนาการสื่อสารภาษาอังกฤษ การพูดเป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้พูดจะต้องใช้ความสามารถทางด้านภาษาหลายด้านประกอบกันเพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจโดยจะต้อง ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดออกมาเป็นคำพูดเพื่อให้ผู้ฟังสามารถฟังอย่างเข้าใจ โดยใช้น้ำเสียงภาษา และกริยาท่าทาง อย่างมีประสิทธิภาพ และถูกต้องตามจรรยามารยาทและประเพณีนิยมของสังคมให้ผู้ฟังรับรู้และเกิดการตอบสนอง (สุนันทา แก้วพันธ์ช่วง 2550 และ วรรคณา เค้าอ้น 2560) โดยงานวิจัยก่อนหน้ามีการวัดการใช้ทักษะเป็นแบบหลายข้อคำถาม (ฐาปนี วังกานนท์ (2556) ในงานวิจัยนี้มีการวัดค่าตัวแปรโอกาสในการใช้ภาษาอังกฤษในด้านต่างๆ โดยวัดจากพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ โดยใช้ข้อคำถาม แสดงดังนี้

- โอกาสการใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานด้านทักษะการฟังและพูดภาษาอังกฤษ วัดจากพฤติกรรมความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานด้านทักษะการฟังและพูดภาษาอังกฤษ (Using_Li&Sp) วัดโดยคะแนนเฉลี่ย 1-5 (ใช้น้อยที่สุด – ใช้บ่อยมากที่สุด) จากข้อคำถาม 10 ข้อคำถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมความถี่หรือความบ่อยในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษในที่ทำงานในสถานการณ์ต่างๆ ได้แก่ (1) รับคำสั่งที่เป็นภาษาอังกฤษจากหัวหน้างาน (2) ฟังเนื้อหาข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษในการประชุม (3) ฟังเนื้อหาข้อมูลภาษาอังกฤษเกี่ยวกับการอบรมด้านการทำงาน (4) สื่อสารกับผู้ขายสินค้า/บริการให้องค์การเป็นภาษาอังกฤษ (5)สื่อสารกับลูกค้าขององค์การเป็นภาษาอังกฤษ (6) สนทนากับบุคลากรในบริษัทต่างชาติเป็นภาษาอังกฤษ (7) ซักถามปัญหาในการทำงานกับเพื่อนร่วมงานชาวต่างชาติ (8) อธิบายขั้นตอนในการทำงานเป็นภาษาอังกฤษ (9) พูดภาษาอังกฤษเพื่อนำเสนอข้อคิดเห็นต่างๆ ในการประขุม (10) อธิบายปัญหาในการทำงานเป็นภาษาอังกฤษ

- โอกาสการใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานด้านทักษะการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ วัดจากพฤติกรรมความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานด้านทักษะการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ (Using_Re&Wr) วัดโดยคะแนนเฉลี่ย 1-5 (ใช้น้อยที่สุด – ใช้บ่อยมากที่สุด) จากข้อคำถาม 8 ข้อคำถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมความถี่หรือความบ่อยในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษในที่ทำงานในสถานการณ์ต่างๆ ได้แก่ (1) อ่านเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการทำงานเป็นภาษาอังกฤษ (2) อ่านคู่มือในการปฏิบัติงานเป็นภาษาอังกฤษ (3) อ่านคำสั่งและ

รายการในโปรแกรมทางการบัญชีเป็นภาษาอังกฤษ (4) เขียนสรุปรายงานผลการทำงานเป็นภาษาอังกฤษ (5) เขียนจดหมายเป็นภาษาอังกฤษติดต่อสื่อสารงานกับบุคคลอื่นทั้งภายในและภายนอกองค์การ (6) เขียนรายงานการประชุมเป็นภาษาอังกฤษ (7) กรอกแบบฟอร์มข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานเป็นภาษาอังกฤษ (8)จัดทำรายงานด้านกาบัญชีเป็นภาษาอังกฤษ

นอกจากนั้นการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษนอกจากมาจากการใช้ทักษะดังกล่าวบ่อยครั้งหรือเป็นประจำ อาจมาจากการมีภูมิหลังของการศึกษาที่ได้รับการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ และตำแหน่งงานที่แตกต่างกันก็อาจทำให้สร้างพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษมากน้อยแตกต่างกัน ซึ่งอาจมีผลต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของนักบัญชี งานวิจัยนี้จึงใช้ตัวแปรอิสระเกี่ยวกับระดับการศึกษาของนักบัญชี และตำแหน่งงานของนักบัญชี ในการศึกษาครั้งนี้ โดยมีการวัดค่าดังนี้

- ระดับการศึกษาของนักบัญชี (Educ) เนื่องจากว่านักบัญชีที่ตอบแบบสอบถามจะมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอาจมีผลต่อพื้นฐานทักษะภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน ดังนั้นระดับการศึกษาจึงมีผลต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ หากจบการศึกษา ไม่สูงกว่าปริญญาตรี =1 หากไม่ใช่ = 0

- ตำแหน่งงานของนักบัญชี (Posit) เนื่องจากว่านักบัญชีที่ตอบแบบสอบถามจะมีตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน เช่น พนักงานบัญชี หัวหน้าแผนกบัญชีหรือผู้บริหาร ดังนั้นตำแหน่งงานที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของนักบัญชี ดังนั้น ตำแหน่งงานจึงมีผลต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ หากเป็นผู้จัดการฝ่ายขึ้นไป = 1 หากไม่ใช่ = 0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 150 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ตัวแบบสหสัมพันธ์พหุคูณ (Linear Multiple regression) แสดงดังนี้ จากการเก็บรวบรวมข้อมูล นักบัญชีปฏิบัติงานในสถานประกอบการภาคเอกชน คิดเป็นร้อยละ 60.7 และสถานประกอบการภาครัฐ ร้อยละ 39.30 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 4 .00 ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 65.3 ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 22.70 ระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 8.00 โดย ขณะที่ตำแหน่งงานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งเป็นผู้จัดการฝ่ายบัญชี คิดเป็นร้อยละ 43.60 และหัวหน้าแผนกบัญชี คิดเป็นร้อยละ 24.80 และพนักงานบัญชี คิดเป็นร้อยละ 18.10 และเจ้าหน้าที่บัญชี คิดเป็นร้อยละ 13.4 ส่วน

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ-ด้านการใช้สื่อสารในการทำงาน กับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ (n = 150)

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients (β)	Standardized Coefficients	t-test	Sig.
Constant	1.431	0.230	6.210	0.000***
Using_Li&Sp)	0.433	0.099	4.388	0.000***
Using_Re&Wr	0.202	0.107	1.897	0.000***
Educ	-0.159	0.116	-1.376	0.171
Posit	-0.033	0.100	-0.333	0.740
R2 = 0.557 F-test = 45.635 (Sig = 0.000***)				

ตัวแปรตาม = การพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ-ด้านการใช้สื่อสารในการทำงาน (Improving Com)
ตัวแปรอิสระ: ระดับการศึกษา (Educ); ตำแหน่งงานในบริษัท (Posit) พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษ (Using_Li&Sp) พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ (Using_Re&Wr)
*** ระดับนัยสำคัญ 0.01, ** ระดับนัยสำคัญ 0.05, * ระดับนัยสำคัญ 0.10

จากตารางที่ 1 พบว่า พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษ (Using_Li&Sp) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้สื่อสารในการทำงาน (Improving Com) (β_1= 0.433; t-test= 4.388, Sig.= 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ (Using_Re&Wr) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้สื่อสารในการทำงาน(Improving Com) (β_2= 0.202; t-test=1.897, Sig.= 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยไม่พบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษา (Educ) กับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้สื่อสารในการทำงาน (Improving Com) (β_3=-0.159; t-test=-1.376, Sig.= 0.171) และ ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งงานในบริษัท (Posit) กับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้สื่อสารในการทำงาน (Improving Com) (β_4=-0.033 ; t-test=-0.333, Sig.= 0.740) เช่นกัน

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ-ด้านการแก้ปัญหาในการทำงาน กับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ (n = 150)

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients (β)	Standardized Coefficients	t-test	Sig.
Constant	1.493	0.265	5.636	0.000***
Using_Li&Sp)	0.366	0.113	3.231	0.002***
Using_Re&Wr	0.240	0.123	1.956	0.052*
Educ	-0.144	0.133	-1.084	0.280
Posit	-0.034	0.115	-0.300	0.765
R2 = 0.459 F-test = 30.707 (Sig = 0.000***)				

ตัวแปรตาม = การพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ-ด้านการใช้แก้ไขปัญหาในการทำงาน (Improving Sol)
ตัวแปรอิสร: ระดับการศึกษา (Educ); ตำแหน่งงานในบริษัท (Posit) พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษ (Using_Li&Sp) พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ (Using_Re&Wr)
*** ระดับนัยสำคัญ 0.01, ** ระดับนัยสำคัญ 0.05, * ระดับนัยสำคัญ 0.10

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษ (Using_Li&Sp) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการแก้ปัญหาในการทำงาน (Improving Sol) (β_1= 0.366; t-test= 3.231, Sig.= 0.002) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ (Using_Re&Wr) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการแก้ปัญหาในการทำงาน(Improving Sol) (β_2= 0.240; t-test=1.956, Sig.= 0.052) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยไม่พบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษา (Educ) กับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้สื่อสารในการทำงาน (Improving Sol) (β_3=-0.144; t-test=-1.084, Sig.=0.280) และไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งงานในบริษัท (Posit) กับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้สื่อสารในการทำงาน (Improving Sol) (β_4= -0.034 ; t-test=-0.300, Sig.= 0.765) เช่นกัน

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ-ด้านการใช้ในการนำเสนอรายงานในที่ประชุมกับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ (n = 150)

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients (β)	Standardized Coefficients	t-test	Sig.
Constant	0.956	0.261	3.667	0.000***
Using_Li&Sp)	0.343	0.112	3.073	0.003***
Using_Re&Wr	0.412	0.121	3.414	0.001
Educ	-0.146	0.131	-1.113	0.268
Posit	-0.103	0.113	-0.914	0.362
R2 = 0.563 F-test = 46.651 (Sig = 0.000***)				

ตัวแปรตาม = การพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ-ด้านการใช้ในการนำเสนอรายงานในที่ประชุม(Improving Pre) ตัวแปรอิสระ: ระดับการศึกษา (Educ); ตำแหน่งงานในบริษัท (Posit) พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษ (Using_Li&Sp) พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ (Using_Re&Wr)

*** ระดับนัยสำคัญ 0.01, ** ระดับนัยสำคัญ 0.05, * ระดับนัยสำคัญ 0.10

จากตารางที่ 3 พบว่า พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษ (Using_Li&Sp) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้ในการนำเสนอรายงานในที่ประชุม(Improving Pre) (β_1= 0.343; t-test= 3.073, Sig.= 0.003) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ (Using_Re&Wr) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้ในการนำเสนอรายงานในที่ประชุม (Improving Pre) (β_2= 0.412; t-test=3.414, Sig.= 0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยไม่พบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษา (Educ) กับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้สื่อสารในการทำงาน (Improving Pre)(β_3=-0.146; t-test=-1.113, Sig.=0.268) และไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งงานในบริษัท (Posit) กับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้สื่อสารในการทำงาน (Improving Pre) (β_4= -0.103 ; t-test=-0.914, Sig.= 0.362) เช่นกัน

ตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ-ด้านการใช้ในการแสดงความคิดเห็นกับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ (n = 150)

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients (*β*)	Standardized Coefficients	t-test	Sig.
Constant	1.325	0.268	4.949	0.000***
Using_Li&Sp)	0.194	0.115	1.690	0.093*
Using_Re&Wr	0.507	0.124	4.096	0.333
Educ	0.374	0.135	-2.777	0.006**
Posit	0.219	0.116	-1.882	0.062*
R2 = 0.547 F-test = 43.749 (Sig = 0.000***)				

ตัวแปรตาม = การพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ-ด้านานการใช้ในการแสดงความคิดเห็น (Improving Opi)
ตัวแปรอิสร: ระดับการศึกษา (Educ); ตำแหน่งงานในบริษัท (Posit) พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษ (Using_Li&Sp) พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ (Using_Re&Wr)
*** ระดับนัยสำคัญ 0.01, ** ระดับนัยสำคัญ 0.05, * ระดับนัยสำคัญ 0.10

จากตารางที่ 4 พบว่า พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษ Using_Li&Sp) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้ในการแสดงความคิดเห็น (Improving Opi) (β_1= 0.194; t-test= 1.690, Sig.= 0.093) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับการศึกษา (Educ) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้ในการแสดงความคิดเห็น (Improving Opi) (β2= 0.374; t-test=-2.777, Sig.= 0.006) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และตำแหน่งงาน (Posit) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้ในการแสดงความคิดเห็น (Improving Opi) (β2= 0.219; t-test=-1.882, Sig.= 0.062) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ (Using_Re&Wr) กับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษด้านการใช้ในการแสดงความคิดเห็นในการทำงาน(Improving Opi) (β_3=-0.507; t-test=-4.096, Sig.= 0.333)

ตารางที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ-โดยรวมกับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ (n = 150)

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients (β)	Standardized Coefficients	t-test	Sig.
Constant	1.301	0.218	5.965	0.000***
Using_Li&Sp)	0.334	0.093	3.576	0.000***
Using_Re&Wr	0.340	0.101	3.371	0.001***
Educ	-0.206	0.110	-1.877	0.062*
Posit	-0.097	0.095	-1.030	0.305
R2 = 0.608 F-test = 56.280 (Sig = 0.000***)				

ตัวแปรตาม = การพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ-โดยรวม (Improving Total)

ตัวแปรอิสร: ระดับการศึกษา (Educ); ตำแหน่งงานในบริษัท (Posit) พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษ (Using_Li&Sp) พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ (Using_Re&Wr)

*** ระดับนัยสำคัญ 0.01, ** ระดับนัยสำคัญ 0.05, * ระดับนัยสำคัญ 0.10

จากตารางที่ 5 พบว่า พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษ Using_Li&Sp) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษโดยรวม (Improving Total) (β_1= 0.334; t-test= 3.576, Sig.= 0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ Using_Re&Wr) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษโดยรวม (Improving Total) (β2= 0.340; t-test=3.371, Sig.= 0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้พบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา (Educ) กับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษโดยรวม (Improving Total) (β_3= -0.206; t-test=-1.877 , Sig.= 0.062) กล่าวได้ว่านักบัญชีมีระดับการศึกษาไม่สูงกว่าปริญญาตรีมีระดับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษน้อยกว่านักบัญชีที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างไรก็ตาม ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งงานในบริษัท (Posit) กับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษโดยรวม (Improving Total;) (β_4=-0.097 ; t-test=-1.030, Sig.= 0.305)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ ในการทำงานมี 3 ตัวแปร คือ พฤติกรรมความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานด้านทักษะการฟังและพูดภาษาอังกฤษ(Using_Li&Sp) , พฤติกรรมความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานด้านทักษะการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ(Using_Re&Wr) และระดับการศึกษาของนักบัญชี (Educ) มีผลต่อการพัฒนาความสามารถ

ในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวได้ว่านักบัญชีที่มีระดับการศึกษาไม่สูงกว่าปริญญาตรีมีระดับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษน้อยกว่านักบัญชีที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยพฤติกรรมความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานด้านทักษะการฟังและพูดภาษาอังกฤษ(Using_Li&Sp) และพฤติกรรมความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษในการทำงานด้านทักษะการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ(Using_Re&Wr) มีระดับสูง ส่งผลให้การพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษมีระดับสูงขึ้นตามไปด้วย และนักบัญชีที่มีระดับการศึกษาที่ไม่สูงกว่าปริญญาตรีจะมีการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษน้อยกว่านักบัญชีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ทั้งนี้ไม่พบว่าตำแหน่งงานไม่ได้ส่งผลต่อการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษโดยรวม

จากผลการศึกษา กล่าวได้ว่า ระดับการศึกษามีของนักบัญชีผลต่อการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษโดยรวม นอกจากนั้นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษโดยรวม ได้แก่ พฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษและพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษโดยรวม

จากผลการวิจัยอภิปรายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษกับการพัฒนาความสามารถการใช้ทักษะภาษาอังกฤษในการประกอบอาชีพนักบัญชี ได้ว่าพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษและพฤติกรรมความถี่ในการใช้ทักษะด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และนักบัญชีที่มีระดับการศึกษาไม่สูงกว่าปริญญาตรีจะมีระดับการพัฒนาความสามารถในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษน้อยกว่านักบัญชีที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนูย์สิญจน์ สุขเสริม สุริยาวุธ สุวรรณบุบผา และ ศิริญญา กุลโต .(2560). ความต้องการภาษาอังกฤษของบุคลากรทางการแพทย์ ในโรงพยาบาลของจังหวัดกาฬสินธุ์

ข้อเสนอแนะจากผลวิจัย

องค์การควรให้ความสำคัญในการพัฒนาทักษะความรู้ภาษาอังกฤษของนักบัญชี โดยมีการจัดอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับภาษาอังกฤษสำหรับนักบัญชีให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความรู้ในการทำงานของนักบัญชี

เอกสารอ้างอิง

จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2557). *องค์ความรู้ภาษา-วัฒนธรรม ความฉลาดทางสุขภาวะ.* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.dailynews.co.th/article/237689 (20 มกราคม 2559).

เจนจิรา ชัยปานและคณะ. (2556). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความวิตกกังวลในการพูดภาษาอังกฤษของ นักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากลสาขาภาษาต่างประเทศ ชั้นปีที่ 4 ปีการศึกษา 2556.* ภาคนิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต หลักสูตรสาขาวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล สาขาภาษาต่างประเทศ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.

ฐาปนี วังกานนท์. (2556). *ปัจจัยด้านการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความเครียดของพนักงาน* : กรณีศึกษา บริษัท แอมพาส อินดัสตรี จำกัด ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ณภัทร วุฒิวงศา. *กลยุทธ์สร้างแรงจูงใจ: การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ.* วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปีที่ 34. ฉบับที่ 1. (มกราคม – มิถุนายน 2557) : 89 – 97.

เพ็ญประภา เจริญสุข และอนุวัต เจริญสุข. (2553). *ภาษาอังกฤษกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยสู่ความเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2015*. สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2556, จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw07.pdf

วรวรรธน์ ศรียาภัย กรรณิการ์ รักษา และ คนึงนิจ ศีลรักษ์. *“ความต้องการคุณลักษณะบัณฑิตทางภาษาและการสื่อสารของสถานประกอบการ”*. วารสารช่อพะยอม. ปีที่ 21 (2553) : 36 – 50.

วรางคณา เค้าอ้น. (2560*). การพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษา ปีที่ 4 โดยใช้ สถานการณ์เป็นฐานในการเรียนรู้*.วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิตวิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

วีรยุทธ สุขมาก และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินิทธ์. (2556). *ความคิดเห็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC).* กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

สุนันทา แก้วพันช่วง. (2550). *การพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้กิจกรรมภาษาเพื่อการสื่อสาร*. (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, กรุงเทพมหานคร.

อนุสรณ์ ธรรมใจ. *“แนวโน้มเศรษฐกิจโลก และ เศรษฐกิจไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๐”*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้ จาก : http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/639876, 2560.

McManus, Walter, Gould, William, & Welch, Finis. (1983). *Earnings of Hispanic men: The Role of English Language Proficiency*. Retrieved September 15, 2013, from http://www.jstor.org/discover/10.2307/2534901?uid=2&uid=4&sid=21102652421287

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แรงจูงใจ และการดูแลตนเองที่ส่งผลต่อการตัดสินใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร

Integrated Marketing Communication, Motive, and Health Conscious Affecting Decision to Use Enterprise Artificial Turf Football Field Service in Bangkok

ปิยะฉัตร เอี่ยมบุญฤทธิ์[1*]
Piyachat Iamboonrit[1*]
สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Master of Business Administration, Graduate School, Bangkok University
อีเมล์ : piyachat.iamb@bumail.net
ดร.ชุติมาวดี ทองจีน[2**]
Chutimavadee Thongjeen, Ph.D.[2**]
อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Lecturer, Management Department, School of Business Administration, Bangkok University
อีเมล์ : chutimavadee.t@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แรงจูงใจ และการดูแลตนเองที่ส่งผลต่อการตัดสินใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานครมีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Judgmental or Purposive Sampling) จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และค่าเฉลี่ย สถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้การวิเคราะห์คือสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ผลการศึกษาพบว่าการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แรงจูงใจ และการดูแลตนเองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ, แรงจูงใจ, การดูแลตนเอง, การตัดสินใจ

Abstract

This research was conducted with the aims of studying Integrated Marketing Communication, Motive, and Health Conscious Affecting Decision to Use Enterprise Artificial Turf Football Field Service in Bangkok. Questionnaire was used to collect data from sample group of population who uses Enterprise Artificial Turf Football Field Service in Bangkok. There are a lot and the exact number is not known. The researcher selected 400 samples via Purposive Sampling method. The descriptive statistics used in the analysis were percentage, frequency, and mean. The statistical hypotheses test used multiple regression analysis. The results of this study revealed that Integrated Marketing Communication, Motive, and Health Conscious had affect to decision to use Enterprise Artificial Turf Football Field Service in Bangkok at statistically significant level of 0.05.

Keywords: Integrated Marketing Communication, Motive, Health Conscious, Decision

บทนำ

เนื่องด้วยโรคภัยต่างๆ ที่คอยรุมเร้า ทำให้ผู้คนเกิดการตื่นตัว กลัวโรคภัยไข้เจ็บ โรคอ้วนกันมากขึ้นจึงเกิดเป็นกระแสใหม่ นั้นคือ กระแสคนรักสุขภาพขึ้น ซึ่งกระแสนี้มาแรงในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ธุรกิจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกายเกิดขึ้นมากมาย ทั้งยังมีเสียงตอบรับเป็นอย่างดี จากคนในยุคปัจจุบัน (วุฒิ หลอมประโคม, 2550)

แนวโน้มกระแสความนิยมการออกกำลังกาย และการเล่นกีฬา ในปัจจุบัน ผู้บริโภคมีแนวโน้มบริโภคสินค้าที่ออกแบบเฉพาะ เช่น แฟชั่นเกี่ยวกับกีฬา ไม่ว่าจะเป็น เสื้อผ้า รองเท้า รวมไปถึงเครื่องกีฬาเฉพาะอย่าง ผู้ประกอบการจึงผลิตสินค้าที่มีความหลากหลาย เพื่อตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภค จึงทำให้ธุรกิจนี้มีมูลค่าทางการตลาดของตัวเลขสูงขึ้น จากข้อมูลตัวเลขสถิตินำเข้ารองเท้ากีฬาและเครื่องกีฬาในช่วงปี 2561 (ม.ค.-ก.ย.) นั้นจะเห็นได้ว่าสูงขึ้น เมื่อเทียบช่วงเดียวกันของปีที่ก่อน โดยจากร้อยละ 18.40 เป็นร้อยละ 39.28 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นการบริโภคผลิตภัณฑ์กีฬาที่นำเข้าเพื่อขายในประเทศ ถ้ามองในแง่ของการจัดตั้งใหม่ของธุรกิจกีฬาปี 2561 มีแนวโน้มที่ดีขึ้น จากข้อมูลสถิติของพบว่าอัตราการจัดตั้งใหม่ของธุรกิจกีฬาระหว่างปี 2557-2560 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 14 และอัตราการจัดตั้งใหม่ของธุรกิจกีฬาในปี 2561 (ม.ค.-ก.ย.) มีจำนวนอยู่ที่ 507 ราย เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 5.85 เมื่อเทียบช่วงเดียวกันในปี 2560 (ม.ค.-ก.ย.) จากข้อมูลทางสถิติดังกล่าวทำให้สามารถคาดการณ์สถานการณ์ได้ว่า ธุรกิจกีฬาในปี 2561 สามารถขยายตัวสูงขึ้นจากปีที่ก่อนร้อยละ 6-7 เป็นการขยายตัวตามแนวโน้มตลาดที่ผู้บริโภคให้การใส่ใจดูแลสุขภาพและการออกกำลังกาย

อีกทั้งยังได้รับอานิสงค์จากที่ทุกหน่วยงานหันมาสนับสนุนการกีฬามากขึ้น ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เช่นการแข่งขันฟุตบอลลีก วิ่งมาราธอน และมวย (วัฒนา, 2562)

สำหรับจุดเริ่มต้นธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นสนามที่ทำจากต้นหญ้าจริงหรือหญ้าเทียม มักจะเริ่มต้นจากตัวบุคคลที่มีความหลงใหลในกีฬาฟุตบอล ซึ่งธุรกิจนี้จัดได้ว่า “เนื้อหอมและเข้าตา” นักธุรกิจรุ่นใหม่พอสมควร จากกระแสความนิยมฟุตบอลไทยลีกในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และการถ่ายทอดฟุตบอลลีกต่างประเทศที่เริ่มร้อนแรงขึ้นทุกวัน จากกระแสและปัจจัยดังกล่าว ทำให้ต่างมองเห็น “ลู่ทาง” ในการทำตลาดและการลงทุน เพราะเชื่อมั่นว่าธุรกิจนี้จะเติบโตในอนาคตอย่างแน่นอน (ชี้ช่องรวย, 2561)

จากความนิยมการออกกำลังกายและในกีฬาฟุตบอล เทรนด์ดังกล่าวทำให้เกิดการแข่งขันของตลาดที่รุนแรงในปัจจุบัน ผู้ประกอบการและนักการตลาดจึงนำแนวความคิดมุ่งการตลาดมาเป็นนโยบายในการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รวมไปถึงการใช้ซ้ำ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ คือหนึ่งในเครื่องมือสำหรับนำมาใช้เพื่อให้เกิดแรงจูงใจ ตอบสนองลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

จากปัจจัยและเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้วิจัยทำการศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แรงจูงใจ และการดูแลตนเองที่ส่งผลต่อการตัดสินใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนาช่องทางการขายและการทำการตลาด และเป็นแนวทางในการปรับปรุง การให้บริการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าเดิม รวมไปถึงขยายฐานลูกค้าใหม่ ของผู้ประกอบการรายเดิม และเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจทำธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของผู้ประกอบการรายใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

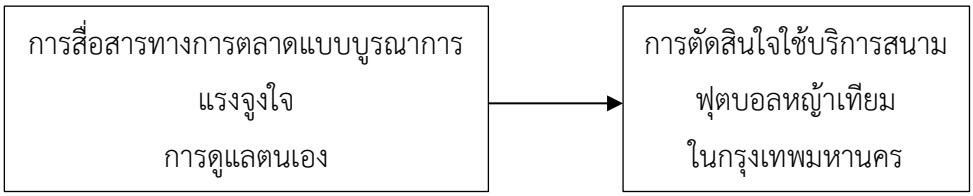
เพื่อศึกษาถึงการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แรงจูงใจ และการดูแลตนเองที่ส่งผลต่อการตัดสินใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในกรุงเทพมหานครสามารถคาดการณ์วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อมาปรับปรุงพัฒนาแผนให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้

2. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในกรุงเทพมหานครในการนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์เชิงธุรกิจที่จะหากลยุทธ์ทางการตลาด ช่องทางการสื่อสารให้เข้าถึงของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วทันท่วงที

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่เป็นเป้าหมายของการศึกษาคือ ผู้ที่ใช้บริการในสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีจำนวนมากและไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่ชัดได้

การสุ่มตัวอย่าง ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากร โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยเลือกสนามหญ้าให้เช่า ทั้งสนามขนาดใหญ่ ขนาดเล็ก ในร่มและกลางแจ้ง ในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 8 สนามดังนี้

สนามที่ 1 สนามฟุตบอล Polo Park สถานที่ตั้ง พระราม 4

สนามที่ 2 Soccerprobangkok สถานที่ตั้ง เจริญราษฎร- สาธร

สนามที่ 3 The Primary Bangna สถานที่ตั้ง บางนา

สนามที่ 4 สนามฟุตบอล Winning Seven สถานที่ตั้ง ตลิ่งชั่น

สนามที่ 5 สนามบอลโกลเด้นโกลด์ฟุตบอลคลับ สถานที่ตั้ง ตลิ่งชั่น

สนามที่ 6 สนามเดอะฟุตซอล สถานที่ตั้ง ทวีวัฒนา

สนามที่ 7 สนาม TCFC สถานที่ตั้ง พระราม 3

สนามที่ 8 ฟุตซอลปาร์ค สถานที่ตั้ง พระราม 2

และใช้จำนวน 400 คน จากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549, หน้า 28)

ตัวแปร ตัวแปรอิสระ คือ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ, แรงจูงใจ, การดูแลตนเอง และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลา ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่า ทั้งสนามขนาดใหญ่ ขนาดเล็ก ในร่มและกลางแจ้ง ในกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 6 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการดูแลตนเอง

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Pre-test) จำนวน 40 ชุด ได้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ค อัลฟ่า (Cranach's Alpha Coefficient) รวม .930 และตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากความครบถ้วนและสอดคล้องกับเนื้อหาจากอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำมาปรับปรุง และแจกจริง จำนวน 400 ชุด

สถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) คือการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ย (Mean) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) คือ การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้ Linear Regression วิธี Enter

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 76 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34 สถานภาพโสด จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.30 อาชีพพนักงานบริษัทจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000-30,000 บาทจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 วันที่มาใช้บริการคือวันเสาร์และวันอาทิตย์จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เวลา 18.01- 24.00 น.จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ความถี่ในการใช้บริการ 2-3ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ระยะเวลาในการใช้บริการ 2 ชั่วโมง จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 เหตุผลในการเลือกใช้บริการ คือได้พบปะเพื่อนฝูงมากขึ้น จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยผลรวม 3.68 หรืออยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยผลรวม 4.14 หรืออยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการดูแลตนเอง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยผลรวม 4.05 หรืออยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยผลรวม 4.10 หรืออยู่ในระดับมาก

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านการดูแลตนเอง กับการตัดสินใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) สามารถวิเคราะห์ได้ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แรงจูงใจ และการดูแลตนเองกับการตัดสินใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
Constant	0.455		3.509	0.001*
การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	0.089	0.145	4.254	0.000*
แรงจูงใจ	0.479	0.453	12.753	0.000*
การดูแลตนเอง	0.329	0.375	9.533	0.000*

$R^2 = 0.825$, $F = 281.029$, $p < 0.05$

ผลการศึกษาจากตารางที่ 1 พบว่าการตัดสินใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานครเป็นผลมาจากการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แรงจูงใจ และการดูแลตนเอง ร้อยละ 82.5 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 17.5 เป็นผลมาจากปัจจัยอื่นนอกเหนือจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น

จากตารางที่ 1พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน สรุปว่า การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แรงจูงใจ และการดูแลตนเอง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่าแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด เนื่องจากมีค่า Beta มากที่สุด คือ 0.453 ส่วนการดูแลตนเองมีอิทธิพลรองลงมา เพราะมีค่า Beta เป็นลำดับที่สอง ซึ่งเท่ากับ 0.375 และสุดท้ายการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด เนื่องจากมีค่า Beta น้อยที่สุด คือ 0.145

สรุปผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ด้วยวิธี Multiple Regression พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าค่า Significance ที่กำหนดไว้ที่ 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แรงจูงใจของผู้บริโภค และการดูแลตนเอง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากการสื่อสารทางการตลาดแบบบรูณาการ เป็นการมุ่งเน้นสร้างพฤติกรรมโดยการพิจารณาวิธีการสื่อสารตราสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้รู้จักสินค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการรับรู้ข่าวกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม การบริการที่สุภาพเป็นกันเองของพนักงานขาย และการได้รับโปสการ์ดแจ้งการส่งเสริมการขาย และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของ Eagle และ Kitchen (2000, pp. 667-686) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นกระบวนการของแผนงานเพื่อนำไปพัฒนาการสื่อสารการตลาด ที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในหลายรูปแบบ โดยนำหลายๆ กลยุทธ์มาผสมผสานกันเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการสื่อสารให้มีความเข้าใจสอดคล้องไปทิศทางเดียวกัน และผลดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของธารี เลิศรัตนศาสตร์ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร (IMC) 5 ปัจจัยย่อย ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และปัจจัยความไว้วางใจที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเหตุผลของผู้บริโภคในการเข้ามาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมนั้น โดยมากให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านอาคารสถานที่ ความสว่างของแสงไฟ อัตราค่าบริการ ขั้นตอนการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร อินเตอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Azin and Reihane (2013) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจคือแรงขับทั้งภายในและภายนอก เพื่อจูงใจให้บุคคลปฏิบัติตามและนำไปสู่ผลตอบแทน แรงจูงใจพนักงานถือเป็นกลยุทธ์ที่ผู้บริหารใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของบุคลากรในองค์กร และยังสอดคล้องกับวิจัยของวราพงษ์ กล่ำเพ็ชร์ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาแรงจูงใจ การตลาดโดยใช้สื่อสังคม และการสร้างความสัมพันธ์เชิงประสบการณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

การดูแลตนเอง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสาร การออกกำลังกายเล่นฟุตบอลในสนามฯ การเข้าร่วม

กิจกรรมกับครอบครัว รวมทั้งตระหนักถึงการออกกำลังกายด้วยกีฬาฟุตบอลทำให้ร่างกายแข็งแรง ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเพนเดอร์ (กฤติกาพร ใยโนนตาด. 2542: 27; อ้างอิงจาก Pender. 1982: 150) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการดูแลตนเอง เป็นกิจกรรมที่ได้ริเริ่มและกระทำในแนวทางของตนเอง เพื่อการดำรงรักษาชีวิต ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีไว้ การดูแลตนเองจึงต้องมีแบบแผนเป้าหมาย ขั้นตอน ตลอดจนความต่อเนื่อง และเมื่อได้กระทำอย่างถูกต้อง ครบถ้วนจะทำให้ประสิทธิภาพการดูแลตนเองมีมากขึ้น และยังสอดคล้องกับวิจัยของสมพร ปานยินดี (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของศักยภาพในการทำงาน การสนับสนุนทางสังคม พฤติกรรมการดูแลตนเอง และการเห็นคุณค่าแห่งตนที่มีผลต่อความพร้อมในการทำงานหลังเกษียณของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) จากการศึกษา พบว่า ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะมาใช้บริการกันในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ดังนั้นทางผู้ประกอบการจึงควรมีการจัดการด้านการส่งเสริมการตลาดหรือจัดกิจกรรมพิเศษ ในวันอื่นๆ เพื่อดึงดูดให้มีผู้มาใช้บริการสนามฟุตบอลมากขึ้น เช่น การให้ส่วนลดพิเศษในวันอื่นๆ หรือจัดให้มีการแข่งขันกันในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น หรือจัดกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวกับครอบครัวหรือผู้หญิงให้มากขึ้น เช่น จัดกิจกรรมสำหรับครอบครัวที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลในวันหยุดพิเศษ มีการแจกรางวัล หรือมอบสิทธิเศษเพื่อการมาใช้บริการในครั้งต่อๆ ไป เป็นต้น

ด้านแรงจูงใจ (Motive) จากการศึกษา พบว่า เหตุผลของผู้ใช้บริการที่ ลำดับหนึ่งคือ พบปะเพื่อนฝูงมากขึ้น ลำดับสองคือ เพื่อการออกกำลังกาย และลำดับที่สามคือ ความสะดวกในเรื่องของสถานที่ ดังนั้นเจ้าของธุรกิจควรพิจารณาและให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น เช่น มีการจัดที่พักผ่อนให้เพียงพอ ดูแลความสะอาดโดยรอบ มีทำเลที่ตั้งเหมาะสำหรับการเดินทาง และมีป้ายบอกที่ชัดแจนของตำแหน่งสนาม มีความรวดเร็วถูกต้องของการให้บริการชำระเงิน มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ รวมไปถึงการปรับปรุงสนามให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์และทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อดึงดูให้ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม

ด้านการดูแลตนเอง (Health Conscious) จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ตระหนักถึงการดูแลตนเองตนเองอยู่เสมอเมื่อมีการลงแข่งขันกีฬาฟุตบอล ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการเล่นฟุตบอล ให้ผู้ใช้บริการได้มีความรู้เพิ่มมากขึ้น และวิธีการเล่นที่ถูกวิธี สามารถลดอาการบาดเจ็บได้อีกด้วย

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.ชุติมาวดี ทองจีน อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้ง

นี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ จะสามารถเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจค้นคว้าประกอบการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาอิสระครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กฤติกาพร ใยโนนตาด. (2542). *ความสำคัญระหว่างปัจจัยคัดสรร ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองการสนับสนุนทางสังคมกับพฤติกรรมการดูแลตนเองของสตรีโรคเบาหวานในภาวะหมดประจำเดือน จังหวัดชัยภูมิ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (สาขาสาธารณสุขศาสตร์) มหาวิทยาลัยมหิดล.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชี้ช่องรวย คอลัมน์ไลฟ์สไตล์. (2561). *ลงทุนธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม กำไรหลักล้าน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562, จาก https://cheechongruay.smartsme.co.th/content/5204#

ธารี เลิศรัตนศาสตร์. (2558). *การศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรและความไว้วางใจที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การคนควาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วราพงษ์ กล่ำเพ็ชร์. (2558). *แรงจูงใจ การตลาดโดยใช้สื่อสังคม และการสร้างความสัมพันธ์เชิงประสบการณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วัฒนา คอลัมน์ไลฟ์สไตล์. (2562). *ธุรกิจออกกำลังกาย อนาคตสดใสในยุคเจนวาย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2562, จาก https://cheechongruay.smartsme.co.th/content/23415

วุฒิ หลอมประโคม. (2550). *อิทธิพลของปัจจัยด้านการออกแบบป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค: การศึกษาคลื่นไฟฟ้าสมองสัมพันธ์กับเหตุการณ์*. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา.

ตนเอง และการเห็นคุณค่าแห่งตนที่มีผลต่อความพร้อมในการทำงานหลังเกษียณของผู้สูงอายุในเขต

สมพร ปานยินดี. (2561). *อิทธิพลของศักยภาพในการทำงาน การสนับสนุนทางสังคม พฤติกรรมการดูแลตนเอง และการเห็นคุณค่าแห่งตนที่มีผลต่อความพร้อมในการทำงานหลังเกษียณของผู้สูงอายุใน เขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม.

Azin, T., & Reihane, D. (2013). *Job Performance: Mediate Mechanism of Work Motivation.* Retrieved October 1, 2019 from www.sciencedirect.com.

Eagle, L. and Kitchen, P. (2000). *IMC, brand communications, corporate cultures*. European Journal of Marketing, 34(5), 667-686.

Pender, N.J. (1982). Health promotion in nursing practice. Norwalk: Appleton Century Crofts.

เปรียบเทียบความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมและกำไรขาดทุนสุทธิ กรณีบริษัทจดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุน

The Comparison of Value Relevance between Total Comprehensive Income and Net Income of Listed Companies in the Market of Alternative Invesment

พิมพ์ชนก ทับทิมใส*
Pimchanok Tubtimsai*
คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต*
Faculty of Accountancy, Rangsit University*
อีเมล์ : sweethearttik@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ระหว่างกำไรขาดทุนสุทธิกับกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุน โดยการเก็บข้อมูลจากงบการเงินและราคาหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ปี 2554 ถึงปี 2561 รวมทั้งหมด 377 ชุด และทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสมการถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์พบว่ากำไรขาดทุนสุทธิและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมมีความสัมพันธ์กับราคาตลาดอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้พบว่ากำไรขาดทุนสุทธิกับกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมมีความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ได้ไม่ต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุนมีการรายงานกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นซึ่งมีมูลค่าของรายการไม่สูงมากนัก จึงทำให้กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมกับกำไรขาดทุนสุทธิไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม, กำไรขาดทุนสุทธิ

Abstract

The Purpose of this research was to compare the value relevance of net income and total comprehensive income of listed companies in the market of alternative investment (MAI). The study used 377 financial statement and stock price data of the samples from 2011 to 2018. The relationship between variables was tested using the multiple regression analysis. The results of the analysis showed that the companies' net

incomes and their total comprehensive incomes were significantly related to their stock prices. In addition, it was found that the value relevance of net incomes was not different from that of total comprehensive incomes since to total comprehensive income reported by listed companies in the market of alternative investment were not high in value.

Keywords : Total Comprehensive Income, Net Income

บทนำ

งบการเงินที่นำเสนอโดยบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถือว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการตัดสินใจลงทุน โดยทั่วไปผู้บริหารและนักลงทุนใช้งบกำไรขาดทุนเพื่อวัดความสามารถในการทำกำไรมูลค่าการลงทุนและความสามารถในการชำระหนี้ นักลงทุนให้ความสำคัญกับตัวเลขในกำไรขาดทุนที่นำเสนอไว้ในงบกำไรขาดทุนเพื่อประกอบการตัดสินในการลงทุน แต่จากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 1 เรื่องการนำเสนองบการเงิน ในปี 2552 มีการเปลี่ยนแปลงการนำเสนองบกำไรขาดทุนโดยมีการเพิ่มเติมในส่วนของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นเข้ามาทำให้กิจการต้องแสดงรายการงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม โดยนำกำไรหรือขาดทุนที่รับรู้ในงวดบัญชีโดยตรงเข้าสู่ส่วนของเจ้าของมาแสดงต่อท้ายงบกำไรขาดทุน เป็นรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น มาตรฐานการบัญชีฉบับนี้กำหนดให้กิจการต้องปรับปรุงและจัดประเภทรายการใหม่ โดยกำหนดให้มีในส่วนของรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น องค์ประกอบของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นประกอบด้วย 1.การเปลี่ยนแปลงในส่วนเกินทุนจากการตีราคาหลักทรัพย์ 2.การวัดมูลค่าใหม่ของโครงการผลประโยชน์พนักงานที่กำหนดไว้ 3.ผลกำไรและขาดทุนจากการแปลงค่างบการเงินของการดำเนินงานในต่างประเทศ 4.ผลกำไรและขาดทุนจากการวัดมูลค่าเงินลงทุนเผื่อขาย 5.ส่วนของผลกำไรและขาดทุนที่มีประสิทธิผลจากเครื่องมือป้องกันความเสี่ยงในกระแสเงินสด

ข้อมูลทางการเงินที่มีประโยชน์ต้องมีการแสดงข้อมูลผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของกิจการและประโยชน์ของข้อมูลทางการเงินจะเพิ่มขึ้นหากข้อมูลต่างๆ สามารถเปรียบเทียบตรวจสอบเชื่อถือได้และทันเวลา แม้ว่าในอดีตรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นบางรายการจะถูกแสดงรายการเป็นส่วนหนึ่งของเจ้าของแล้ว แต่รายการดังกล่าวไม่ได้ผ่านรายการในงบกำไรขาดทุนซึ่งอาจจะทำให้ข้อมูลไม่ชัดเจนแก่ผู้ที่ใช้งบการเงินทำให้ผู้ใช้งบการเงินไม่ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงที่ถูกต้องของรายการดังกล่าวที่มีผลทำให้ส่วนของเจ้าของได้เปลี่ยนแปลงไปในรอบระยะเวลาบัญชีของกิจการ การนำรายการดังกล่าวมาแสดงอยู่ในหัวข้อกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นจะสร้างความน่าเชื่อถือและมีประโยชน์ในการตัดสินใจลงทุนของผู้ใช้งบการเงินมากขึ้น

ดังนั้นจากการเปลี่ยนแปลงการรายงานในงบกำไรขาดทุนที่มีส่วนกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นเพิ่มขึ้นมาจึงมีข้อสงสัยว่าข้อมูลกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมนี้จะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจลงทุนหรือไม่และจาก

การวิจัยในอดีตที่มีการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องราวดังกล่าวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่ากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมมีความสามารถในการกำหนดราคาหลักทรัพย์อย่างเช่นงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ ทรัพย์สมบัติ(2561) ได้ศึกษาเปรียบเทียบการวัดคุณภาพกำไรระหว่างกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมและกำไรขาดทุนสุทธิพบว่ากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสามารถอธิบายคุณภาพกำไรที่วัดจากอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนและราคาหุ้นได้ดีกว่ากำไรขาดทุนสุทธิเพียงเล็กน้อยแต่ยังไม่มีวิจัยที่ศึกษาในตลาดทางเลือกการลงทุนซึ่งเป็นตลาดหลักทรัพย์แห่งที่ 2 ของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 1 นี้เช่นกัน ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาว่ากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสามารถใช้อธิบายราคาหลักทรัพย์ได้ดีกว่ากำไรขาดทุนสุทธิหรือไม่สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.ศึกษาความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม

2. เปรียบเทียบความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมและกำไรขาดทุนสุทธิ

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1.1 ตัวแปรตาม คือ ราคาหลักทรัพย์ ณ วันที่ส่งงบการเงิน

1.2 ตัวแปรอิสระ คือ กำไรขาดทุนสุทธิและ กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม

1.3 ตัวแปรควบคุม คือ ขนาดของบริษัท และมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น

แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ประกอบด้วย

แบบจำลองที่ 1 เพื่อทดสอบความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของกำไรขาดทุนสุทธิ

$$P_{it} = \beta_0 + \beta_1 NI_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 BV_{it} + \in_{it} \text{.....(1)}$$

แบบจำลองที่ 2 เพื่อทดสอบความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม

$$P_{it} = \beta_0 + \beta_1 TCI_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_3 BV_{it} + \in_{it} \text{.....(2)}$$

และเปรียบเทียบความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดทางเลือกการระหว่างกำไรขาดทุนสุทธิและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม โดยพิจารณาค่า R^2 ของแบบจำลองที่ 1 และ2

โดยที่

P_{it} = ราคาของหลักทรัพย์คือราคาปิดของหลักทรัพย์ของกิจการ i ณ สิ้นปี t

NI_{it} = กำไรขาดทุนสุทธิของกิจการ i ณ สิ้นปี t

TCI_{it} = กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมของกิจการ i ณ สิ้นปี t

$SIZE_{it}$ = ขนาดของกิจการ วัดด้วยค่าลอการิทึมธรรมชาติของกิจการ i ณ สิ้นปี t

BV_{it} = ราคาตามบัญชีต่อหุ้น ของกิจการ i ณ สิ้นปี t

ϵ_{it} = ค่าคลาดเคลื่อนของกิจการ i ณ สิ้นปี t

2 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษากำหนดขอบเขตโดยใช้ข้อมูลบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุนตั้งแต่ปี 2554 ถึงปี 2561 จำนวน 155 บริษัท ได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีข้อมูลครบทั้งหมดซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลทางเว็บไซต์ WWW.SETSMART.COM เก็บข้อมูลงบการเงินและข้อมูลสถิติราคาหุ้นของบริษัท ประกอบไปด้วยข้อมูล กำไรขาดทุนสุทธิ กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น สินทรัพย์รวมของบริษัท และราคาปิดของหลักทรัพย์ ณ วันที่ส่งงบการเงินของบริษัท

3 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นการอธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 ใช้สถิติวิเคราะห์สหสัมพันธ์(Correlation Analysis)

3.3 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ(Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของกำไรขาดทุนสุทธิและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง กลุ่มประชากรทั้งหมด 155 บริษัท โดยคัดเลือกบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุน 8 ปี ตั้งแต่ปี 2554 ถึงปี 2561 โดยคัดเลือกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนที่มีข้อมูลครบถ้วนแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

	รวม	**2561**	**2560**	**2559**	**2558**	**2557**	**2556**	**2555**	**2554**
จำนวนข้อมูลทั้งหมด	1240	155	155	155	155	155	155	155	155
หัก บริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบ	863	69	70	88	92	121	133	143	147
จำนวนข้อมูลทั้งสิ้น	377	86	85	67	63	34	22	12	8

ตารางที่ 2 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยเลขาคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	จำนวน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.
P	377	.01	66.5	5.3621	7.87026
TCI	377	-2.51	13.08	.2575	1.08048
NI	377	-2.56	13.13	.2503	1.03346
BV	377	.46	36.03	3.0894	3.84494
SIZE	377	18.90	23.25	20.8075	.83923

หมายเหตุ P คือ ราคาหลักทรัพย์ ณ วันประกาศงบการเงิน
TCI คือ กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมของกิจการ
NI คือ กำไรขาดทุนสุทธิของกกิจการ
BV คือ ราคาตามบัญชีต่อหุ้น
SIZE คือ ขนาดของกิจการ

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนข้อมูลค่าต่ำสุ ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยเลขาคณิตและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรได้แก่ ราคาหลักทรัพย์ กำไรขาดเบ็ดเสร็จรวม กำไรขาดทุนสุทธิ ราคาตามบัญชีต่อหุ้น และขนาดของกิจการจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 377 ชุดข้อมูลสามารถสรุปผลได้ดังนี้ ราคาหลักทรัพย์ (P) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ .01 บาทและมีค่าสูงสุดอยู่ที่ 66.5 บาท มีค่าเฉลี่ยเลขาคณิตเท่ากับ 5.3621 บาทส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.87026 บาท กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม (TCI) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -2.51 บาท ค่าสูงสุดเท่ากับ 13.08 บาท ค่าเฉลี่ยเลขาคณิตเท่ากับ 0.2575 บาท และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.08048 บาท กำไรขาดทุนสุทธิมีค่าต่ำสุดเท่ากับ -2.56 บาท ค่าสูงสุดเท่ากับ 13.13 บาท มีค่าเฉลี่ยเลขาคณิตเท่ากับ 0.2503 บาทและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03346 บาท

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Analysis)

		P	TCT	NI	BV	SIZE
P	Pearson Correlation	1	.783**	.788**	.155**	.023
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.025	.653
	N		377	377	377	377
TCI	Pearson Correlation		1	.991**	-.071	.014
	Sig. (2-tailed)			.000	.167	.786
	N			377	377	377
NI	Pearson Correlation			1	-.069	.017
	Sig. (2-tailed)				.181	.740
	N				377	377
BV	Pearson				1	-.090

		P	TCT	NI	BV	SIZE
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					.081
	N					377
SIZE	Pearson Correlation					1
	Sig. (2-tailed)					
	N					

จากตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง รายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม (TCI) กับ ราคาหลักทรัพย์ (P) มีค่าเท่ากับ 0.783 และผลการทดสอบนัยสำคัญ (Sig.2tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ต่ำกว่า 0.05 แสดงกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมกับราคาหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความสัมพันธ์กันเชิงบวก

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม (TCI) กับ กำไรขาดทุนสุทธิ (NI) มีค่าเท่ากับ 0.991 และผลการทดสอบนัยสำคัญ (Sig.2tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ต่ำกว่า 0.05 แสดงกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมกับราคาหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความสัมพันธ์กันเชิงบวก

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม (TCI) กับ มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (BV)มีค่าเท่ากับ 0.71 และผลการทดสอบนัยสำคัญ (Sig.2tailed) มีค่าเท่ากับ .0167 สูงกว่า 0.05 แสดงว่ากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมกับมูลค่าตามบัญชีไม่มีความสัมพันธ์กัน

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม (TCI) กับ ขนาดบริษัท (SIZE) มีค่าเท่ากับ 0.14 และผลการทดสอบนัยสำคัญ (Sig.2tailed) มีค่าเท่ากับ .0786 สูงกว่า 0.05 แสดงว่ากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมกับขนาดบริษัทไม่มีความสัมพันธ์กัน

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง รายการกำไรขาดทุนสุทธิ (NI) กับ ราคาหลักทรัพย์ (P) มีค่าเท่ากับ 0.788 และผลการทดสอบนัยสำคัญ (Sig.2tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ต่ำกว่า 0.05 แสดงกำไรขาดทุนสุทธิกับราคาหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความสัมพันธ์กันเชิงบวก

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รายการกำไรขาดทุนขาดทุนสุทธิ (NI) กับ มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (BV) มีค่าเท่ากับ 0.69 และผลการทดสอบนัยสำคัญ (Sig.2tailed) มีค่าเท่ากับ .0181 สูงกว่า 0.05 แสดงว่ากำไรขาดทุนสุทธิกับมูลค่าตามบัญชีไม่มีความสัมพันธ์กัน

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รายการกำไรขาดทุนสุทธิ (NI) กับ ขนาดบริษัท (SIZE) มีค่าเท่ากับ 0.17 และผลการทดสอบนัยสำคัญ (Sig.2tailed) มีค่าเท่ากับ .0740 สูงกว่า 0.05 แสดงว่ากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมกับขนาดบริษัทไม่มีความสัมพันธ์กัน

และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ พบว่าไม่มีตัวแปรอิสระคู่ใดที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มากกว่า 0.50 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีความเป็นอิสระต่อกัน นอกจากนี้ยังพบว่ากำไรขาดทุนสุทธิและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมมีค่าไปในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างราคาหลักทรัพย์ และตัวแปรตามกำไรขาดทุนสุทธิ

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	R^2
1	Regression	15144.105	3	5048.035	231.155	.000[b]	.806[a]
	Residual	8145.698	373	21.838			
	Total	23289.802	376				

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของรายการกำไรขาดทุนสุทธิกับราคาหลักทรัพย์ พบว่า ค่านัยสำคัญที่คำนวณได้(Sig) เท่ากับ 0.00 ต่ำกว่า 0.01 แสดงว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ ซึ่ง R^2 ของผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมในการศึกษาส่งผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุนได้ 80.6%

ตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบสัมประสิทธิ์ความถดถอย

		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficient			Collinearity Statistics	
Model	B	Std.Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	-2.139	6.025		.-355	.723		
NI	6.087	.234	.799	26.039	.000	.995	1.005
SIZE	.235	.288	.025	.814	.416	.992	1.008
BV	.354	.063	.173	5.609	.000	.987	1.013

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาค่า Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) ในตารางที่ 5 ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยของความสัมพันธ์ระหว่างราคาหลักทรัพย์กับตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุม พบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมต่างมีค่าเข้าใกล้ 1 ทั้งสิ้น แสดงว่า

ตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นน้อย และเมื่อพิจารณาค่า VIF จะมีค่า 1.005 1.008 และ 1.013 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 5 แสดงว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นน้อย ดังนั้นจึงสามารถใช้ตัวแปรทั้งหมดในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ได้ โดยไม่เกิดปัญหา multicollinearity

และจากผลการทดสอบสัมประสิทธิ์ความถดถอย เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระ พบว่ากำไรขาดทุนสุทธิมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับราคาหลักทรัพย์ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99สำหรับตัวแปรควบคุมคือมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นและขนาดของบริษัท พบว่ามูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับราคาหลักทรัพย์ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99 แต่ขนาดบริษัทไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์

ตารางที่ 6 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	R^2
1	Regression	14995.202	3	4998.401	224.773	.000[b]	.802[a]
	Residual	8294.600	373	22.238			
	Total	23289.802	376				

จากตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของราคาหลักทรัพย์กับตัวแปรอิสระคือกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมและตัวแปรควบคุมพบว่าค่านัยสำคัญที่คำนวณได้ (Sig) เท่ากับ 0.00 แสดงว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ ซึ่ง R^2 ของผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมในการศึกษาส่งผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุนได้ 80.2%

ตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบสัมประสิทธิ์ความถดถอย

		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficient			Collinearity Statistics	
Model	B	Std.Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	-2.656	6.080		.-437	.662		
TCI	5.794	.226	.795	25.674	.000	.995	1.005
SIZE	.261	.291	.028	.895	.371	.992	1.008
BV	.358	.064	.175	5.167	.000	.987	1.013

จากตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ พบว่าค่านัยสำคัญของสัมประสิทธิ์ความถดถอยของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมมีค่านัยสำคัญน้อยกว่าค่า α ที่กำหนดเท่ากับ =0.01 จึงกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลง

ของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมที่มีการรายงานกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นมีผลต่อมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นในช่วงความเชื่อมั่นที่ 99% โดยมีทิศทางของการส่งผลกระทบในทิศทางเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตามจะสังเกตเห็นได้ว่าตัวแปรควบคุม คือมูลค่าตามบัญชีมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ ค่า sig= 0.00 ในช่วงความเชื่อมั่นที่ 99% แต่ขนาดของบริษัทไม่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์

โดยสรุป จะพบว่ากำไรขาดทุนสุทธิและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม สามารถอธิบายราคาหลักทรัพย์ได้เหมือนกัน และถ้าเปรียบเทียบค่า R^2 ของแบบจำลอง จะพบว่าค่า R^2 ใกล้เคียงกันมาก โดยแบบจำลองที่ประกอบด้วยกำไรขาดทุนสุทธิจะมีค่ามากกว่าเล็กน้อย

อภิปรายผลการวิจัย

1.ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรขาดทุนสุทธิและราคาหลักทรัพย์

ข้อมูลกำไรขาดทุนสุทธิเป็นปัจจัยที่ทำให้นักลงทุนตัดสินใจลงทุนเพราะกำไรขาดทุนสุทธิเป็นกำไรที่เกิดจากการดำเนินงานหลักของกิจการซึ่งเป็นการสะท้อนถึงความสามารถทำกำไรและคุณภาพกำไรได้ดีกว่ากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม ดังนั้นจึงทำให้กำไรขาดทุนสุทธิถูกใช้เป็นข้อกำหนดในสัญญาต่างๆ รวมถึงการใช้ในการประเมินมูลค่าของหลักทรัพย์ด้วย ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากำไรขาดทุนสุทธินั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญกับราคาหลักทรัพย์ถึง 80.6% จากการวิเคราะห์สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารารัตน์ ทูลไธสงและสมใจ บุญหมื่นไวย(2019) พบว่ากำไรสุทธิจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้นในช่วงระยะเวลาใดก็จะส่งผลทำให้ราคาหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามไปด้วยเช่นกัน

2.ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมกับราคาหลักทรัพย์

รายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมเป็นผลรวมของรายการกำไรขาดทุนสุทธิและรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นที่นำมาแสดงไว้ในงบด้วยกัน โดยแสดงอยู่ในบรรทัดสุดท้ายของงบต่อจากกำไรขาดทุนสุทธิ การแสดงกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นงบการเงินแสดงรายการที่เป็นตัวแทนที่เที่ยงธรรมของกำไรที่มาจากการดำเนินงานและกำไรที่เกิดจากการวัดมูลค่าสินทรัพย์หรือหนี้สินใหม่ แต่อย่างไรก็ตามการแสดงการรวมรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นนั้นอาจจะทำให้กิจการมีกำไรหรือขาดทุนลดลง เนื่องจากรายการดังกล่าวเป็นรายการที่เกิดขึ้นเพียงชั่วคราวเกิดขึ้นหลังจากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชีที่ได้กำหนดไว้ ดังนั้นจึงอาจทำให้กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมที่จะนำไปใช้ในการตัดสินใจลดลง ซึ่งผลการวิเคราะห์ของงานวิจัยพบว่ากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญอยู่ที่ 80.2% สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยรัตน์ บุญประเสริฐ(2559) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผันผวนของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จและราคาหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการวิจัยทำให้ทราบว่ากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมมีความผันผวนกับราคาหลักทรัพย์แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางบวกกับความผันผวนของผลตอบแทนของหุ้น

3.เปรียบเทียบความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ระหว่างกำไรขาดทุนสุทธิกับกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบกันระหว่างกำไรขาดทุนสุทธิกับกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมพบว่ากำไรขาดทุนสุทธิมีความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ได้ดีกว่ากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมเพียงเล็กน้อย ซึ่งหมายความได้ว่า ณ วันที่ประกาศผลประกอบการของกิจการกำไรขาดทุนสุทธิมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุนมากที่สุดเพราะเป็นกำไรที่เกิดจากกิจกรรมหลัก ผลการวิจัยนี้ทำให้ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่บอกว่ากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมมีความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุนได้ดีกว่ากำไรขาดทุนสุทธิสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิลักษณ์ วิชัยสิงห์(2558) ที่พบว่ากำไรขาดทุนสุทธิมีความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์เพิ่มขึ้นตามระยะเวลาและมีความสามารถในการอธิบายเพิ่มขึ้นภายหลังจากที่มีการใช้มาตรฐานการบัญชีที่มีผลบังคับใช้ในปี 2554 แต่ผลการวิเคราะห์ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ ทรัพย์สมบัติ(2561) ที่พบว่ากำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมมีความสามารถในการอธิบายคุณภาพกำไรที่วัดจากอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนและราคาหุ้นได้ดีกว่ากำไรขาดทุนสุทธิ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นบริษัทที่อยู่ในกลุ่มหลักทรัพย์ที่แตกต่างกัน

สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมกับกำไรขาดทุนสุทธิของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุน การศึกษานี้ใช้สถิติ Multiple Linear Regression เพื่อเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกำไรขาดทุนสุทธิกับราคาหลักทรัพย์และกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมกับราคาหลักทรัพย์โดยเก็บข้อมูลกำไรขาดทุนสุทธิ กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นจากงบการเงินบริษัทและราคาปิดของหลักทรัพย์ ณ วันที่ประกาศงบการเงินตั้งแต่ปี 2554 ถึงปี 2561 จำนวน 155 บริษัท ผลการศึกษาพบว่ากำไรขาดทุนสุทธิและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์โดยที่ผลการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่ารายการทั้ง 2 ตัวมีความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ได้ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผลการวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นว่าจากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 1 เรื่องการนำเสนองบการเงินในปี 2552 บังคับใช้ปี 2554 ที่กำหนดให้มีการรายงานรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นไม่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุน (MAI) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นยังมีจำนวนที่น้อยหรือมูลค่าของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นยังมีมูลค่าน้อยทำให้ผลที่ได้จากการเปรียบเทียบกำไรขาดทุนสุทธิกับกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมยังมีความใกล้เคียงกัน แต่การรายงานรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นจะทำให้งบกำไรขาดทุนแสดงผลการดำเนินที่แยกระหว่างผลการดำเนินงานหลักกับผลกำไรขาดทุนจากการวัดมูลค่าสินทรัพย์และหนี้สิน ผู้ใช้งบสามารถนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจที่จะลงทุนในหลักทรัพย์ของกิจการทำให้เห็นว่าการแยกรายการกำไร

ขาดทุนรวมไปถึงกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นนั้นได้ให้ประโยชน์กับผู้ใช้งบการเงินมากขึ้น นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังทำให้ทราบว่ามูลค่าตามบัญชีมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกกับราคาหลักทรัพย์แต่ขนาดของกิจการไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์

ข้อเสนอแนะ

1.ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่ากำไรขาดทุนสุทธิและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมมีผลกระทบกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุนโดยทั้ง 2 รายการมีผลกระทบกับราคาหลักทรัพย์ใกล้เคียงกัน ดังนั้นนักลงทุนหรือผู้ใช้งบสามารถใช้ข้อมูลของกำไรขาดทุนสุทธิและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมดังกล่าวเพื่อสนับสนุนในการตัดสินใจราคาของหลักทรัพย์ได้

1.2 นักลงทุนหรือผู้ใช้งบการเงินต้องมีความเข้าใจกับกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมเนื่องจากรายการดังกล่าวเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 1 เรื่องการนำเสนองบการเงินที่มีการรายงานกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น นักลงทุนควรมีความเข้าใจในรายการดังกล่าวเพื่อเพิ่มความสามารถในการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของกิจกร

2.ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการเปรียบเทียบความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของกำไรขาดทุนสุทธิกับกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมซึ่งในส่วนของการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลในการศึกษาเพียง 8 ปี ตั้งแต่ปี 2554 ถึงปี 2561 และมีกลุ่มประชากรตัวอย่างเพียง 155 บริษัท ซึ่งเป็นเพียงการเก็บข้อมูลจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุนเท่านั้น ดังนั้นด้วยขนาดของข้อมูลและตัวอย่างที่ยังน้อยอาจทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังไม่ครอบคลุมถึงบริษัททุกประเภท การศึกษาในครั้งต่อไปผู้วิจัยเสนอแนะให้เก็บรวบรวมข้อมูลที่จะใช้ในการศึกษามากขึ้นหรืออาจจะแยกเป็นการวิเคราะห์เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่กลุ่มอุตสาหกรรมนั้นๆ ให้ความสำคัญกับรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น หรือเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุน

2.2 ความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของกำไรขาดทุนสุทธินี้จะเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจของนักลงทุนและการบริหารงานของผู้บริหารในองค์กรในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อให้องค์กรมีการพัฒนามากขึ้นอย่างยั่งยืน ทั้งนี้อาจนำโมเดลนี้ไปประยุกต์ใช้ในการวิจัยกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้

2.3 ควรมีการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นว่ารายการดังกล่าวจะส่งผลกระทบในด้านใดของกำไรหรือขาดทุนของกิจการเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปประกอบการตัดสินใจหรือวิเคราะห์ข้อมูลของนักลงทุนเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการลงทุนในหลักทรัพย์

เอกสารอ้างอิง

กัลยรัตน์ บุญประเสริฐ. ความสัมพันธ์ระหว่างความผันผวนของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จและราคาหุ้น กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. [ออนไลน์]. 2559. แหล่งที่มา http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802110063_5715_4393.pdf. [4 ธันวาคม 2561]

กฤตพงศ์ วัชระนุกุล,และกนกอร แก้วประภา. (2561).ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลองค์ประกอบกำไรและราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, *วารสารปาริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ,* ปีที่28, ฉบับที่3

ณัฐวุฒิ ทรัพย์สมบัติ. กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมแสดงคุณภาพกำไรได้ดีกว่าขาดทุนสุทธิจริงหรือไม่. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา https://www.tci-thaijo.org/index.php/stou-sms-pr/article/view/168374/121148.

ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B9%8C_%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B9%87%E0%B8%A1_%E0%B9%80%E0%B8%AD_%E0%B9%84%E0%B8%AD.

ปรัชญา นิ่มนวล. ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นกับความสามารถในการพยากรณ์ผลการดำเนินงานและผลตอบแทนส่วนเกินในอนาคต. [ออนไลน์]. 2558. แหล่งที่มา http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702020271_2791_1720.pdf.

ปัญญา สัมฤทธิ์ประดิษฐ์. (2545). การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสามารถของกำไรทางบัญชีและมูลค่าตามบัญชีในการใช้อธิบายราคาหลักทรัพย์หุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*

มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 1 การนำเสนองบการเงินปรับปรุง. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา http://www.tfac.or.th/upload/9414/ZLhFXEhztO.pdf.

มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 19 เรื่องผลประโยชน์ของพนักงาน. [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา http://www.tfac.or.th/upload/9414/NDqahbWYnN.pdf.

มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 21 เรื่องผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ. [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา http://www.tfac.or.th/upload/9414/vFHoBCp9AT.pdf.

มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 38 เรื่องสินทรัพย์ไม่มีตัวตน. [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา

http://www.tfac.or.th/upload/9414/nFAYbVskDp.pdf.

สุรกิจ วงศ์คำปืน. การศึกษาเปรียบเทียบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จกับกำไรขาดทุนสุทธิของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. มหาวิทยาลัยนอร์ท. [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา http://www.ba.northcm.ac.th/acca/pdf.

สุทธิลักษณ์ วิชัยสิงห์. (2558). ความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของมูลค่าตามบัญชีและกำไรสุทธิของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. [ออนไลน์]. 2558. แหล่งที่มา http://repository.cmu.ac.th/bitstream/6653943832/39592/3/FULL.pdf.

Cheng, C. S. A., Cheung, J. K., & Gopalakrishnan, V. (1993). On the usefulness of operating income, net income and comprehensive income in explaining security returns. Accounting and Business Research, 23(91), 195. Retrieved from http://ezalumni.scu.edu.au/login?url=https://search.proquest.com/docview/198158934?accountid=44151

Reed, B. J., King, T. E., & Ortegren, A. K. (2000). A STUDY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE NATURE OF OTHER COMPREHENSIVE INCOME ITEMS, REPORTING FORMAT, AND THE USEFULNESS OF COMPREHENSIVE INCOME INFORMATION FROM A PREPARER'S PERSPECTIVE. Allied Academies International Conference.Academy of Accounting and Financial Studies.Proceedings, 5(1), 74. Retrieved from http://ezalumni.scu.edu.au/login?url=https://search.proquest.com/docview/192412463?accountid=4415

Humayun Kabir, M., & Laswad, F. (2011). Properties of net income and total comprehensive income: New zealand evidence. Accounting Research Journal, 24(3), 268-289. doi:http://dx.doi.org/10.1108/10309611111187000

Jones, D. A., & Smith, K. J. (2011). Comparing the value relevance, predictive value, and persistence of other comprehensive income and special items. The Accounting Review, 86(6), 2047-2073. Retrieved from http://ezalumni.scu.edu.au/login?url=https://search.proquest.com/docview/1017876085?accountid=44151

ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะวิชาชีพกับระดับความสุขของนักบัญชี
The Relationship between Happiness level and Profession Skills of Accountants

บุญญิสา จันทร์ประสิทธิ์, วราสินี ยันแปว , สโรชา แก้วดวงเล็ก* และอิสราภรณ์ ทนุผล**
Bunyisa Junprasit, Warasine Yanpaeo, Sarocha Kaewduanglek* and Issaraporn Thanupon**
นักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*
อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร**
Bachelor of Accountancy Program student, Faculty of Management Science, Silpakorn University*
Ph.D. (Accounting), Lecturer in Faculty of Management Science, Silpakorn University**
E-mail : bbunyisaa@gmail.com, warasineenid@gmail.com and ssarocha2022@gmail.com*
E-mail : issaraporn@ms.su.ac.th**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความสุขในการทำงานของนักบัญชี (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะของนักบัญชีกับระดับความสุขในการทำงานภายในองค์กรของนักบัญชี (3) สำรวจวิธีการจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานภายในองค์กรของนักบัญชี งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากนักบัญชีในองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนในองค์กรที่มีที่ตั้งในกรุงเทพและปริมณฑล โดยได้รับแบบสอบถามตอบกลับทั้งสิ้น 158 คน งานวิจัยทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้ตัวแบบสหสัมพันธ์พหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า อาชีพที่มีระดับความสุขที่สูงสุด ได้แก่ ที่ปรึกษาทางบัญชี ช่วงรายได้ของนักบัญชีที่มีความสุขสูงสุด ได้แก่ ช่วงรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป นอกจากนั้นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อระดับความสุขในการทำงาน ได้แก่ ทักษะทางปัญญา และทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร

คำสำคัญ : ระดับความสุขของนักบัญชี ทักษะวิชาชีพนักบัญชี

Abstract

The objectives of this research were (1) to study happiness level of accountants (2) to study the relationship between profession skills of accountants and happiness level of accountants for working in organization (3) to survey method of problems and obstacles management from working in organization. Primary data gathered by questionnaire sent to

accountants in organization located in Bangkok and metropolitan, total response was 158 persons. Multiple regression used for testing the relationship.

It was found that accounting occupation had the most level of happiness was accounting consultant. Range of Revenue of accountants had the most level of happiness was range of revenue for more than 30,000 baht. Moreover, it was found that factors affecting happiness level were cognitive skill, and interpersonal and communication skill.

Keyword: happiness level of accountants profession skill of accountants

บทนำ

จากสภาพเศรษฐกิจสังคมและสภาพแวดล้อมต่างๆทั้งปัจจัยภายนอกและภายในของชีวิตมนุษย์ในปัจจุบันต่างก็มีความเครียดและความกดดันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เสมอ ดังนั้นทุกคนจึงต้องการแสวงหาสิ่งที่ทำให้ตนเองนั้นผ่อนคลายความเครียดและความกดดัน เกิดความรู้สึกภายในจิตใจที่เรียกว่า ความสุข ไม่ว่าจะเป็นความสุขในชีวิตส่วนตัว ความสุขในชีวิตการทำงาน หรือแม้แต่ชีวิตในสังคมทั่วไปก็ตาม จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) ในยุทธศาสตร์หนึ่งของแผนพัฒนาฯต้องการสร้างความสุขให้แก่คนในประเทศเป็นเป้าหมายหลัก โดยการเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาและให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างคนไทยให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสันติสุขเพื่อมุ่งเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของคนในสังคมบนฐานของความมีเหตุมีผล ดำรงชีวิตอย่างมั่นคงทั้งในระดับครอบครัวและชุมชน ส่งเสริมการดำรงชีวิตที่มีความปลอดภัยและอยู่บนพื้นฐานของความยุติธรรมในสังคม เสริมสร้างจิตสำนักด้านสิทธิและหน้าที่ของพลเมือง และความตระหนักถึงคุณค่าและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เพื่อลดความขัดแย้ง เพื่อมุ่งสู่การสร้าง “ความสุข” ให้เกิดขึ้น ซึ่งเมื่อคนในระดับปัจเจกมีความสุขแล้วก็จะส่งผลให้ชุมชนมีความสุข จากชุมชนก็จะขยายผลไปยังสถาบันต่างๆ ละรวมไปถึงระดับประเทศในที่สุด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,2550) นักบัญชีเป็นทรัพยามนุษย์กลุ่มหนึ่งในการพัฒนาประเทศอีกทั้งงานด้านการบัญชีมีเป็นงานที่มีความซับซ้อนมีโอกาสเผชิญกับความเครียดหรือระดับความสุขที่น้อยกว่าอาชีพบางประเภท หากนักบัญชีมีระดับความสุขในการทำงานจะช่วยสนับสนุนให้การทำงานด้านบัญชีมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ระดับความสุขของนักบัญชีอาจมาจากปัจจัยสภาพแวดล้อมทั้งในและนอกองค์การ และปัจจัยส่วนบุคคล ดังที่ กัณฐิกา ชัยสวัสดิ์ ชัยสวัสดิ์ ได้กล่าวว่า ความสุขเป็นสิ่งทีนำไปสู่การมีสุขภาวะ (Well – being) และการมีคุณภาพชีวิต (Quality of Life) ที่ดีเป็นความปรารถนาสูงสุดของมนุษย์ ซึ่งความสุขนั้น ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ 1) ความพึงพอใจในชีวิต 2) ระดับของอารมณ์ทางบวกหรือความเบิกบานใจ 3) ระดับของอารมณ์ทางลบในขณะนั้นเช่นความซึมเศร้าและความวิตกกังวล

คุณัชญ์ สงขาว (2550) กล่าวว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสุขไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านเงินทอง หรือรายได้เสมอไป ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสุขอย่างแท้จริง คือปัจจัยภายใน คือ ทางด้านจิตใจ มีสภาพจิตใจที่เป็น

ปกติ การมีเวลาอยู่กับครอบครัว ส่วนปัจจัยภายนอก เช่น ปัจจัยสี่ ความมั่นคงในชีวิต ชุมชนเข้มแข็ง สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ถ้ารู้จักการประมาณในการใช้ปัจจัยภายนอก การดำเนินชีวิตก็จะมีความสุขสมบูรณ์

Veenhoven (1995) ได้ให้ความหมายความสุขว่า เป็นการประเมินคุณภาพชีวิตเป็นส่วนที่น่าพอใจ ดังนั้นบุคคลที่มีประสบการณ์ทางอารมณ์ที่ดีมีความสนุกสนานยินดีก็มีแนวโน้มว่าจะรับรู้เกี่ยวกับชีวิตของตนเองว่ามีความน่าพึงพอใจและน่าพึงปรารถนาอันเป็นภาวะที่จะทำให้บุคคล ประเมินว่ามีความสุข บุคคลที่ไม่มีความสุขจะประเมินองค์ประกอบชีวิตส่วนใหญ่ว่าไม่น่าพึงปรารถนา ไม่น่าพึงพอใจ

ตามที่กล่าวข้างต้นนี้ส่งผลให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงระดับความสุขและการจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานด้านการบัญชีในองค์กรของนักบัญชี เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานด้านบัญชีของนักบัญชี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสุขในการทำงานของนักบัญชี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะของนักบัญชีกับระดับความสุขในการทำงานภายในองค์กรของนักบัญชี
3. เพื่อสำรวจวิธีการจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานภายในองค์กรของนักบัญชี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบัญชีที่ทำงานในองค์กรที่มีที่ตั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวบรวมข้อมูลจากโดยใช้แบบสอบถามโดยส่งไปยังพนักงานบัญชีที่ทำงานในองค์กรที่มีที่ตั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้รับการตอบกลับจำนวน 158 คน ได้แก่พนักงานบัญชีในกรุงเทพมหานคร จำนวน 79 คน และพนักงานบัญชีในเขตปริมณฑล จำนวน 79 คน

การทดสอบสมมติฐาน

ทักษะวิชาชีพทางบัญชี ได้แก่ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร และทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ เป็นทักษะที่สะท้อนว่าบุคคลนั้นพร้อมจะเป็นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่สามารถประกอบสามารถประกอบอาชีพซึ่งปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนได้ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2560) โดยทักษะดังกล่าวย่อมทำให้นักบัญชีประกอบด้วยความสุขและพึงพอใจต่องานด้านการบัญชีที่ตนเองปฏิบัติ (คุณัชญ์ สงขาว, 2550 และ Veenhoven, 1995) นำไปสู่สมมติฐานวิจัย ดังนี้

H 1 : ทักษะทางปัญญามีความสัมพันธ์กับต่อระดับความสุขในการทำงาน

H 2 : ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงานมีความสัมพันธ์กับระดับความสุขในการทำงาน

H 3 : ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคลมีความสัมพันธ์กับระดับความสุขในการทำงาน

H 4 : ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับระดับความสุข ในการทำงาน

H 5 : ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับระดับความสุข ในการทำงาน

งานวิจัยนี้ทดสอบความสัมพันธ์ข้างต้นโดยใช้ตัวแบบสหสัมพันธ์พหุคูณ และมีการกำหนดตัวแปรและการวัดค่าดังนี้

ตัวแปรต้น *ได้แก่*

ทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills) วัดค่าโดยคะแนนเฉลี่ยจาก 3 ข้อคำถามเป็น Likert Scale 1-5 (น้อยที่สุด-มากที่สุด)

ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน (Technical Skills) วัดค่าโดย วัดค่าโดยคะแนนเฉลี่ยจาก เป็น 3 ข้อคำถาม เป็น Likert Scale 1-5 (น้อยที่สุด-มากที่สุด)

ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (Personal Skills) วัดค่าโดย วัดค่าโดยคะแนนเฉลี่ยจาก 5 ข้อคำถาม เป็น Likert Scale 1-5 (น้อยที่สุด-มากที่สุด)

ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร (Interpersonal and Communication Skill) วัดค่าโดยวัดค่าโดยคะแนนเฉลี่ยจาก 4 ข้อคำถาม เป็น Likert Scale 1-5 (น้อยที่สุด-มากที่สุด)

ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ (Organization Skills) วัดค่าโดย คะแนนเฉลี่ยจาก 3 ข้อคำถาม เป็น Likert Scale 1-5 (น้อยที่สุด-มากที่สุด)

ตัวแปรควบคุม *ได้แก่*

ที่ตั้งขององค์กรเป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สะท้อนสะดวกสบายขององค์กร โดยหากนักบัญชีปฏิบัติงานในองค์กรที่อยู่ในเมืองหลวงได้แก่กรุงเทพ ซึ่งจะมีสภาพแวดล้อมในกระบวนการทำงานที่อาจมีโอกาสในการเกิดอุปสรรคในการทำงาน อันเนื่องมาจากการการติดต่อสื่อสาร การเดินทาง หรือความแออัดของสถานที่มากกว่าองค์กรที่ตั้งอยู่รอบนอกกรุงเทพฯ งานวิจัยนี้จึงใช้ตัวแปรที่ตั้งองค์กรเป็นปัจจัยควบคุมเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะวิชาชีพกับระดับความสุขในการทำงาน ตัวแปรวัดค่าดังนี้

ที่ตั้งขององค์กร (Location) วัดค่าโดย กรุงเทพฯ = 1 ปริมณฑล = 0

นอกจากนี้ปัจจัยที่อาจสร้างความกดดันให้แก่นักบัญชีในการปฏิบัติงานได้แก่ รายได้ของนักบัญชี โดยผู้มีระดับอัตราค่าตอบแทนหรือเงินเดือนสูงย่อมมีโอกาสในการใช้เงินในการแก้ปัญหาในการทำงานได้มากกว่า ทำให้มีโอกาสลดความตึงเครียด หรืออุปสรรคมากกว่านักบัญชีที่มีเงินเดือนในระดับน้อยกว่า ใน

งานวิจัยนี้จึงใช้ตัวแปรรายได้ของนักบัญชีเป็นปัจจัยควบคุมเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะวิชาชีพกับระดับความสุขของนักบัญชี ตัวแปรวัดค่าดังนี้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Revenue) วัดค่าโดย น้อยกว่า 10,000-15,000 บาท =1; 15,001-20,000 บาท = 2; 20,001-30,000 =3; 30,000 บาทขึ้นไป = 4

ตัวแปรตาม *ได้แก่ ระดับความสุขในการทำงาน (Happiness in working)* วัดค่าโดย คะแนนเฉลี่ยจาก 9 ข้อคำถาม เป็น Likert Scale 1-5 (น้อยที่สุด-มากที่สุด) ระดับความสุขในการทำงาน แบ่งช่วงชั้นดังนี้ (คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด)/จำนวนชั้น โดยคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 = ระดับมากที่สุด ; 3.41 – 4.20 = ระดับมาก; 2.61 – 3.40 = ระดับปานกลาง; 1.81 – 2.60 = ระดับน้อย;1.00 – 1.80 = ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานของแต่ละข้อมูลส่วนบุคคล (n=158)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
เพศ			
ชาย	31	19.6	3.9213
หญิง	127	80.4	4.0346
ลักษณะขององค์กร			
ภาครัฐ	6	3.8	4.4083
เอกชน	152	96.2	3.9968
ที่ตั้งขององค์กร			
กรุงเทพมหานคร	79	50.0	3.9144
ปริมณฑล	79	50.0	4.1104
ระดับตำแหน่งงาน			
ระดับหัวหน้างาน	85	53.8	4.0895
ระดับพนักงาน	73	46.2	3.9226

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักบัญชี (1) เป็นเพศหญิง 127 คน คิดเป็นร้อยละ 80.4 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 4.0346 และเพศชาย 31 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 3.9213 (2) นักบัญชีส่วนใหญ่ทำงานในองค์กรเอกชน จำนวน 152 คน เป็นร้อยละ 96.2 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 3.9968 และนักบัญชีที่ทำงานกับภาครัฐ จำนวน 6 คน ร้อยละ 3.8 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 4.4083 (3) นักบัญชีทำงานที่ปริมณฑลเป็นจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 4.1104

และทำงานที่กรุงเทพมหานครเป็นจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 3.9144 (4) นักบัญชีที่มีตำแหน่งงานเป็นระดับหัวหน้างาน จำนวน 85 คน เป็นร้อยละ 53.8 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 4.0895 และ (5) นักบัญชีที่มีตำแหน่งงานเป็นระดับพนักงาน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 3.9226

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานแยกตามอาชีพและช่วงรายได้ (n=158)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ค่าน้อยที่สุด	ค่ามากที่สุด
อาชีพ					
พนักงานบัญชี	132	83.5	3.9954	1.67	5.00
ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษี	2	1.3	4.1650	4.11	4.22
ผู้ตรวจสอบบัญชี	8	5.1	4.0700	2.33	4.67
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	6	3.8	3.8167	3.00	5.00
ที่ปรึกษาทางบัญชี	5	3.2	4.4460	3.89	4.78
นักบัญชีอิสระ	5	3.2	4.1100	3.78	4.44
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
น้อยกว่า10,000-15,000 บาท	18	11.4	3.8083	1.67	4.89
15,001-20,000 บาท	32	20.3	3.8541	3.00	4.89
20,001-30,000 บาท	28	17.7	4.0207	3.00	5.00
30,000 บาทขึ้นไป	80	50.6	4.1188	2.33	5.00

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักบัญชี จำนวน 158 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้ ตารางที่ 2 พบว่า พนักงานบัญชี จำนวน 132 คน ร้อยละ 83.5 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 3.9954 รองลงมาคือ ผู้ตรวจสอบบัญชี จำนวน 8 คน ร้อยละ 5.1 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 4.0700 และผู้สอบบัญชีรับอนุญาต จำนวน 6 คน เป็นร้อยละ 3.8 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 3.8167 ที่ปรึกษาทางบัญชี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 4.4460 นักบัญชีอิสระ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 4.1100 ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษี จำนวน 2 คน ร้อยละ 1.3 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 4.1650

สำหรับระดับความสุขของนักบัญชีแยกตามช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักบัญชีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 4.1188 รองลงมา คือ รายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 32 คน เป็นร้อยละ 20.3 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 3.8541 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการ

ทำงานอยู่ที่ 4.0207 และรายได้ น้อยกว่า10,000-15,000 บาท จำนวน 18 คน มีร้อยละอยู่ที่ 11.4 มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 3.8083

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสุขในการทำงาน (n=158)

แบบสอบถามเกี่ยวกับความสุขในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสุข
1. ความสุขจากการได้รับความร่วมมือ/ความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน	4.0759	0.68230	มาก
2. ความสุขจากการได้รับการดูแลจากเพื่อนร่วมงาน เมื่อท่านไม่สบาย	3.8165	0.84340	มาก
3. ความสุขจากการพูดคุยอย่างเป็นมิตรกับเพื่อนร่วมงานในระหว่างทำงาน	4.2278	0.71293	มากที่สุด
4. ความสุขจากการสังสรรค์ในเวลาพักกับเพื่อนร่วมงาน	3.9304	0.86780	มาก
5. ความสุขจากการให้ความช่วยเหลือ เมื่อผู้ร่วมงานต้องการความช่วยเหลือ	4.2468	0.65508	มากที่สุด
6. ความสุขจากการที่ผู้ร่วมงานให้ความช่วยเหลือท่าน เมื่อท่านเกิดปัญหาในการทำงาน	4.0253	0.71338	มาก
7. ความสุขจากการรู้สึกรักและผูกพันกับหัวหน้างานในองค์กรที่ปฏิบัติในปัจจุบัน	3.8544	0.92953	มาก
8. ความสุขจากการรู้สึกรักและผูกพันกับเพื่อนร่วมงานในองค์กรที่ปฏิบัติในปัจจุบัน	4.0000	0.75713	มาก
9. ความสุขจากการได้ทำงานร่วมกับผู้ร่วมงานในองค์กร	3.9304	0.79902	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความสุขจากการให้ความช่วยเหลือ เมื่อผู้ร่วมงานต้องการความช่วยเหลือ (ค่าเฉลี่ย = 4.2468, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.65508) อยู่ในระดับมากที่สุด และความสุขจากการพูดคุยอย่างเป็นมิตรกับเพื่อนร่วมงานในระหว่างทำงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.2278, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.71293) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความสุขจากการได้รับความร่วมมือ/ความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.0759, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.68230) ความสุขจากการที่ผู้ร่วมงานให้ความช่วยเหลือท่าน เมื่อท่านเกิดปัญหาในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.0253, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.71338) ความสุขจากการรู้สึกรักและผูกพันกับเพื่อนร่วมงานในองค์กรที่ปฏิบัติในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย = 4.0000, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.75713) ความสุขจากการสังสรรค์ในเวลาพักกับเพื่อนร่วมงาน (ค่าเฉลี่ย = 3.9304, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.86780) ความสุขจากการได้ทำงานร่วมกับผู้ร่วมงานในองค์กร (ค่าเฉลี่ย = 3.9304, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.79902) ความสุขจากการรู้สึกรักและผูกพันกับหัวหน้างานในองค์กรที่ปฏิบัติในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย = 3.8544, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.92953) และความสุขจากการได้รับการดูแลจากเพื่อนร่วมงาน เมื่อท่านไม่สบาย (ค่าเฉลี่ย = 3.8165, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.84340) ซึ่งอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทักษะในการทำงาน (n=158)

ระดับทักษะวิชาชีพของนักบัญชี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสุข
1. ทักษะทางปัญญา	3.9247	0.57161	มาก
2. ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน	4.0761	0.58054	มาก
3. ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล	4.1684	0.51004	มาก
4. ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	4.1297	0.52692	มาก
5. ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ	3.8418	0.64822	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (ค่าเฉลี่ย = 4.1684, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.51004) ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย = 4.1297, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.52692) ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.0761, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.58054) ทักษะทางปัญญา (ค่าเฉลี่ย = 3.9247, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.57161) ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย = 3.8418, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.64822) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการปัญหาและอุปสรรค (n=158)

การจัดการปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสุข
1. การจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานด้วยการ “ไปเที่ยวกับเพื่อน”	3.2595	1.04168	ปานกลาง
2. การจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานด้วยการ “ไปเที่ยวต่างประเทศ”	2.5823	1.17411	น้อย
3. การจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานด้วยการ “เลี้ยงสัตว์”	2.6013	1.24122	น้อย
4. การจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานด้วยการ “ไป ช้อปปิ้ง”	3.4367	1.13111	มาก
5. การจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานด้วยการ “ออกกำลังกาย”	3.2152	1.13621	ปานกลาง
6. การจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานด้วยการ “ดูหนัง”	3.2278	1.13933	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 พบว่า การจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานด้วยการ “ไปช้อปปิ้ง” (ค่าเฉลี่ย = 3.4367, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.13111) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานด้วยการ “ไปเที่ยวกับเพื่อน” (ค่าเฉลี่ย = 3.2595, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.04168) การจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานด้วยการ “ดูหนัง” (ค่าเฉลี่ย = 3.2278, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.13933) การจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานด้วยการ “ออกกำลังกาย” (ค่าเฉลี่ย = 3.2152, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.13621) อยู่ในระดับปานกลาง และการจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานด้วยการ “เลี้ยงสัตว์” (ค่าเฉลี่ย = 2.6013, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.24122) การจัดการปัญหาและอุปสรรคในการ

ทำงานด้วยการ “ไปเที่ยวต่างประเทศ” (ค่าเฉลี่ย = 2.5823, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.17411) อยู่ในระดับน้อย

นอกจากนั้นมีการสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับ วิธีการจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของนักบัญชีที่ปรากฏในตารางที่ 5 พบว่า วิธีการจัดการปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของนักบัญชี 3 อันดับแรก คือ การปรึกษาประชุมพูดคุยและระดมสมอง จำนวน 21 คน (ร้อยละ 13.29) รองลงมาคือ ทำกิจกรรมต่างๆที่สนใจ อาทิเช่น ร้องเพลง ปลูกต้นไม้ ฯลฯ 19 คน (ร้อยละ12.03) คิดหาสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาและตัดสินใจลงมือแก้ปัญหา จำนวน 16 คน (ร้อยละ6.96)

ตารางที่ 6 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะในการทำงานกับระดับความสุขในการทำงาน (n=158)

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
ตัวแปรอิสระ	β	Std.Error	Beta	t	Sig
(Constant)	0.870	0.342		2.549	0.012
ทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)	0.287	0.092	0.284	3.113	**0.002*****
ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน (Technical Skills)	0.163	0.084	0.164	1.940	**0.054**
ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (Personal Skills)	-0.069	0.115	-0.061	-0.602	0.548
ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร (Interpersonal and Communication Skills)	0.387	0.117	0.354	3.300	**0.001*****
ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ (Organization Skills)	-0.067	0.081	-0.075	-0.824	0.411
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Revenue)	0.071	0.037	0.132	1.909	0.058
ที่ตั้งองค์กร (Location)	0.053	0.077	0.046	0.690	0.491

F-test = 13.942 ; Sig =0.000*** ระดับนัยสำคัญ 0.01*** 0.05** ตัวแปรตาม คือ ความสุขในการทำงาน (Happiness in working)

จากตารางที่ 7 พบว่า ทักษะทางปัญญา (t = 3.113; sig = 0.002) และทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร (t = 3.300; sig = 0.001) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงาน โดยระดับทักษะวิชาชีพของนักบัญชีทั้ง 2 ทักษะมีระดับสูง ส่งผลให้ความสุขในการทำงานมีระดับสูงตามไปด้วย ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน (t = 1.940; sig = 0.054) ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (t = -0.602; sig = 0.548) และทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ (t = -0.824; sig = 0.411) ไม่พบความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงาน รวมถึงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (t = 1.909; sig = 0.058) และที่ตั้งองค์กร (t = 0.690; sig = 0.491) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความสุขในการทำงาน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานความสุขในการทำงานมี 5 ตัวแปร คือ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร และทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่งผลกระทบในทิศทางบวกกับความสุขในการทำงาน ชี้ให้เห็นว่าคนที่ทำงานด้านบัญชีพบว่า ทักษะทางปัญญา และทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงาน โดยระดับทักษะวิชาชีพของนักบัญชีทั้ง 2 ทักษะมีระดับสูง ส่งผลให้ความสุขในการทำงานมีระดับสูงขึ้นตามไปด้วย ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล และทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ ส่งผลให้ความสุขในการทำงานลดลง และด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมถึงที่ตั้งองค์กร ไม่ได้ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน

จากผลการศึกษาพบว่า ด้านอาชีพที่มีระดับความสุขที่สูงสุดได้แก่ ที่ปรึกษาทางบัญชีมีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 4.4460 ช่วงรายได้ของนักบัญชีที่มีความสุขสูงสุดได้แก่ ช่วงรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความสุขในการทำงานอยู่ที่ 4.1188 นอกจากนั้นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อระดับความสุขในการทำงาน ได้แก่ ทักษะทางปัญญา และทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร

จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างทักษะวิชาชีพกับระดับความสุขของนักบัญชีมีความเห็นว่า ทักษะทางปัญญา และทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขในการทำงานซึ่งข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิดาภา ดีสุขอนันต์และคณะ(2558) ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของนักบัญชีมืออาชีพที่มีผลต่อสมรรถนะของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับวิจัยของ ลลิตา พิมทาและคณะ(2562) ที่ศึกษาเรื่องการผลกระทบของจริยธรรมทางการบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชีบริษัทในจังหวัดร้อยเอ็ด

ข้อเสนอแนะจากผลวิจัย

องค์การควรให้ความสำคัญในการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพของนักบัญชีได้แก่ ทักษะด้านปัญญา และทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร เพื่อสนับสนุนให้พนักงานบัญชีมีความสุขในการทำงาน

เอกสารอ้างอิง

กัณฐิกา ชัยสวัสดิ์. (2546). *ภาวะความสุขและปัจจัยที่เกี่ยวข้องของหญิงตั้งครรภ์ ที่มาฝากครรภ์ ณ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์*. วิทยานิพนธ์ คพ.ศ. (สุขภาพจิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คุณัชญ์ สงขาว. (2550). *การสำรวจและประเมินระดับความสุขของประชาชน : ศึกษาในกรณีองค์การบริหารส่วนตำบลกะเปา อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. ปริญญานิพนธ์

รป.ม. (การปกครองท้องถิ่น). ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

จงจิต เลิศวิบูลย์มงคล. (2546). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เสริมสร้างพลังอำนาจในงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับความสุขในการทำงานของพยาบาลประจำการโรงพยาบาล มหาวิทยาลัยของรัฐ*.วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหาร การพยาบาล, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชนิดาภา ดีสุขอนันต์ และ จันทร์เพ็ญ กสิกิจนำชัย. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของนักบัญชีมืออาชีพที่มีต่อสมรรถนะของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 7-11.

พนิดา คะชา. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสุขในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลศูนย์ในเขตภาคตะวันออก*.วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการพยาบาล, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ภิญโญ สาธร. (2546). *หลักการบริหารการศึกษา.* พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช

รวมศิริ เมนะโพธิ. (2550). *เครื่องมือวัดการทำงานอย่างมีความสุข:กรณีศึกษานักศึกษาภาคพิเศษระดับปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.* สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ลลิตา พิมทา และ บุญช่วง ศรีธรราษฎร์. (2562). ผลกระทบของจริยธรรมทางการบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชีบริษัทในจังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารการจัดการธุรกิจมหาวิทยาลัยบูรพา*, 8(2), 120-141.

ศิรินทิพย์ ผอมน้อย. (2551). *ความสุขในการทำงาน.* สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2562,จาก https://www.oknation.net/

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2560). *ทักษะความรู้ความสามารถด้านการบัญชี.* สืบค้นเมื่อ10 สิงหาคม 2562, จาก https://www.fap.co.th/

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.* สืบค้นวันที่ 4 สิงหาคม 2562, จาก https://www.nesdb.go.th/

Manion, J. (2003). *Joy at work: Creating a positive workplace.* Journal of Nursing Administration, 33(12), 652-655.

Veenhoven, R. (1995). *The Cross - National pattern of happiness*. Test of predictions implied in three theories in happiness. Social Indicators Research, 34, 33 - 51.

Warr, P. (2007). *Work, happiness, and unhappiness*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

ทางเลือกในการประกอบอาชีพของนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิต ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน

Choice of Occupation of the Fourth Year Students in Bachelor Degree in Accountancy in Public and Private university

กัญญารัตน์ ตาลิก*
Kanyarat Talik*
ณัชชา ธนกิจดำรง*
Nutcha Thanakitdamrong*
ณัฐสุดา บัวจอม*
Natsuda Buachom*
สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*
Program of Accountancy, Faculty of Management Science, Silpakorn University*
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล**
Assistant Professor Dr. Issaraporn Thanupon**
Faculty of Management Science, Silpakorn University**
E-mail: issaraporn@ms.su.ac.th**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบทักษะวิชาชีพของนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิตระหว่างมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน 2) ศึกษาเปรียบเทียบทักษะวิชาชีพของนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิตระหว่างแต่ละทางเลือกในการประกอบอาชีพ งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามส่งไปยังนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิต จำนวน 308 ราย งานวิจัยนี้ทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติ t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัย พบว่า สถานะมหาวิทยาลัยของนักศึกษา (รัฐ/เอกชน) มีทักษะวิชาชีพทางด้านปัญญาแตกต่างกัน นักศึกษาที่วางแผนทางเลือกในการประกอบอาชีพที่ต่างกันมีระดับทักษะวิชาชีพบัญชีในด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่ ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล และทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจแตกต่างกัน

คำสำคัญ : ทางเลือกในการประกอบอาชีพของนักศึกษาบัญชี ทักษะวิชาชีพบัญชี

Abstract

The objectives of this research were (1) to compare profession skill of the fourth year students in bachelor degree in accountancy between public university and private university. (2) to compare profession skill of the fourth year students in bachelor degree in accountancy among choices for occupation. Primary data were gathered from the fourth year students in bachelor degree in accountancy in public and private university by questionnaires, the response were totally 308 persons. This research used t-test and One-way ANOVA for testing the relationship.

It was found that status of university, in public university or private university, affected to accounting profession skill differently. The students who planned differently for choosing of occupation, different level of profession skill in technical and functional skills, personal skills and organizational and business management skills.

Keywords: Choice of occupation of accounting student, Accounting professional skills

บทความ

บทนำ

หลักสูตรที่เป็นที่นิยมของคนไทยหลักสูตรหนึ่งคือหลักสูตรบัญชีบัณฑิตซึ่งถือเป็นหลักสูตรอันดับต้นๆของประเทศไทยและของโลกที่มีผู้คนให้ความสนใจและเข้าศึกษากันเป็นจำนวนมากเนื่องด้วยบัญชีคืออาชีพที่มีความต้องการอย่างมากของตลาดแรงงาน สภาวิชาชีพในพระบรมราชูปถัมภ์ (2538) ได้กำหนดคำจำกัดความของคำว่าการบัญชีโดยสะท้อนว่านักบัญชีจำเป็นที่จะต้องมีความสามารถในการจัดทำบัญชีที่เป็นระเบียบ มีความรู้ความสามารถและมีจริยธรรมที่ดี มีความโปร่งใสและซื่อสัตย์สุจริตเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงานตามทักษะวิชาชีพทางบัญชีที่สภาวิชาชีพกำหนไว้ โดยสภาวิชาชีพได้กำหนดทักษะวิชาชีพทางบัญชีไว้อันประกอบด้วย (1) ทักษะทางปัญญา (Intellectual Skills) (2)ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน (Technical and Functional Skills) (3) ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (Personal Skills) (4) ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร (Interpersonal and Communication Skills) (5) ทักษะวิชาชีพด้านทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ (Organizational and Business Management Skills) (คณะกรรมการวิชาชีพบัญชีด้านการศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี สภาวิชาชีพบัญชี, 2550)

ในแต่ละปีการศึกษามีผู้สำเร็จการศึกษาบัญชีบัณฑิตจากสถาบันการระดับอุดมศึกษาทั่วประเทศจำนวนมากและมีความเพียงพอต่อความต้องการของตลาดแรงงาน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2562) ระบุจำนวนบัญชีบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในปี 2562 มีจำนวนถึง 13,265 คน โดยเป็นบัณฑิตที่สำเร็จจากสถาบันการศึกษาของภาครัฐจำนวนร้อยละ 64.13 และจากสถาบันการศึกษาเอกชน ร้อยละ 35.87 จากอัตราการจบใหม่ของนักศึกษาบัญชีบัณฑิตมีจำนวนพอต่อความต้องการของตลาดแรงงานนั้นกอปรกับหลักสูตรบัญชีบัณฑิตมีนักศึกษาสนใจเข้าศึกษาในหลักสูตรนี้ตามมหาวิทยาลัยทั่วประเทศมีจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้นักศึกษาบัญชีที่จบใหม่ต้องแข่งขันกับนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยอื่นๆเพื่อเลือกเข้าประกอบอาชีพทางสายที่ตนเองสนใจ แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันสะท้อนว่าเกิดสภาวะการแข่งขันสูงในตลาดแรงงานในปัจจุบัน โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559) ระบุว่าทั่วประเทศมีอัตราผู้ว่างงานกว่า 350,000 คน ขณะที่ในแต่ละปีจะมีบัณฑิตจบใหม่กว่า 4 แสนคนจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ ทำให้บัณฑิตที่พึ่งจบจากรั้วมหาวิทยาลัยต้องพัฒนาตัวเองให้เป็นที่ยอมรับจากบริษัทห้างร้านและองค์กรต่างๆ และ แสงเดือน ตั้งธรรมสถิตย์ (2562) กล่าวว่านิสิต นักศึกษากว่า 86% ไม่เชื่อมั่นในศักยภาพและทักษะของตนเองแต่พร้อมที่จะพัฒนาภายใต้การชี้แนะจากผู้มีประสบการณ์ ภาครัฐและสถานศึกษาไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยควรมีนโยบายในการพัฒนาทักษะโดยสอดแทรกลงในบทเรียน หรือเป็นการแนะแนวนอกเวลาเรียน เพื่อให้เป็นทักษะติดตัวที่นอกเหนือจากวิชาเรียนปกติและพร้อมสำหรับการแข่งขันในตลาดแรงงานหลังจบการศึกษา ดังนั้นหากผู้จบการศึกษาใหม่ด้านการบัญชีทราบสถานการณ์ความต้องการของสถานประกอบการในคุณสมบัติด้านทักษะวิชาชีพของนักบัญชีจะช่วยข้อมูลในการเตรียมความพร้อมให้แก่บัณฑิตในอนาคต

จากที่มาและปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับทางเลือกในการประกอบอาชีพของนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิตในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนเพื่อเป็นแนวทางให้นักศึกษาบัญชีบัณฑิตที่กำลังจะจบการศึกษาให้ได้ทราบถึงแนวโน้มของคู่แข่งในแต่ละสายงานอาชีพที่ตนเองสนใจและทักษะทางวิชาชีพทางบัญชีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนอื่นๆ เพื่อนำไปเปรียบเทียบและสามารถพัฒนาทักษะความรู้ทางบัญชีของตนเองให้มีความพร้อมต่อการประกอบอาชีพในอนาคตให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบทักษะวิชาชีพของนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิต ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน
2. เพื่อเปรียบเทียบทักษะวิชาชีพของนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิตในแต่ละทางเลือกในการวางแผนการประกอบอาชีพ

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บข้อมูลจากนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนจำนวน 27 สถาบัน แบ่งเป็นภาครัฐ 19 แห่ง ภาคเอกชน 8 แห่ง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์รวมทั้งสิ้น 308 ชุด แบ่งเป็นภาครัฐ 229 ชุด ภาคเอกชน 79 ชุด

ตัวแปรและการวัดค่า นักศึกษาในหลักสูตรบัญชีบัณฑิตในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนมีการกำกับหลักสูตรโดยสภาวิชาชีพบัญชีดังนั้น ทักษะวิชาชีพของนักศึกษาสังกัดมหาวิทยาลัยเอกชนจึงไม่แตกต่างจากทักษะวิชาชีพนักศึกษาสังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐ งานวิจัยจึงศึกษาเปรียบเทียบระดับทักษะวิชาชีพ 5 ด้าน ระหว่างกลุ่มนักศึกษาภาคเอกชนและภาครัฐ และในแต่ละทางเลือกอาชีพในอนาคตที่นักศึกษาได้วางแผนไว้จะเป็นปัจจัยผลักดันให้นักศึกษาเครื่องมือช่วยกำหนดความก้าวหน้าในการงาน และพัฒนาตนเองให้บรรลุเป้าหมายในอาชีพของตนเองได้ดี ให้มีทักษะเหมาะสมกับอาชีพที่ตนเองต้องการในอนาคต (บุญอนันต์ พินัยทรัพย์, 2548 และ Holland, 1973) จึงมีการศึกษาเปรียบเทียบระดับทักษะวิชาชีพ 5 ด้าน ระหว่างกลุ่มอาชีพที่นักศึกษาได้วางแผนทางเลือกไว้ โดยวัดค่าตัวแปรดังนี้

- *ปัจจัยด้านสถานะของมหาวิทยาลัย*ที่นักศึกษาสังกัด วัดค่าโดย ภาครัฐ = 1 ภาคเอกชน = 2

- *ทางเลือกในการวางแผนการประกอบอาชีพ* วัดค่าโดย ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต =1 นักบัญชีในภาคเอกชน = 2 นักบัญชีในภาครัฐ=3 ธุรกิจส่วนตัว(ทำบัญชีเอง)=4 สายงานอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับบัญชี=5 และสายงานบัญชีอื่นๆ =6

- *ทักษะวิชาชีพบัญชี*

นักบัญชีจำเป็นที่จะต้องมีความสามารถในการจัดทำบัญชีที่เป็นระเบียบ มีความรู้ความสามารถเพื่อความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงานตามทักษะวิชาชีพทางบัญชีที่สภาวิชาชีพกำหนดไว้ โดยในงานวิจัยนี้วัดทักษะวิชาชีพทาง

บัญชี 5 ด้าน อันประกอบด้วย (1) ทักษะทางปัญญา (Intellectual Skills) (2)ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน (Technical and Functional Skills) (3) ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (Personal Skills) (4) ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร (Interpersonal and Communication Skills) (5) ทักษะวิชาชีพด้านทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ (Organizational and Business Management Skills) (คณะกรรมการวิชาชีพบัญชีด้านการศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี สภาวิชาชีพบัญชี, 2550) โดยวัดค่าดังนี้

- ***ด้านทักษะทางปัญญา*** ใช้ข้อคำถามความรู้บัญชี จำนวน 12 ข้อ วัดค่าผลรวมคะแนนรวม ถูก=1 ผิด =0 (คะแนนเต็ม 12) คำนวณค่าทักษะทางปัญญา = (คะแนนที่ได้/12) * 5 คะแนน
- ทักษะวิชาชีพบัญชีด้านอื่นๆ ได้แก่ *ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่* (ข้อคำถาม 4 ข้อ) *ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล* (ข้อคำถาม 8 ข้อ) *ทักษะทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร* (ข้อคำถาม 4 ข้อ) *ทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ* (ข้อคำถาม 4 ข้อ) ทักษะวิชาชีพแต่ละด้านข้างต้น วัดค่าโดยใช้ค่าเฉลี่ยของข้อคำถามรวมในทักษะแต่ละด้าน ให้คะแนน Likert scale 1-5 (น้อยที่สุด – มากที่สุด)

วิเคราะห์และอภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระดับ 3.01- 3.50 ในสังกัดภาครัฐ ภูมิภาคกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทางเลือกในการประกอบอาชีพในอนาคต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจเลือกประกอบอาชีพมากที่สุด 6 อันดับ ตามรายละเอียดแสดงตารางที่ 1

ตารางที่ 1: จำนวน ร้อยละ ของทางเลือกในการประกอบอาชีพในอนาคต

อันดับที่	ทางเลือกในการประกอบอาชีพในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
1	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	128 คน	41.60%
2	นักบัญชีในภาคเอกชน	52 คน	16.90%
3	นักบัญชีในภาครัฐ	41 คน	13.30%
4	ธุรกิจส่วนตัว (ทำบัญชีเอง)	26 คน	8.40%
5	สายงานอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับบัญชี	21 คน	6.80%
6	สายงานบัญชีอื่นๆ*	40 คน	13.00%
รวม		308 คน	100%

หมายเหตุ : * สายงานบัญชีอื่นๆประกอบด้วย 5 อาชีพ ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษี ครู/อาจารย์/ติวเตอร์(สอนวิชาบัญชี) นักเขียนโปรแกรมทางบัญชี พนักงานธนาคาร ที่ปรึกษาทางบัญชี และนักบัญชีต้นทุน โดยที่ค่าเฉลี่ยแต่ละอาชีพมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 0.05 ดังนั้นผู้จัดทำจึงจัดให้อยู่กลุ่มเดียวกัน

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ ร้อยละ ของจำนวนนักศึกษา 308 คน พบว่า นักศึกษามีทางเลือกในการประกอบอาชีพในอนาคต คือ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตมากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 41.60 และรองลงมาเป็น นักบัญชีในภาคเอกชนจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 นักบัญชีในภาครัฐจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 ธุรกิจส่วนตัว(ทำบัญชีเอง)จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 สายงานอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับบัญชีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และสายงานบัญชีอื่นๆ* จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ จากผลดังกล่าว นักศึกษาโดยส่วนใหญ่เลือกที่จะประกอบอาชีพเป็นผู้สอบบัญชีอาจเนื่องมาจากอาชีพดังกล่าวสามารถสร้างรายได้จำนวนมากและสามารถประกอบอาชีพแบบอิสระได้ และสำหรับอาชีพนักบัญชีในภาครัฐนักศึกษาที่เลือกอาชีพดังกล่าวอาจชอบความมั่นคงและมีความเสี่ยงต่อความผันผวนของรายได้น้อย สอดคล้องกับงานวิจัย นางสาวรวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชี กับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า สายงานทางด้านอาชีพผู้สอบบัญชีได้รับความนิยมเป็นอย่างมากของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เนื่องมาจาก เป็นอาชีพที่มีผลตอบแทนสูง มีความเหมาะสมของเงินเดือนที่ได้รับกับระดับผลการศึกษาและความรู้ความสามารถ เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงในหน้าที่การงานและมีโอกาสเติบโตในอนาคตสูง แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัย สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2559) ศึกษาเกี่ยวกับการเลือกประกอบอาชีพของบัญชีบัณฑิตไทย จำนวนบัญชีบัณฑิต 1,235 คนที่สำเร็จการศึกษาตั้งแต่ปี 2554 – 2556 จากจำนวนทั้งหมดมีผู้อยู่ในสถานะทำงานจำนวน 1,050 คน โดย 732คน หรือร้อยละ69.7 ทำงานด้านบัญชี และร้อยละ 30.3 ไม่ได้ทำงานด้านบัญชี โดยประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ทำงานด้านบัญชี หรือ ร้อยละ 50.4 ปฏิบัติงานในตำแหน่งผู้ทำบัญชี และเพียงร้อยละ 14.1 ทำงานในสายตรวจสอบบัญชี ซึ่งจะเห็นได้ว่าถึงแม้อาชีพผู้ตรวจสอบบัญชีจะได้รับความสนใจของนักศึกษาบัญชีบัณฑิตจำนวนมาก แต่ความสำเร็จในการได้มาซึ่งอาชีพนี้มีจำนวนน้อย เพราะเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถที่ค่อนข้างสูง

ตารางที่ 2: จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามคุณลักษณะผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์

ทักษะทางวิชาชีพบัญชี	mean	S.D.	ระดับทักษะ
ทักษะด้านปัญญา : ข้อคำถามทางบัญชี 12 ข้อ (คะแนนที่ได้/คะแนนเต็ม12) * 5 คะแนน	3.64	0.72	มาก
ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่	3.65	0.77	มาก
ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล	3.94	0.76	มาก
ทักษะทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	4.05	0.66	มาก
ทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ	3.77	0.70	มาก

จากตารางที่ 2 วิเคราะห์ได้ว่า ระดับทักษะทางวิชาชีพบัญชี ได้ค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดระดับมาก คือทักษะทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 ลำดับที่สองได้แก่ ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 ลำดับที่สามได้แก่ทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 ส่วนทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ 3.65 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทักษะวิชาชีพบัญชีทางด้านทักษะทางปัญญา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะทางปัญญาโดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 8.00 เต็ม 12 คะแนน (ร้อยละ 66.67) นักศึกษาโดยเฉลี่ยมีทักษะทางปัญญาร้อยละ 66.67 จากข้อคำถามทั้งหมด สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทักษะวิชาชีพบัญชีทางด้านอื่นๆ 4 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ทักษะทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 กล่าวได้ว่า นักศึกษามีทักษะเกี่ยวกับการสื่อสารและทำงานกับบุคคลอื่นสูง อาจเนื่องจากในปัจจุบันการพัฒนาหลักสูตรกำหนดให้ทุกหลักสูตรมีการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่นโดยกำหนดให้มีกิจกรรมในหลักสูตร เช่น การส่งนักศึกษาฝึกงาน สหกิจศึกษา เป็นต้น ทำให้นักศึกษาได้รับการพัฒนาทักษะดังกล่าวในระดับสูง อีกทั้งหลักสูตรปัจจุบันมุ่งเน้นให้นักศึกษาปฏิบัติเพิ่มขึ้นมากกว่าการเรียนในชั้นเรียน ทำให้ทักษะด้านทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่ของนักศึกษามีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยนักศึกษาสามารถจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงินได้ในระดับคะแนนน้อยที่สุด 3.39 อาจเนื่องมาจากนักศึกษาเรียนหลักการของการออกรายงานทางการเงินแต่ยังไม่คุ้นเคยกับการออกรายงานทางการเงินขององค์การโดยใช้ข้อมูลจริงจึงทำให้ไม่มั่นใจในการจัดทำรายงานทางการเงิน

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบทักษะวิชาชีพของนักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน

รายการ	สังกัด	Mean	SD	t-statistics	sig.
1. ทักษะทางปัญญา	ภาครัฐ ภาคเอกชน	8.87 8.34	1.70 1.72	2.372	**0.018****
2. ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่	ภาครัฐ ภาคเอกชน	3.68 3.54	0.59 0.58	1.780	0.076
3. ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล	ภาครัฐ ภาคเอกชน	3.96 3.88	0.57 0.50	1.142	0.254
4. ทักษะทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการสื่อสาร	ภาครัฐ ภาคเอกชน	4.03 4.10	0.56 0.54	-1.008	0.314

รายการ	สังกัด	Mean	SD	t-statistics	sig.
5. ทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ	ภาครัฐ ภาคเอกชน	3.75 3.81	0.62 0.63	-0.696	0.487

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญ 0.05**

จากตารางที่ 3 พบว่า สถานะทางสังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิตส่งผลต่อทักษะทางวิชาชีพบัญชีในด้านทักษะทางปัญญา (Mean = 8.87; Mean =8.34; Sig = 0.018**) กล่าวได้ว่านักศึกษาในสังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐบาลจะมีทักษะทางปัญญามากกว่ามหาวิทยาลัยเอกชน อาจเนื่องมาจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐมีการสภาพการแข่งขันที่สูงทำให้นักศึกษาได้รับการกระตุ้นจากเพื่อนร่วมชั้นเรียนทำให้ต้องพัฒนาตนเองในด้านทักษะทางปัญญา

ตารางที่ 4 : การเปรียบเทียบทักษะวิชาชีพของนักบัญชีระหว่างทางเลือกในการประกอบอาชีพของนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิต

รายการ	อาชีพ	Mean	SD	F	sig.
1. ทักษะทางปัญญา	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต นักบัญชีในภาคเอกชน นักบัญชีในภาครัฐ ธุรกิจส่วนตัว(ทำบัญชีเอง) สายงานอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับบัญชี สายงานบัญชีอื่นๆ	9.02 8.66 8.85 8.46 8.05 8.33	1.79 1.74 1.73 1.45 1.75 1.42	2.077	0.068
2. ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต นักบัญชีในภาคเอกชน นักบัญชีในภาครัฐ ธุรกิจส่วนตัว(ทำบัญชีเอง) สายงานอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับบัญชี สายงานบัญชีอื่นๆ	3.75 3.61 3.50 3.69 3.23 3.69	0.57 0.54 0.60 0.71 0.53 0.57	3.663	**0.003*** **
3. ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต นักบัญชีในภาคเอกชน นักบัญชีในภาครัฐ ธุรกิจส่วนตัว(ทำบัญชีเอง) สายงานอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับบัญชี	4.09 3.89 3.84 3.98 3.44	0.51 0.58 0.51 0.56 0.47	6.193	**0.000*** **

รายการ	อาชีพ	Mean	SD	F	sig.
	สายงานบัญชีอื่นๆ	3.89	0.54		
4. ทักษะทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	4.15	0.53	2.191	0.055
	นักบัญชีในภาคเอกชน	3.96	0.50		
	นักบัญชีในภาครัฐ	3.93	0.61		
	ธุรกิจส่วนตัว(ทำบัญชีเอง)	4.05	0.52		
	สายงานอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับบัญชี	3.83	0.67		
	สายงานบัญชีอื่นๆ	4.06	0.56		
5. ทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	3.88	0.63	2.562	**0.007*** **
	นักบัญชีในภาคเอกชน	3.68	0.62		
	นักบัญชีในภาครัฐ	3.65	0.69		
	ธุรกิจส่วนตัว(ทำบัญชีเอง)	3.89	0.58		
	สายงานอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับบัญชี	3.48	0.66		
	สายงานบัญชีอื่นๆ	3.70	0.52		

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญ 0.01***

ตารางที่ 4 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบทักษะวิชาชีพในแต่ละทางเลือกในการประกอบอาชีพของนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิต พบว่า ทางเลือกในการประกอบอาชีพของนักศึกษาที่ต่างกันจะมีทักษะวิชาชีพบัญชีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับ 0.01 ได้แก่ **ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่** (F-test =3.663; Sig = 0.003***) โดยเมื่อทดสอบจับคู่ (LSD) พบว่า อาชีพผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจะมีทักษะดังกล่าวมากกว่าอาชีพนักบัญชีภาครัฐ (Mean difference = 0.2500; Sig =.018**) และนักบัญชีในสายงานอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานบัญชี (Mean difference = 0.52381; Sig= 0.000***) **ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล** (F-test 6.193;Sig=0.000*) โดยเมื่อทดสอบผลต่างแบบจับคู่ระหว่างอาชีพ (LSD) พบว่าอาชีพผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจะมีทักษะดังกล่าวมากกว่าอาชีพนักบัญชีภาครัฐ ((Mean difference = 0.24844 ,Sig=0.010***) มากกว่านักบัญชีภาคเอกชน (Mean difference = 0.19915, Sig=0.022**) มากกว่านักบัญชีในสายงานอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานบัญชี (Mean difference = 0.64546 , Sig=0.000***) มากกว่าอาชีพสายงานบัญชีอื่นๆ (Mean difference = 0.19531, Sig=0.042**) และ**ทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ** (F-test= 2.562 ; Sig= 0.007***) โดยเมื่อทดสอบผลต่างแบบจับคู่ระหว่างอาชีพ (LSD) พบว่าอาชีพผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจะมีทักษะดังกล่าวมากกว่าอาชีพนักบัญชีภาครัฐ ((Mean difference = 0.22701 ,Sig=0.046**) และมากกว่านักบัญชีในสายงานอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานบัญชี (Mean difference = 0.40467, Sig=.006***)

ทั้งนี้นักศึกษาที่วางแผนเลือกประกอบอาชีพเป็นผู้สอบบัญชีจะมีทักษะวิชาชีพอยู่ในลำดับสูงสุดในทุกทักษะวิชาชีพ ยกเว้น ทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ นักศึกษาที่วางแผนเลือกอาชีพธุรกิจส่วนตัว(ทำบัญชีเอง) จะมีลำดับคะแนนสูงสุด (3.89)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาทางเลือกในการประกอบอาชีพของนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิตในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 308 คน ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาเลือกประกอบอาชีพในอนาคตตามลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตมากที่สุด เนื่องจากอาชีพผู้สอบบัญชีเป็นอาชีพที่สร้างผลตอบแทน มีความก้าวหน้าและโอกาสในการเรียนรู้มาก (รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์, 2559) รองลงมาได้แก่ นักบัญชีในภาคเอกชน นักบัญชีในภาครัฐ ธุรกิจส่วนตัว สายงานอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับบัญชี และสายงานบัญชีอื่นๆ เมื่อเปรียบเทียบทักษะวิชาชีพของนักศึกษาปีที่ 4 หลักสูตรบัญชีบัณฑิต ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน พบว่าสถานะทางสังกัดของนักศึกษา ที่แตกต่างกัน (รัฐ/เอกชน) ส่งผลต่อทักษะทางวิชาชีพบัญชีทางด้านทักษะทางปัญญา เนื่องจากนักศึกษาในสังกัดของรัฐบาลมีสภาพการแข่งขันสูงทำให้กระตุ้นนักศึกษาพัฒนาตนเองในทักษะวิชาชีพด้านปัญญา และนักศึกษาที่มีการวางแผนทางเลือกในการประกอบอาชีพในอนาคตที่ต่างกันจะมีทักษะวิชาชีพบัญชี ทางด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่ ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล และทักษะทางการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ แตกต่างกัน เนื่องจากเมื่อนักศึกษากำหนดเป้าหมายในอาชีพในอนาคตนักศึกษาจะพยายามพัฒนาความรู้ที่จะต้องใช้ในอาชีพที่ตนเองสนใจทำให้นักศึกษาที่เลือกอาชีพต่างกันมีระดับทักษะทางวิชาชีพต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัย ฐิตาภรณ์ สินจรูญศักดิ์ และคณะ (2558) พบว่า นักศึกษามีการเลือกประกอบอาชีพที่หลากหลายแตกต่างกัน นายบุญอนันต์ พินัยทรัพย์ (2548) และ รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์ (2559) ซึ่งพบว่าบุคคลจะมีการวางแผนอาชีพเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยกำหนดความก้าวหน้าในการงาน หากการทำงานเป็นไปอย่างมีเป้าหมาย และบุคคลจะตัดสินใจในการวางแผนประกอบอาชีพ โดยพิจารณาจากค่าตอบแทน ความมั่นคงและความก้าวหน้าในอาชีพ และพร้อมที่จะพัฒนาตนเองให้บรรลุเป้าหมายในอาชีพของตนเองได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลวิจัยนักศึกษาบัญชีควรวางแผนพัฒนาตนเองในทักษะวิชาชีพ โดยหากทางเลือกเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจะต้องมีทักษะวิชาชีพในทุกด้านในระดับสูงเพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขันในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการวิชาชีพบัญชีด้านการศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี. (2550). มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 3 เรื่อง ความรู้และความสามารถทางวิชาชีพ. [เอกสารประกอบการสัมมนา]. กรุงเทพฯ: สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์.

ฐิตาภรณ์ สินจรูญศักดิ์, กัญนิภัทธิ์ นิธิโรจน์ธนัท, คณิตศร เทอดเผ่าพงศ์, ชุติมา รชนีกรไกรลาศ, ดารินทร์ หยก ไพศาล และ วัชธนพงศ์ ยอดราช. (2558). *การเลือกประกอบอาชีพของบัญชีบัณฑิตไทย.* สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์.

บุญอนันต์ พินัยทรัพย์. (2548). *แนวทางการพัฒนาองค์การด้วยการวัดเชิงกลยุทธ์เพื่อการจัดการยุคใหม่.* สภาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 45(2), 65-88.

รวิพัชร์ งามพัทธวิชย์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชี กับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี.* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2538). *ศัพท์บัญชี.* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2562). *ผู้สำเร็จการศึกษา.* สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2562, จาก http://www.info.mua.go.th/info/?fbclid=IwAR2gkZ4kFFXZ9tw-IpZhZmrHjSpfEHfeou3cFEd0EqWYmlritWfWPaABYCw

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *สถิติแรงงาน.* สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2562, http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/02.aspx

Holland. (1973). *Making Vocational Choice: A Theory o Career.* New Jersey: Prentice-Hall.

การเสพติดอินเทอร์เน็ต และปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีความสัมพันธ์กับภาวะโรคซึมเศร้าของคนวัยทำงาน

The relationship between Internet addiction , Psychological factors , Depression among office workers.

ณัฐเดช ยอแซฟ
Natthadet Joseph
สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
Graduate School of Communication Arts and Innovation Management National Institute of Development Administration
อีเมลล์ lingnuttt@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ ประจักษ์เนตร
Asst. Prof. Pornpun Prajaknate, Ph.D.
ผู้อำนวยการหลักสตูรปริญญาโท
Director of M.A.
อีเมล์ : pornpun.p@nida.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การเสพติดอินเตอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ การเห็นคุณค่าในตนเอง ความคิดอัตโนมัติเชิงลบ และภาวะโรคซึมเศร้าของกลุ่มคนวัยทำงานและ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การเสพติดอินเตอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ การเห็นคุณค่าในตนเอง ความคิดอัตโนมัติเชิงลบ และภาวะโรคซึมเศร้าของกลุ่มคนวัยทำงาน งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ความถี่ในการใช้ทวิตเตอร์ การเสพติดอินเทอร์เน็ต รวมถึงความคิดอัตโนมัติเชิงลบ มีความสัมพันธ์กับภาวะโรคซึมเศร้า มากไปกว่านั้น ผลการวิจัยพบว่า การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์เชิงผกผันกับการเสพติดอินเทอร์เน็ต ความคิดอัตโนมัติเชิงลบ และภาวะโรคซึมเศร้า

คำสำคัญ : การเสพติดอินเทอร์เน็ต การเห็นคุณค่าในตนเอง ความคิดอัตโนมัติเชิงลบ ภาวะโรคซึมเศร้า

Abstract

The objectives of this research were to: (1) examine the frequency of social media usage, the Internet addiction and social media, awareness of self-esteem, the appearance of automatic negative thought, and the depression among office workers; and 2) investigate the relationship between the frequency of social media usage, the Internet addiction and social media, awareness of self-esteem, automatic negative thought, and the depression among office workers. The data of this quantitative study was collected from 400 samples through online questionnaire.

The result showed that frequent usage of Twitter, addiction to Internet as well as automatic negative thought were related to depression. Moreover, awareness of self-esteem had a negative relationship with the addiction of Internet, automatic negative thought and depression.negative though resulted in internet addiction.

Keyword : internet addiction , self-esteem , automatic negative though , depression

บทนำ

ปัจจุบันนับได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่คนในสังคมนิยมและให้ความสำคัญ เพราะอินเทอร์เน็ตนั้นช่วยตอบสนองความต้องการในหลากหลายด้านแก่ผู้ใช้ ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ธุรกิจ บันเทิง หรือผักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว ทำให้คนจำนวนไม่น้อยในปัจจุบันใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการใช้อินเทอร์เน็ตและยิ่งในปัจจุบันเราไม่อาจปฏิเสธได้ว่าเรายิ่งเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายมากยิ่งขึ้นผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ผลสำรวจจาก We Are Social และ Hootsuite เผยว่าคนไทยโดยเฉลี่ยแล้ว ใช้อินเทอร์เน็ต 9 ชั่วโมง 11 นาทีต่อวัน โดยที่คนไทยร้อยละ 90 นั้นใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน ส่วนใหญ่แล้วการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยจะหมดเวลาไปกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นส่วนใหญ่โดยที่ใช้เวลาอยู่กับเครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 ชั่วโมง 11 นาทีต่อวัน และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่คนไทยให้ความนิยมนั้นประกอบไปด้วย เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ WP (2019)

ซึ่งจากสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ต และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กล่าวมาข้างต้นนั้นทำให้เราเห็นว่าคนไทยจำนวนไม่น้อยเริ่มมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ในปริมาณที่มาก จนอาจกล่าวได้ว่าคนไทยจำนวนไม่น้อยมีพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ต โดยช่วงอายุที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนไทยเยอะที่สุดนั้นอยู่ในช่วงอายุ 25 – 34 ปีนอกจากประโยชน์ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น การใช้อินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังก่อให้เกิดผลเสียตามมาเพราะว่าการใช้งาน

อินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออไลน์ในปริมาณที่มากเกินไปนั้นจะส่งผลโดยตรงกับสุขภาพของผู้ใช้งานไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางด้านร่างกาย เกี่ยวกับระบบกล้ามเนื้อ ระบบข้อต่อและกระดูก ระบบสายตา อาการนิ้วล็อก ปวดข้อมือ รับประทานอาหารไม่ตรงเวลา หรือไม่รับประทานอาหารจนแสบกระเพาะ อดนอน ตื่นสาย ทำให้เพลีย รู้สึกง่วงในเวลาเรียนหรือเวลางาน เป็นต้น

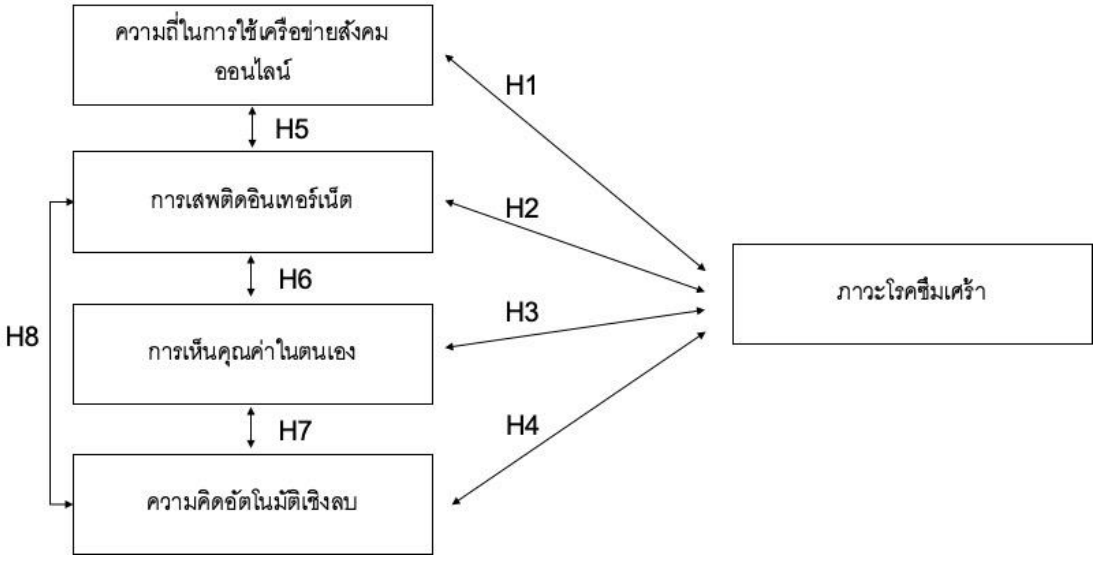
ส่วนปัญหาทางด้านจิตใจที่มักเกิดจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออไลน์ในปริมาณที่มากเกินไปที่พบนั้นคือ เปรียบเทียบทางสังคม การเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ มีความคิดอัตโนมัติเชิงลบ ซึ่งเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดโรคซึมเศร้า จากผลสำรวจที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจเป็นอย่างยิ่งว่าการเสพติดอินเทอร์เน็ต ประกอบกับปัจจัยทางจิตวิทยาอย่างการเห็นคุณค่าในตนเอง ความคิดอัตโนมัติเชิงลบ นั้นจะมีความสัมพันธ์กับโรคซึมเศร้าหรือไม่จึงเป็นที่มาที่ทำให้เกิดการศึกษาวิจัยในครั้งนี้โดยมุ่งเน้นไปที่การศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ทางผู้วิจัยได้เลือกไว้

วัตถุประสงค์

1.เพื่อศึกษาความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การเสพติดอินเทอร์เน็ต การเห็นคุณค่าในตนเอง ความคิดอัตโนมัติเชิงลบ และภาวะโรคซึมเศร้าของกลุ่มคนวัยทำงาน

2.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การเสพติดอินเทอร์เน็ต การเห็นคุณค่าในตนเอง ความคิดอัตโนมัติเชิงลบ และภาวะโรคซึมเศร้าของกลุ่มคนวัยทำงาน

กรอบแนวคิดงานวิจัย



อุปกรณ์และวิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้ แบบสอบถามออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาการศึกษาเรื่องการเสพติดอินเทอร์เน็ต และปัจจัยทางจิตวิทยาที่

มีความสัมพันธ์กับภาวะโรคซึมเศร้าของคนวัยทำงาน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีแบบเฉพาะเจาะจง ตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยผู้ที่จะตอบแบบสอบถามนั้นต้องเป็นผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ อันใดอันหนึ่งหรือใช้งานทั้งหมดเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 1 ชุด เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยที่แบบสอบถามสามารถแบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้ 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง 2) แบบสอบถามเกี่ยวความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3) แบบสอบถามเกี่ยวกับการเสพติดอินเทอร์เน็ต 4) แบบสอบถามเกี่ยวกับการเห็นคุณค่าในตัวเอง 5) แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดอัตโนมัติเชิงลบ 6) แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า

การดำเนินงานวิจัยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมกับตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงกำหนดรหัสการบันทึกข้อมูล จากนั้นนำไปประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS ในการคำนวณค่าสถิติในการวิจัย เพื่อทำการวิเคราะห์และนำเสนอผลงานวิจัยดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ทราบถึงการแจกแจงความถี่ , ค่าร้อยละ , ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) วิเคราะห์สถิติอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยทำการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยวิธีการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณาพบว่าประชากรกลุ่มตัวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือ เพศชายคิดเป็นร้อยละ 29.3 ส่วนใหญ่อายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.3 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท / ลูกจ้างเอกชนคิดเป็นร้อยละ 62 มีระดับการศึกษาอยู่ที่ปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 65.8 ส่วนใหญ่มีรายได้ 15.001-30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 46.3

งานวิจัยเรื่องนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฉลี่ยอยู่ที่ 2-3 ชั่วโมง ซึ่งมีความถี่อยู่ในระดับกลาง เมื่อแยกดูตามประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นปรากฏว่าเฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความถี่ในการใช้งานมากที่สุดโดยมีโดยมีระยะเวลาเฉลี่ยสูงถึง 2.67 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจของไวซ์ไซท์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้ออกมาเปิดเผยข้อมูลว่าในปัจจุบันคนไทยเรามีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในประเทศไทยโดยสูงกว่า 53 ล้านคน Salary Investor (2019) นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเสพติดอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับน้อยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.02 ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างใช้เวลากับอินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และ อินสตาแกรมนานกว่าเวลาที่ตั้งใจมากที่สุด ซึ่ง Griffiths (1998) อธิบายลักษณะอาการของผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตแบบหนึ่งเอาไว้ว่า บุคคลมักจะมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเพื่อความพึงพอใจ โดยไม่ได้มีการจำกัดเวลาการใช้งานจนกลายเป็นภาวะการเสพติดอินเทอร์เน็ตในที่สุด

ด้านการเห็นคุณค่าในตนเองกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้การเห็นคุณค่าในตนเองอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยรวม 3.33 โดยส่วนใหญ่รับรู้ว่าตนเองสามารถการทำงานได้ดีเหมือน ๆ กับผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับที่ นุช

จรี ฌายีเนตร (2538) ได้อธิบายการเห็นคุณค่าในตนเองไว้ว่า การเห็นคุณค่าในตนเองหมายถึง ทัศนคติที่บุคคลมีต่อ ตนเองในทางที่ดี มีความเคารพยอมรับในตนเอง ว่าตนเองมีความสามารถในการทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ด้านความคิดอัตโนมัติเชิงลบ งานวิจัยเรื่องนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นมีความคิดอัตโนมัติในระดับที่น้อย มีค่าเฉลี่ย 2.08 เมื่อพิจารณาลงรายละเอียดพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิด และรู้สึกว่ารู้สึกเหนื่อยล้าเหลือเกิน ซึ่งเป็นความคิดเชิงลบเกินไปเพราะในความเป็นจริงอาจไม่ได้เป็นอย่างนั้น และตรงกับที่ Bake et. Al. (1979) ได้อธิบายความคิดอัตโนมัติเชิงลบเอาไว้ว่า ความคิดอัตโนมัติเชิงลบ คือการด่วนลงความเห็นบนพื้นฐานข้อมูลที่ไม่เพียงพอ การเลือกสนใจเฉพาะด้านลบ ตลอดจนการคิดและแปลความเกินพื้นฐานความเป็นจริง

ด้านภาวะโรคซึมเศร้า งานวิจัยเรื่องนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นมีระดับความซึมเศร้าอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 11.11 โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความซึมเศร้าในคนปกติ คิดเป็นร้อยละ 37.5 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างนั้นไม่รู้สึกสิ้นหวัง มีการเห็นคุณค่าในตนเอง อารมณ์ไม่เศร้าหมอง ไม่รู้สึกหดหู่ใจซึ่งไปขัดแย่งกับที่ Wulsin and Lawson R. (1996) ได้อธิบายไว้ว่าคนที่มีภาวะซึมเศร้านั้นจะมีลักษณะความรู้สึกสิ้นหวัง ไม่มีการคุณค่าในตนเอง มีอารมณ์เศร้าหมอง หดหู่ใจ ขาดความเพลิดเพลินสนุกสนาน ความสนใจสิ่งต่างๆลดลง มีความรู้สึกผิด และมีความคิดฆ่าตัวตาย

นอกจากนี้งานวิจัยเรื่องนี้ยังศึกษาความสัมพันธ์ของความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การเสพติดอินเทอร์เน็ต การเห็นคุณค่าในตนเอง ความคิดอัตโนมัติเชิงลบ และภาวะโรคซึมเศร้าของกลุ่มคนวัยทำงาน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าสถิติสหสัมพันธ์ความสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การเสพติดอินเทอร์เน็ต การเห็นคุณค่าในตนเอง ความคิดอัตโนมัติเชิงลบ และภาวะโรคซึมเศร้าของกลุ่มคนวัยทำงาน

ความสัมพันธ์	Pearson Correlation (r)	sig
ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับภาวะโรคซึมเศร้า		
เฟซบุ๊ค	.039	.438
อินสตาแกรม	.003	.953
ทวิตเตอร์	.157**	.002
การเสพติดอินเทอร์เน็ตกับภาวะโรคซึมเศร้า	.320**	.000
การเห็นคุณค่าในตนเองกับภาวะโรคซึมเศร้า	-.695**	.000
ความคิดอัตโนมัติเชิงลบกับภาวะโรคซึมเศร้า	.839**	.000
ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต		

เฟซบุ๊ค	.243**	.000
อินสตาแกรม	.286**	.000
ทวิตเตอร์	.281**	.000
การเสพติดอินเทอร์เน็ตกับการเห็นคุณค่าในตนเอง	-.256**	.000
การเห็นคุณค่าในตนเองกับความคิดอัตโนมัติเชิงลบ	-.790**	.000
การเสพติดอินเทอร์เน็ตกับความคิดอัตโนมัติเชิงลบ	.361**	.000

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางที่ 1 พบว่าความถี่ในการใช้งานทวิตเตอร์นั้นมีความสัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากมีความถี่ในการใช้งานทวิตเตอร์มากเท่าไหร่ ยิ่งส่งผลให้มีภาวะโรคซึมเศร้ามากขึ้นตามไปด้วย สำหรับความถี่ในการใช้งานทวิตเตอร์นั้นผู้วิจัยมีความเห็นว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเสพติดอินเทอร์เน็ต ซึ่งตรงกับที่ Young (1996) ได้พูดถึงการเสพติดอินเทอร์เน็ตเอาไว้ว่า บุคคลจะมีความต้องการในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลานานขึ้นเพิ่มขึ้นอยู่เรื่อยๆ ไม่สามารถควบคุมตนเองในการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ เมื่อความถี่ในการใช้งานทวิตเตอร์มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตจึงมีความสัมพันธ์กับภาวะโรคซึมเศร้านั้นเอง

และยังพบว่าการเสพติดอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับภาวะโรคซึมเศร้าของกลุ่มคนวัยทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีการเสพติดอินเทอร์เน็ตมากเท่าไหร่ ยิ่งส่งผลให้มีภาวะโรคซึมเศร้าที่มากขึ้น ซึ่งสัมพันธ์กับคำกล่าวของ คมสันต์ เกียรติรุ่งฤทธิ์ (2559) ที่กล่าวว่า ปริมาณการใช้งาน อินเทอร์เน็ตยังมีความสัมพันธ์กับอาการซึมเศร้าและอาการจิตเวชอื่น ๆ และสอดคล้องผลการวิจัยของ จริยา ปานเกษม (2559) อารมณ์ซึมเศร้ามีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้อินเทอร์เน็ตปริมาณมากเกินไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .32$, $p < .01$) กล่าวคือหากบุคคลมีสภาวะซึมเศร้าซึ่งหมายถึงสภาวะอารมณ์ทางลบ เช่น ความรู้สึกเศร้าสิ้นหวังบุคคลนั้นจะมีแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตในปริมาณที่มากเกินไปจนเกิดเป็นภาวะเสพติดอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ บรรจง เจนจัดการ, (2562) ที่ระบุว่าการติดอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยกระตุ้นต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าในวัยรุ่น โดยที่วัยรุ่นที่ติดอินเทอร์เน็ตจะมีปัญหาการจัดระเบียบความคิดจนไม่สามารถควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างเหมาะสมวัยรุ่นจะมีอาการคล้ายกับคนติดยา ติดการพนัน มีความอยาก ความโหยหา หมกมุ่นอยู่กับการใช้อินเทอร์เน็ตและต้องใช้เป็นเวลานานเรื่อยๆ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า จากที่ผลการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นการสนับสนุนอย่างชัดเจนว่าการเสพติดอินเทอร์เน็ต นั้นมีความสัมพันธ์กับภาวะโรคซึมเศร้าจริง

นอกจากนี้ยังพบว่าการเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์แบบผกผันกับภาวะโรคซึมเศร้าของกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีการเห็นคุณค่าในตนเองสูง ยิ่งส่งผลให้มีภาวะซึมเศร้าในระดับต่ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทนา แรงสิงห์ (2555) ที่ผลการวิจัยนั้นพบว่า บุคคลที่มีการรับรู้การมีคุณค่าในตนเองสูงจะมีอุบัติการณ์เกิดภาวะซึมเศร้าต่ำ ทั้งนี้สามารถทำนายภาวะซึมเศร้าได้ร้อยละ 17.5 และ

ยังไปสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาณัติ เพิ่มธรรมสิน (2559) ที่ผลการวิจัยระบุว่า ผู้ป่วยโรคซึมเศร้าที่มีความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง จะมีระดับภาวะซึมเศร้าน้อยกว่า .188 เท่าของผู้ป่วยโรคซึมเศร้าที่ไม่มีความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง และมีงานวิจัยของ ปิยะ ทองบาง (2562) ที่ผลการวิจัยพบว่าความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าการเห็นคุณค่าในตนเองของกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่สอดคล้องกับภาวะโรคซึมเศร้าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

และยังพบว่าความคิดอัตโนมัติเชิงลบมีความสัมพันธ์กับภาวะโรคซึมเศร้าของกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่ายิ่งกลุ่มตัวอย่างมีความคิดอัตโนมัติมากเท่าไหร่ ยิ่งมีภาวะโรคซึมเศร้ามากเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับที่ ณัทธร พิทยรัตน์เสถียร และคณะ (ม.ป.ป) ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาความคิดอัตโนมัติก็เพื่อดูว่ามันสัมพันธ์กับอารมณ์อย่างไร โดยอาจดูที่อารมณ์ก่อน แล้วค่อยดูว่าเกิดความคิดอัตโนมัติอย่างไร ส่วนใหญ่คนเราจะเชื่อใน ความคิดอัตโนมัติ ทันทีโดยที่ไม่มีการตรวจสอบกับตนเองและความเป็นจริงของโลกภายนอกอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้การคาดการณ์เกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคตจากเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต ต่างนานาทำให้เกิดอาการต่างๆ เช่น ภาวะซึมเศร้า ซึ่งเมื่อเกิด ภาวะซึมเศร้า แล้ว ความคิดอัตโนมัติทางลบก็จะเกิดตามมาเรื่อย ๆ ดังเช่นผลงานวิจัยของ ศุภชัย ตู้กลาง และคณะ (2555) ที่ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเกิดความคิดอัตโนมัติทางลบ ส่งผลให้เกิดความซึมเศร้าตามมาถ้าความคิดอัตโนมัติทางลบเพิ่มมาก ความซึมเศร้าจะเพิ่มมากตามและจะมีผลย้อนกลับให้ความคิดอัตโนมัติทางลบมากขึ้นอีกเป็นวงจรเช่นนี้ไปเรื่อยๆ ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่ยืนยันและแสดงถึงความสำคัญของความคิดอัตโนมัติทางลบที่มีอิทธิพลต่อภาวะซึมเศร้า และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นฤมล สุ่นศักดิ์สวัสดิ์ (2560) ที่ระบุว่า ความคิดอัตโนมัติทางลบมีความสัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้าในมารดาที่มีบุตรวัยรุ่นตั้งครรภ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากมารดาที่มีบุตรวัยรุ่นตั้งครรภ์ต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่บุตรอันเป็นที่รักตั้งครรภ์และการมีสมาชิกใหม่ในครอบครัวซึ่งไม่ได้วางแผนหรือเตรียมความพร้อมไว้ ทำให้เกิดความยุ่งยากในการดำเนินชีวิต ดังนั้นผู้วิจัยมีความเห็นว่าความคิดอัตโนมัติทางลบจึงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาวะโรคซึมเศร้า

นอกจากนี้งานวิจัยเรื่องนี้พบว่าความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตของกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่ายิ่งมีความถี่การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยครั้งมากเท่าไหร่ยิ่งส่งผลให้มีการเสพติดอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ซึ่งตรงกับที่ เอมิกา เหมมินทร์ (2556) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ว่า เป็นเรื่องของประสบการณ์ในการใช้ ตั้งแต่เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยที่สุด ช่องทางการใช้ที่บ่อยที่สุด ความถี่ในการใช้ในแต่ละ ระยะเวลาการใช้ ซึ่งไปสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอมิกา เหมมินทร์ (2556) ที่ผลการวิจัยระบุว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเข้าใช้งานโดยเปิดไว้ตลอดทั้งวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.25 ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าความถี่ในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น เป็นหนึ่งในพฤติกรรมของการเสพติดอินเทอร์เน็ต

และในงานวิจัยเรื่องนี้พบว่าการเสพติดอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเองของกลุ่มคนวัยทำงานแบบผกผัน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่ายิ่งมีการการเสพติดอินเทอร์เน็ตมากเท่าไหร่ ยิ่งส่งผลให้

การเห็นคุณค่าในตนเองน้อยลงเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จริยา ปานเกษม (2559) ที่ผลการวิจัยระบุว่า การเห็นคุณค่าในตนเองมีสหสัมพันธ์ทางลบกับการใช้อินเทอร์เน็ตปริมาณมากเกินไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = -.30$, $p < .01$) และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ขวัญข้าว พลเพชร (2558) ที่ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างติดเฟซบุ๊ก ร้อยละ 10.4 มีความภาคภูมิใจในตนเองระดับต่ำ ร้อยละ 21.5 ความภาคภูมิใจในตนเองระดับปานกลาง ร้อยละ 65.6 และมีความภาคภูมิใจในตนเองระดับสูง ร้อยละ 12.9 ซึ่งพบว่าการติดเฟซบุ๊กสัมพันธ์กับความภาคภูมิใจในตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความภาคภูมิใจในตนเองต่ำ จะติดเฟซบุ๊กมากกว่ากลุ่มที่มีความภาคภูมิใจในตนเองระดับปานกลาง และระดับสูงตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าการเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นมีความสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเองเพราะอาจเกิดจากการเปรียบเทียบคุณค่าของตนเองกับผู้อื่นผ่านทางการใช้งานอินเทอร์เน็ต

และยังพบว่าการเห็นคุณค่าในตนเองนั้นมีความสัมพันธ์แบบผกผันกับความคิดอัตโนมัติเชิงลบ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่ายิ่งมีการเห็นคุณค่าในตนเองสูง ยิ่งมีระดับความคิดอัตโนมัติที่ต่ำ ซึ่งตรงกับที่ Beck (1967) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ป่วยโรคซึมเศร้ามักมีจิตใจพื้นฐานบางอย่าง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในวัยเด็กประสบการณ์ต่าง ๆ เหล่านั้น ทำให้เกิดกระบวนการคิดในทางลบ สับสน ไม่มีเหตุผล มีความคิดอัตโนมัติทางลบเกี่ยวกับตนเอง มีความสัมพันธ์กับผู้อื่นไม่ดี ไม่ได้รับการยอมรับจากเพื่อนจึงรู้สึกว่าตนไม่เป็นที่สนใจ มองตนเองไม่มีประโยชน์รู้สึกสิ้นหวังและมีความรู้สึกคุณค่าในตนเองต่ำ ซึ่งจากที่ Beck ได้กล่าวมานั้นผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการเห็นคุณค่าในตนเองนั้นมีความสัมพันธ์กับความคิดอัตโนมัติเชิงลบอย่างแยกจากกันไม่ได้เพราะเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันอยู่

และในส่วนของการเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นมีความสัมพันธ์กับความคิดอัตโนมัติเชิงลบของกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าเมื่อมีการเสพติดอินเทอร์เน็ตมาก ก็จะยิ่งทำให้เราเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆมากขึ้น และอาจทำให้มีการรับข้อมูลข่าวสารเชิงลบเพิ่มมากขึ้น เลยส่งผลให้อาจทำให้เกิดความคิดอัตโนมัติเชิงลบเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Andreassen (2012) ที่พบว่าการติดเฟซบุ๊ก ประกอบกับแนวคิดทฤษฎีปัญญานิยม กล่าวว่าภาวะซึมเศร้าเกิดจากการที่บุคคลเกิดความคิดอัตโนมัติทางลบเกี่ยวกับตนเองสิ่งแวดล้อมหรือโลกและอนาคต การที่นักศึกษามีการติดเฟซบุ๊กแล้วมีประสบการณ์การได้รับปฏิสัมพันธ์ในทางลบจาก ผู้ใช้งานด้วยกันเองหรือจากการประเมินตนเอง ในทางลบ จะส่งผลให้คุณค่าของตนเองลดลงแสดงออกโดยการตำหนิตนเอง เสียใจ ท้อแท้ หมดหวัง รู้สึกไร้ค่า เบื่ออาหาร นอนไม่หลับและ มีภาวะเศร้าหรือมีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตายในที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าความคิดอัตโนมัติเชิงลบสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง และการเห็นคุณค่าในตนเองนั้นมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต เมื่อทุกอย่างสัมพันธ์กันที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้การเสพติดอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความคิดอัตโนมัติเชิงลบมีความสัมพันธ์กันอย่างแยกออกจากกันไม่ได้

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาเพิ่มเติมว่าลักษณะทางประชากรนั้นมีความสัมพันธ์กับภาวะโรคซึมเศร้าหรือไม่ เพื่อนนำผลการวิจัยไปใช้ในการทำนายผลภาวะซึมเศร้าได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้อาจเพิ่มเติมการศึกษาเฉพาะเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างทวิตเตอร์เพียงอย่างเดียวว่ามีความสัมพันธ์อย่างไรกับภาวะโรคซึมเศร้า รวมถึงศึกษาพฤติกรรมการใช้งานทวิตเตอร์นั้นสามารถทำนายภาวะซึมเศร้าได้หรือไม่ ตลอดจนศึกษาเพิ่มเติมว่าความคิดอัตโนมัติเชิงลบมีผลกระทบอะไรต่อการสื่อสารหรือไม่ เพราะในความหมายโดยรวมของความคิดอัตโนมัติเชิงลบนั้นคือความคิดที่ส่งผลต่ออามรณ์ และการกระทำของบุคคล ซึ่งนั้นก็แสดงให้เห็นว่าน่าจะมีผลกระทบต่อการสื่อสารด้วยเช่นเดียวกัน เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ หากมีข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจะยิ่งส่งเสริมให้ผลการวิจัยมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ขวัญข้าว พลเพชร.(2558). ความภาคภูมิใจในตนเองและพฤติกรรมการติดเฟซบุ๊กของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร (Doctoral dissertation, จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย).สืบคันจาก https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/50518

คมสันต์ เกียรติรุ่งฤทธิ์. (2559). ปัญหาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่นามาสู่การฆ่าตัวตาย. รายการพบหมอ รามา ช่วง Big Story ปัญหาการใช้สื่อออนไลน์ของวัยรุ่นกับปัญหาสุขภาพจิต. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน, 2562 จากเวปไซด์ : https://goo.gl/F9XKha

จริยา ปานเกษม, รวิสรา ลิ้ม, & ลันชกร ศรีประเสริฐวงศ์. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างความว้าเหว่อารมณ์ซึมเศร้า การเห็นคุณค่าในตนเอง การควบคุมตนเองความไม่มั่นคง ทางอารมณ์กับการใช้อินเทอร์เน็ตปริมาณมากเกินไป.สืบค้นจาก https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/57875

ฉันทนา แรงสิงห์. (2555). ปัจจัยทำนายภาวะซึมเศร้าของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การ ศึกษาจังหวัดเชียงราย. Thai Journal of Nursing Council, 26(2), 42-42.

ณัทธร พิทยรัตน์เสถียร และคณะ (ม.ป.ป).การบำบัดผู้ป่วยโรคซึมเศร้า โดยเทคนิคการปรับเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรม (Cognitive Behavior Therapy:CBT).

นฤมล สุ่น ศักดิ์สวัสดิ์, ภรภัทร เฮงอุดมทรัพย์, ดวงใจ วัฒนสินธุ์, & เวทิส ประทุมศรี. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาวะซึมเศร้าในมารดาที่มีบุตรวัยรุ่นตั้งครรภ์. Journal of Boromarajonani College of Nursing, Bangkok, 33(3), 47-58.

บรรจง เจนจัดการ, จิณห์ จุฑาชัย เสนา ดาลลาส, & ชนัดดา แนบเกษร. (2562). ปัจจัยทำนายภาวะซึมเศร้าของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดจันทบุรี. JOURNAL OF PHRAPOKKLAO NURSING COLLEGE, 30(2), 62-75.

ปิยะ ทองบาง. (2562). ปัจจัยทำนายภาวะซึมเศร้าของนักศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดสุพรรณบุรี. Journal of Yanasangvorn Research Institute Mahamakut Buddhist University, 10(1), 1-10.

วีรวุฒิ เอกกมลกุล (ม.ป.ป.). ความคิดเชิงบวกและความคิดเชิงลบ. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2562, จากเวปไซต์ : https://www.vibhavadi.com/health439

ศุภชัย ตู้กลาง, อรพรรณ ทองแตง, ธีรศักดิ์ สาตรา และสุชีรา ภัทรายุตวรรตน์. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาวะซึมเศร้าของนักเรียนวัยรุ่นตอนต้นในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา จังหวัดสมุทรสาคร. วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย, 57(3), 283-294

อาณัติ เพิ่มธรรมสิน. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับภาวะซึมเศร้าของผู้ป่วยโรคซึมเศร้าใน โรงพยาบาลร้อยเอ็ด. วารสารโรงพยาบาลมหาสารคาม, 13(2), 87-96.

อังคณา เกิดทองมี. (2019). การเห็นคุณค่าในตัวเอง (Self-Esteem) ช่วยป้องกันเราจากโรคซึมเศร้าได้ . สืบค้นเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2562 จากเวปไซต์: https://www.istrong.co/single-post/Self-esteem-prevent-us-from-depression

เอมิกา เหมมินทร์. (2556). พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.

Andreassen C, Torsheim S, Brunborg T.G.S, Pallesen S,(2012). Development of a Facebook addiction scale, Psychological reports. 2012; 110(2): 501-517.

Beck, A. T. (1967). Depression: Clinical, Experimental, and Theoretical aspects. New York: Harper & Row.

Griffiths, R. W. (1998). Sampling and evaluating the water quality of streams in southern

Salary Investor. (2019). เจาะเทรนด์ความเคลื่อนไหว 5 Social Platform เจ้าใหญ่ ในงาน Thailand Zocial Awards 2019 . สืบค้นวันที่ 21 ตุลาคม 2562 จากเวปไซต์ : http://salaryinvestor.com/trend/tech/thailand-zocial-awards-2019/

Wulsin & Lawson R. (1996). Psychiatric secrets. Singapore: Info Access & Distributing

WP. (2019). ล้วง Insight การใช้งาน “ดิจิทัล” ทั่วโลก 2019 “คนไทย” ใช้เน็ต 9 ชั่วโมงต่อวัน-มือถือมี 99 แอปฯ!!. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2562 จากเวปไซต์ : https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/

Young, K. S. (1996). Psychology of Computer Use: XL. Addictive Use of the Internet: A Case That Breaks the Stereotype. *Psychol Rep*, *3*(1), 899–902.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนแจ้งวัฒนะ

Factors influencing the buying decision for life insurance of Kasikorn Bank Public Company Limited, Chaeng Watthana Branch

อนุวัฒน์ รักษ์ทอง*
Anuwat Rukthong*
นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*
Master Degree student, Business Economics*
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*
Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*
จิราภรณ์ ชาวงษ์**
Jiraporn Shawong**
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ**
Assistant Professor and Ph.D., Business Economics**
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*
Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*
อีเมล์ : Dnuwat@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขาถนนแจ้งวัฒนะ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) มีขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 388 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ ใช้ Independent Sample T-Test และ One-Way ANOVA และการวิเคราะห์สมมติฐานด้านส่วนประสมทางการตลาด ใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด อายุระหว่าง 26-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ย 15,001–25,000 บาท พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

กรมธรรม์ประกันชีวิตพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการถือครองกรมธรรม์ประกันอยู่แล้ว ยังคงมีสถานะต้องชำระเบี้ยประกันชีวิตอยู่ ส่วนใหญ่ถือครองประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อสร้างเป็นหลักประกันให้กับครอบครัว และปัจจุบันมีการถือผลิตภัณฑ์ทางการเงินเป็นเงินฝากอยู่แล้ว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 พบว่าในด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตที่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตที่แตกต่างกัน และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

คำสำคัญ : ประกันชีวิต , สุ่มตัวอย่างแบบโควต้า , การทดสอบค่าไคสแควร์ , ธนาคารกสิกรไทย

Abstract

The objectives of this study were 1) to study demographic factors and 2) to investigate marketing mix factors (4Ps) influencing the buying decision for life insurance of Kasikorn Bank Public Company Limited, Chaeng Watthana Branch. The sample was selected based on a quota sampling. The sample size was 388 individuals. The research instrument was a questionnaire. Data were collected through an online questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. Demographic hypothesis analysis was conducted using Independent Sample T-Test and One-Way ANOVA. Marketing mix hypothesis analysis was conducted using Chi-Square test with a statistical significance level of 0.05.

The results of this study indicated that most of the respondents were single, aged between 26-30 years old, graduated with a bachelor's degree, worked as an employee of a private company, and earned an average income of 15,001 - 25,000 baht. In terms of behavioral decision to buy life insurance, most of the respondents have already been an insurance holder, have still held endowment insurance. The purpose of buying was for family security. At present, they have already held financial products as deposits. Overall marketing mix factors influencing the buying decision for life insurance was at a very good level with a mean of 3.94. When individual aspects

were considered, an aspect with the highest mean was price with a mean of 4.07, followed by product with a mean of 4.06, place with a mean of 3.92, and promotion with a mean of 3.71. All aspects were at a high level. The results of testing hypothesis indicated that the respondents with different person factors, including gender, marital status, age, educational level, occupation had different buying decision for life insurance. In contrast, the respondents with different income had indifferent buying decision for life insurance. Marketing mix factors influencing the buying decision for life insurance were product, price, and place.

Keywords: Life insurance , Quota Sampling , Chi-Square test , Kasikorn Bank

บทนำ

สิ่งที่ทุกคนไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ที่อาจเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันหรือความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นตลอดเวลา ไม่ว่าจะจากโรคภัยไข้เจ็บหรือการแก่ชรา ซึ่งอาจทำให้เกิดการสูญเสียหรือทุพพลภาพ เป็นการทิ้งภาระให้กับครอบครัว ฉะนั้นการทำประกันชีวิตจึงมีความสำคัญ เพราะเป็นเครื่องมือในการช่วยลดและการกระจายความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับตนเองและครอบครัวในอนาคต รวมถึงเป็นการสร้างหลักประกันให้กับครอบครัว นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการเงินให้มีระเบียบวินัยในการออมมากขึ้น เพื่อไว้เป็นการลงทุน ทุนการศึกษา การใช้จ่ายในยามเกษียณ และสิทธิประโยชน์ทางภาษี นอกจากนั้นการทำประกันชีวิตมีประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการออมเงิน (ที่มา: https://www.oic.or.th/th)

ลักษณะการออมในรูปแบบประกันชีวิต จะเป็นลักษณะกึ่งบังคับ โดยผู้เอาประกันต้องมีหน้าที่ชำระเบี้ยประกันอย่างสม่ำเสมอ และทราบผลตอบแทนตามที่กรมธรรม์ระบุไว้ หากผู้เอาประกันมีชีวิตอยู่ครบกำหนดตามกรมธรรม์กำหนดไว้ จะได้รับเงินคืนตามเงื่อนไขของสัญญากรมธรรม์ ทั้งนี้การออมในรูปแบบประกันชีวิตจะไม่สามารถถอนเงินในลักษณะแบบของเงินฝากได้ แต่สามารถเวนคืนกรมธรรม์ได้ ซึ่งมูลค่าเวรคืนกรมธรรม์นั้นจะถูกหักค่าธรรมเนียมในการเวนคืนจำนวนหนึ่ง ฉะนั้นการเวนคืนกรมธรรม์ผู้เอาประกันจะได้รับเบี้ยประกันคืนน้อยกว่าที่ผู้เอาประกันได้ชำระไป ทั้งนี้เพราะการทำประกันชีวิตมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการลงทุนระยะยาว

2. ด้านการลงทุน

การทำประกันชีวิตมาพร้อมความคุ้มครองและผลตอบแทนที่มั่นคง เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการลงทุนที่รับความเสี่ยงได้ไม่มากนัก และผลตอบแทนแน่นอนต้นทุนไม่เสียหาย ฉะนั้นประกันชีวิตจึงถือว่าเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ค่อนข้างเหมาะสำหรับคนกลุ่มดังกล่าว ซึ่งผลตอบแทนอาจไม่มากเท่าการลงทุนในรูปแบบ หุ้น กองทุน ที่มีความ

เสี่ยงสูง ฉะนั้นการลงทุนในรูปแบบประกันชีวิตจะพิจารณาเพียงผลตอบแทนอย่างเดียวไม่ได้ แต่ต้องพิจารณาถึงความคุ้มครองควบคู่ไปด้วย

3. ด้านการสร้างความมั่นคงและการคุ้มครองของชีวิต

การทำประกันชีวิตช่วยสร้างความมั่นคงของรายได้และความมั่นคงสำหรับครอบครัวของผู้เอาประกันได้ ในกรณีที่ผู้เอาประกันทำประกันคุ้มครองการเจ็บป่วย หรือการประกันแบบอุบัติเหตุ ผู้เอาประกันจะได้รับเงินในการรักษาไม่กระทบรายจ่ายของครอบครัว อีกทั้งผู้เอาประกันจะได้รับเงินทดแทนเพื่อใช้ในการดำรงชีวิตในกรณีทุพพลภาพสิ้นเชิงถาวรได้ หรือเพื่อเป็นการบรรเทาเรื่องค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นของครอบครัวได้ หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันที่อาจเกิดการสูญเสียของผู้เอาประกัน

4. ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี

ผู้เอาประกันสามารถนำเบี้ยที่ชำระประกันชีวิตแบบทั่วไป เพื่อนำไปลดหย่อนทางภาษีเงินได้ของบุคคลธรรมดาได้ตามจริง แต่ไม่เกิน 100,000 บาท และ สำหรับแบบบำนาญ สามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ไม่เกินร้อยละ 15 ของรายได้พึงประเมิน สูงสุดไม่เกิน 200,000 บาท และเมื่อรวมกองทุนเพื่อการเกษณียณอื่นๆ อาทิเช่น กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กองทุนบำเหน็จบำนาญ (กบข.) และกองทุนสงเคราะห์โรงเรียนเอกชน รวมแล้วไม่เกิน 500,000 บาท เพื่อเป็นแรงจูงใจต่อการทำประกันชีวิต

ดังนั้นจากเหตุผลข้างต้นดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตผ่านช่องทาง ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนแจ้งวัฒนะเพื่อเปรียบเทียบผลประโยชน์ของการทำประกันชีวิต รวมถึงว่าอะไรคือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต โดยสถาบันการเงิน เป็นสถาบันที่ให้หลักประกัน จะสามารถนำข้อมูลในการค้นคว้าดังกล่าวเพื่อนำไปศึกษาและพัฒนาช่องทางและผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนแจ้งวัฒนะ

2. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนแจ้งวัฒนะ

3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนแจ้งวัฒนะ

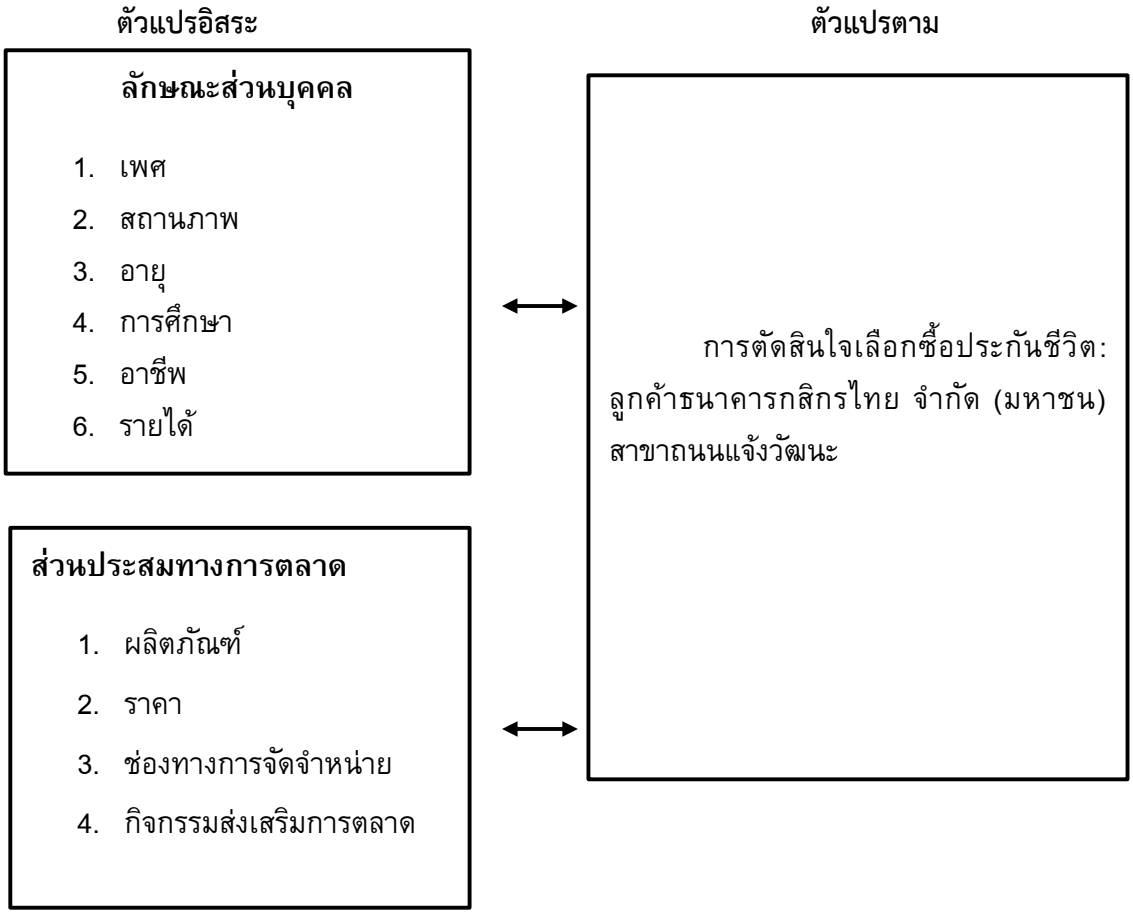
ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากร คือ ลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนแจ้งวัฒนะ ที่มีอายุ 20-70 ปี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) ผ่านการตอบแบบสอบถามออนไลน์ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 0.05 ซึ่งจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำโดยประมาณ 388 ตัวอย่าง

2. ตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพ และ ส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมส่งเสริมการตลาด ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต

3. ช่วงระยะเวลาเก็บข้อมูลดำเนินการในช่วงเดือน สิงหาคม – กันยายน 2562

กรอบแนวคิด



การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ คือ โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Science for Windows) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย สาขาถนนแจ้งวัฒนะ มาอธิบายโดยใช้การกระจายข้อมูลในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์เรื่องเพศ จะทดสอบด้วยวิธี T-Test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้ค่าสถิติ F-Test ทดสอบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์เรื่อง อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และสถานภาพ รวมทั้งการวิเคราะห์ Chi-square ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน 0.05

ผลการวิเคราะห์

ตารางที่ 1. วิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มาอธิบายโดยใช้การกระจายข้อมูลในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (N)	ร้อยละ (%)
1.เพศ		
ชาย	194	50.0
หญิง	194	50.0
2.สถานภาพ		
โสด	280	72.2
สมรส	101	26.0
หย่าร้าง	3	.8
หม้าย	4	1.0
3.อายุ		
ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 25 ปี	32	8.2
26 - 30 ปี	220	56.7
31 - 35 ปี	63	16.2
36 ปี ขึ้นไป	73	18.8

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (N)	ร้อยละ (%)
4.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยม	4	1.0
มัธยมศึกษา	15	3.9
ปวช./ปวส.	25	6.4
ปริญญาตรี	285	73.5
ปริญญาโท	59	15.2
5.อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	265	68.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	53	13.7
ธุรกิจส่วนตัว	49	12.6
รับจ้างทั่วไป	13	3.4
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	8	2.1
6.รายได้		
ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท	63	16.2
15,001 - 25,000 บาท	144	37.1
25,001 - 35,000 บาท	93	24.0
35,001 บาท ขึ้นไป	88	22.7

ตารางที่ 2. วิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต มาอธิบายโดยใช้การกระจายข้อมูลในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	จำนวน (N)	ร้อยละ (%)
1.ท่านเคยมีกรมธรรม์ประกันชีวิต หรือไม่		
มีกรมธรรม์ประกันชีวิต	227	58.5
ไม่มีกรมธรรม์ประกันชีวิต	161	41.5

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต	จำนวน (N)	ร้อยละ (%)
2.สถานะกรมธรรม์		
ยังต้องชำระเบี้ยประกันชีวิตอยู่	208	91.63
ไม่ต้องชำระเบี้ยประกันชีวิตแล้ว	15	6.61
ไม่มีผลบังคับแล้ว	4	1.76
3.ท่านเคยมีประกันชีวิตแบบไหนบ้าง		
ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์	168	74.0
ประกันชีวิตตลอดชีพ	32	14.1
ประกันชีวิตแบบชั่วคราว	32	14.1
ประกันชีวิตแบบรายได้ประจำ	7	3.1
4.วัตถุประสงค์ในการซื้อประกันชีวิต		
เพื่อสร้างหลักประกันให้กับครอบครัว	241	62.1
เพื่อการออมเงิน	223	57.5
เพื่อการลดหย่อนภาษี	155	39.9
เพื่อการวางแผนสำหรับวัยเกษียณ	97	25.0
อื่นๆ	9	2.3
5.ท่านมีการถือครองผลิตภัณฑ์ทางการเงิน		
เงินฝาก	344	88.7
กองทุน	155	39.9
พันธบัตร	25	6.4
หุ้นกู้	17	4.4
ประกันชีวิต	189	48.7
อื่นๆ	9	2.3

ตารางที่ 3. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ด้านส่วนประสมทางการตลาด	Mean	Std. Deviation	แปลผล
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.06	0.7328	ดีมาก
2.ด้านราคา	4.07	0.7772	ดีมาก
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.92	0.7387	ดีมาก
4.ด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด	3.71	0.8371	ดีมาก
ภาพรวม	3.94	0.6691	ดีมาก

ตางรางที่ 4. การทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์งานวิจัย นำข้อมูลมาด้านประชากรศาสตร์วิเคราะห์โดยใช้วิธี Independent-Sample (T-Test)

ด้าน	ค่าสถิติทดสอบ	Sig. (2-tailed)	ผลการวิเคราะห์
1.เพศ	T .609	0.543	ไม่แตกต่างกัน

*อย่างมีนัยสำคัญทางสิถิติระดับ 0.05

ตารางที่ 5. การทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์งานวิจัยนำข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มวิเคราะห์โดยใช้วิธี One-Way ANOVA (F-Test)

ด้าน	ค่าสถิติทดสอบ	Sig.	ผลการวิเคราะห์
1.สถานภาพ	F .924	.429	ไม่แตกต่างกัน
2.อายุ	F .228	.877	ไม่แตกต่างกัน
3.ระดับการศึกษา	F .458	.766	ไม่แตกต่างกัน
4.อาชีพ	F 1.811	.126	ไม่แตกต่างกัน
5.รายได้	F 2.796	.040	แตกต่างกัน

*อย่างมีนัยสำคัญทางสิถิติระดับ 0.05

ตารางที่ 6. การทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์งานวิจัยนำข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมาวิเคราะห์โดยใช้วิธี Chi-Square

ส่วนประสมทางการตลาด	value	Sig.	ผลการวิเคราะห์
1.ด้านผลิตภัณฑ์	68.74	0.006	แตกต่างกัน
2.ด้านราคา	32.476	0.038	แตกต่างกัน
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	53.074	0.011	แตกต่างกัน
4.ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	31.625	0.29	ไม่แตกต่างกัน

*อย่างมีนัยสำคัญทางสิถิติระดับ 0.05

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาตารางที่ 1 พบว่าข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 72.2 อายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.5 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 68.3 และมีรายได้เฉลี่ย 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.1

ตารางที่ 2 พบว่าพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 58.5 มีการถือครองกรมธรรม์ประกันอยู่แล้ว ร้อยละ 91.6 ยังคงมีสถานะยังต้องชำระเบี้ยประกันชีวิตอยู่ ร้อยละ 74.0 ถือครองประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ร้อยละ 62.1 มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อสร้างเป็นหลักประกันให้กับครอบครัว และร้อยละ 88.7 ส่วนใหญ่ถือผลิตภัณฑ์ทางการเงินเป็นเงินฝาก

ตารางที่ 3 พบว่าส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า อัตราผลตอบแทนน่าดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 4.11 ต่อมาในด้านราคา พบว่า เบี้ยประกันเหมาะสมกับผลตอบแทน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.12 และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สามารถชำระเบี้ยประกันได้หลายช่องทาง เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.19 และสุดท้าย ด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ส่งถึงลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.81

ผลการทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์จากตารางที่ 4 และตารางที่ 5 พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาขน) สาขาถนนแจ้งวัฒนะ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 คือ รายได้ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพ ที่แตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต

ผลการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาขน) สาขาถนนแจ้งวัฒนะ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิต

อภิปรายผลการศึกษา

1.ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของ ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ที่กล่าวไว้ว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีรัตน์ บุญยงค์ , อังศุภา ขุนเจ๋ง , มยุรี มารยาท (2556) เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ที่กล่าวไว้ว่า รายได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

2.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนคร นครราชสีมา ของ กมลภัทร นิยมนา (2554) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคมากที่สุดคือมีการแจกแจงรายละเอียดระยะเวลาการทำประกันอย่างชัดเจน และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของ ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ที่กล่าวไว้ว่า อัตราผลตอบแทนน่าสนใจ กรมธรรม์มีความคุ้มครองที่ครอบคลุมครบถ้วน เช่น สวัสดิการค่าชดเชยรายวัน ค่ารักษาพยาบาล ระยะเวลาในการชำระเบี้ยที่เหมาะสม รูปแบบของกรมธรรม์มีหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการได้ เงื่อนไขในการจ่ายผลประโยชน์จากกรมธรรม์เหมาะสม ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

3.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของ ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ที่กล่าวไว้ว่า ความคุ้มค่าระหว่างเบี้ยประกันกับความคุ้มครอง เบี้ยประกันเหมาะสมกับผลตอบแทน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยในการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนคร นครราชสีมา ของ กมลภัทร นิยมนา (2554) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค โดยประเด็นที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคคือ สามารถผ่อนชำระค่าเบี้ยประกันเป็นงวดๆ ได้ และราคากรมธรรม์มีความเหมาะสม

4.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยในการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนคร นครราชสีมา ของ กมลภัทร นิยมนา (2554) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ

ประกันชีวิตของผู้บริโภค โดยประเด็นที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิต คือมีตัวแทนและสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ สถานที่ตั้งของบริษัทและตัวแทนอยู่ในแหล่งชุมชนสามารถเดินทางสะดวก

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยในครั้งนี้ เห็นได้ว่าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจในปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตอยู่ในระดับดีมาก ฉะนั้นบริษัทควรมีการปรับปรุงและพัฒนาในเรื่องของปัจจัยต่างๆ รวมถึงกระบวนการของบริษัทฯ ให้ดีมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบกรมธรรม์ให้ความหลากหลายรวมถึงอัตราผลตอบแทนที่น่าดึงดูดใจผู้บริโภค ส่วนราคาควรมีเบี้ยประกันภัยที่เหมาะสมกับอัตราผลตอบแทน และช่องทางการจัดจำหน่ายควรติดต่อกับพนักงานได้สะดวก อีกทั้งสามารถชำระเงินได้หลากหลายช่องทางมากขึ้น ทั้งนี้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้บริโภคที่มาใช้บริการในธนาคารกสิกรไทยสาขาถนนแจ้งวัฒนะเท่านั้น เพื่อเป็นการเปรียบเทียบและศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของธนาคารกสิกรไทย ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและแก้ไขกระบวนการ รวมถึงผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปพัฒนาปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของธนาคารกสิกรไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาถนนแจ้งวัฒนะ เท่านั้น ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมหลากหลายสาขามากขึ้น เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต เพื่อนำผลศึกษาที่ครอบคลุมในพื้นที่สาขาอื่นๆ

ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเพิ่มเติม ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ศึกษามาประยุกต์ในการวางแผนทางการตลาดของบริษัทฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและหลากหลายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กมลภัทร นิยมนา. (2552). “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา.” การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ครูประถมดอทคอท. 5 เมษายน 2562. ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://www.krupatom.com/มาสโลว์/

ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง. (2558). “ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบ

สะสมทรัพย์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และ การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พงศธร สุทธิพงษ์. (2552). “การศึกษาทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค.” การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ภัทรฎา โสภาสิทธิ. (2557). “พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

มณีรัตน์ บุญยงค์, อังศุภา ซุน, มยุรี มารยาท. (2556). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. งานวิจัยได้รับทุนอุดหนุนงบประมาณจากโครงการส่งเสริมสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมเพื่อคนรุ่นใหม่ งบปี 2556. สาขาวิชาบริหารการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สำนักงานคณะกรรมการกากับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.). 5 เมษายน 2562. ความรู้เกี่ยวกับประกันชีวิต [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://www.oic.or.th/th

Maymayny. 5 เมษายน 2562. บทที่ 1 แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด(Marketing Theory) โดย ชีวรรณ เจริญสุข, Cheewan Charoensook,students doctor of business administration (DBA) [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://maymayny.wordpress.com/2014/12/07/บทที่-1-แนวคิดทฤษฎีทางการ/

Thaipublica. 5 เมษายน 2562. ฟิลิป คอตเลอร์ เจ้าของแนวคิด Marketing 3.0 [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://thaipublica.org/2013/03/philip-kotler-values-driven-marketing/

กระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC
The Process of Practicing Teaching Skills of Teacher Students Based on the Concept of MT+PLC

ธนภัทร จันทร์เจริญ
Tanaput Chancharoen
อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
Lecturer, Educational Administration Program, Faculty of Education,
Bansomdejchaopraya Rajabhat University
อีเมล์ : tanaput1090@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษาและแสวงหากระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนที่มีประสิทธิภาพสำหรับนักศึกษาครูในยุคปัจจุบันตามบริบทการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษา โดยนำแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญ 2 ประการมาบูรณาการกัน คือ 1) การฝึกทักษะการสอนแบบจุลภาค (Micro Teaching: MT) ซึ่งเป็นทักษะสำคัญที่นักศึกษาครูจำเป็นต้องได้รับการฝึกฝนในขณะที่ยังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยให้เกิดความชำนาญจนสามารถนำไปปรับใช้เพื่อจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 2) แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC) อันเป็นแนวคิดสำคัญในการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเน้นการร่วมมือรวมพลังกันและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันเพื่อการเรียนรู้ในวิชาชีพ ซึ่งครูสามารถนำแนวความคิดนี้มาปรับใช้เพื่อการพัฒนาตนเองและการพัฒนาวิชาชีพสู่การเป็นมืออาชีพได้ ผลของการสังเคราะห์แนวความคิดดังกล่าว พบว่า กระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC มีกระบวนการ 7 ขั้นตอน คือ 1) วางแผนการพัฒนา 2) ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล 3) จัดเตรียมการสอน 4) ฝึกปฏิบัติและจัดเก็บผลงาน 5) อภิปรายและประเมินผล 6) สรุปผลและประมวลความรู้ที่ได้รับ และ 7) ปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาต่อยอด

คำสำคัญ: การฝึกปฏิบัติทักษะการสอน, นักศึกษาครู, แนวคิด MT+PLC

Abstract

This article aims to study and search for an effective teaching and learning process for effective teaching skills for current student teachers in the context of educational change by integrating two basic concepts: 1) the training of micro teaching skills (MT) which student teachers need to be trained while studying at the university to create expertise which can be adapted to

manage effective learning, and 2) the concept of a community of professional learning (PLC) that Is an important concept of educational management in the 21st century, focuses on cooperation and sharing knowledge for professional learning. Teachers can apply for self-development and professional development to be the professional teachers. The result illustrates that the process of practice teaching skills of student teachers with the concept of MT+PLC consists of 7 steps as followed: 1) plan for development 2) study and analyze data 3) prepare teaching 4) practice and keep portfolio 5) discuss and evaluate 6) conclude and compile the gained knowledge, and 7) improve for further development.

Keywords: Practicing Teaching Skills, Teacher Students, Concept of MT+PLC

บทนำ

วิชาชีพครูได้รับการยกย่องว่าเป็นวิชาชีพชั้นสูง เช่นเดียวกับแพทย์ ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นการทำหน้าที่ในการพัฒนามนุษย์ ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และสามารถใช้การเรียนรู้นั้นพัฒนาคุณภาพของตนเองตลอดชีวิต ผู้ประกอบวิชาชีพครูจึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาตนเองและวิชาชีพอย่างต่อเนื่องไม่หยุดยั้งเพื่อความเป็นมืออาชีพ (ปรณัฐ กิจรุ่งเรือง และอรพิณ สิริสัมพันธ์, 2561, น. 7) ทักษะการสอนเป็นทักษะหนึ่งที่จำเป็นและมีความสำคัญอย่างมากสำหรับครู เพราะครูต้องอาศัยทักษะการสอนเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้เรียน ครูจึงต้องมีทั้งศาสตร์ (Science) และศิลป์ (Art) ในการสอน เพื่อให้มีองค์ความรู้ในการสอนที่ชัดเจนและต้องมีทักษะในการสอนอย่างน่าสนใจ จึงจะทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จนบรรลุจุดประสงค์การเรียนรู้ได้ (ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์, 2557, น. บทนำ i) ทักษะการสอนพื้นฐานที่ครูจำเป็นต้องได้รับการฝึกฝนมีอยู่หลากหลาย เช่น 1) ทักษะการนำเข้าสู่บทเรียน (Set Induction) 2) ทักษะการอธิบาย (Presentation) 3) ทักษะการใช้คำถาม (Question) 4) ทักษะการเสริมกำลังใจ (Reinforcement) 5) ทักษะการสรุปบทเรียน (Set Closure) 6) ทักษะการเร้าความสนใจ (Stimulation) 7) ทักษะการใช้กระดานชอล์กหรือไวท์บอร์ด 8) ทักษะการกระตุ้นให้คิด (Active Thinking) 9) ทักษะการใช้สื่อการสอน (Media Presentation) เป็นต้น ทักษะการสอนที่ดีและมีประสิทธิภาพเหล่านี้เป็นความสามารถหรือความชำนาญที่ไม่สามารถเกิดขึ้นเองได้หากไม่มีการฝึกฝนอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ดังนั้น สถาบันผลิตครูจึงต้องมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการพัฒนานักศึกษาครูให้มีสมรรถนะและทักษะการสอนที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ สอดรับกับแนวคิดพื้นฐานในการพัฒนาหลักสูตรครุศาสตร/ศึกษาศาสตรบัณฑิต (4 ปี) อิงสมรรถนะ ที่พัฒนาขึ้นตามนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งให้ความสำคัญกับการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนิสิตนักศึกษาครูเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะรายวิชาวิทยาการจัดการเรียนรู้ได้มีการระบุถึงการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนและการสอนแบบจุลภาคไว้ในคำอธิบายรายวิชา นอกจากนี้ยังมีการกำหนดให้นักศึกษาครูต้องลงพื้นที่ในสถานศึกษาต่างๆ เพื่อศึกษาและเรียนรู้บทบาทหน้าที่และภาระงานของครู สังเกตการณ์สอนและฝึกปฏิบัติการสอนใน

สถานศึกษาอย่างต่อเนื่องทุกปีการศึกษา ด้วยมุ่งหวังว่านักศึกษาครูผู้ซึ่งจะก้าวออกไปปฏิบัติหน้าที่ครูในอนาคตจะได้รับการฝึกฝนเกี่ยวกับทักษะการสอนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความชำนาญจนสามารถจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลโดยแท้จริง

การฝึกปฏิบัติทักษะการสอนในสถาบันผลิตครูโดยทั่วไปนั้น ยังนิยมใช้แนวคิดการสอนแบบจุลภาคเป็นเครื่องมือสำคัญในการฝึกฝนผู้เรียน เนื่องจากทักษะการสอนแบบจุลภาคเป็นการฝึกทักษะการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียนขณะที่นักศึกษายังเรียนรู้อยู่ในมหาวิทยาลัย เป็นการฝึกฝนนักศึกษาก่อนที่จะออกไปสู่สถานการณ์จริงในการฝึกทักษะวิชาชีพครู (Practicum) และฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา (Internship) กอปรกับการออกไปเรียนรู้ประสบการณ์วิชาชีพครูในสถานศึกษาเกือบทุกขั้นตอน นักศึกษาจำเป็นต้องใช้แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพเป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้องค์ความรู้ต่างๆ รวมทั้งทักษะ กระบวนการ และประสบการณ์กับครูอาจารย์และผู้บริหารในสถานศึกษา รวมทั้งเพื่อนนักศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาเอกเดียวกันและเพื่อนนักศึกษากลุ่มสาขาอื่นๆ ด้วย

จากการที่ผู้เขียนและคณะได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการประเมินหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา (ณัฐมน พันธุ์ชาตรี ธนภัทร จันทร์เจริญ และจิตตวิสุทธิ์ วิมุตติปัญญา, 2560, น. 93, 98, 102) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมด้านผลผลิต ดังนี้ 1) บัณฑิตมีความคิดเห็นว่าควรเน้นย้ำและทบทวนทักษะการสอนและการเขียนแผนการจัดการเรียนรู้ให้นักศึกษาก่อนออกฝึกประสบการณ์ และ 2) ผู้ใช้บัณฑิตมีความคิดเห็นว่า ควรพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะการผลิตสื่อการสอนที่เหมาะสมกับเนื้อหา มีความน่าสนใจและกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน ควรพัฒนาทักษะการควบคุมชั้นเรียนและการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ควรพัฒนาความสามารถในการออกแบบวิธีการวัดและประเมินผลผู้เรียนที่มีความหลากหลาย และควรจัดกิจกรรมเพิ่มประสบการณ์ในการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผลการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ทรงคุณวุฒิทางการศึกษา เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและการบริหารหลักสูตร พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิได้แนะเสนอแนวทางการพัฒนาและบริหารหลักสูตรสำหรับผู้บริหารหลักสูตรว่า ควรมีการพัฒนาศักยภาพของอาจารย์ผู้สอนให้เป็นต้นแบบที่ดีในด้านวิชาครู ทั้งด้านการใช้เทคนิคและกลวิธีการสอน การบริหารจัดการชั้นเรียน การใช้สื่อและเทคโนโลยีประกอบการสอน และการวัดและประเมินผลผู้เรียนเพื่อให้มีประสบการณ์ สามารถฝึกฝนพัฒนาผู้เรียน และให้คำปรึกษาแนะนำแก่นักศึกษาอย่างถูกต้องชัดเจนได้ ผลจากการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นมุมมอง 2 ประเด็น คือ 1) นักศึกษาที่เรียนหลักสูตรนี้ส่วนหนึ่งยังไม่ได้รับการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนให้มีความเชี่ยวชาญอย่างเพียงพอ และ 2) การฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของครูยังมีความสำคัญและมีความจำเป็นสำหรับครูอาจารย์ผู้สอนในกลุ่มวิชาชีพครู และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับนักศึกษาครูที่จะต้องเรียนรู้ ฝึกฝน และเตรียมพร้อมตนเองก่อนที่จะออกไปฝึกปฏิบัติการสอนในสถานการณ์จริงในสถานศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

โดยเหตุนี้ ผู้เขียนจึงมีความสนใจที่จะศึกษาและแสวงหากระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในยุคปัจจุบัน จากการนำแนวคิดสำคัญ 2 ประการ

คือ 1) การฝึกทักษะการสอนแบบจุลภาค และ 2) การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ มาสังเคราะห์เป็นกระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนขึ้นใหม่ ด้วยมุ่งหวังว่ากระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนที่พัฒนาขึ้นนี้จะสามารถพัฒนาทักษะการสอนต่างๆ ให้กับนักศึกษาครูและผู้ที่สนใจนำไปฝึกปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งจะส่งเสริมให้มีโอกาสได้ฝึกปฏิบัติการเพื่อสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพควบคู่กันไปอีกด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะการสอนแบบจุลภาค

การสอนแบบจุลภาค (Micro Teaching: MT) หมายถึง วิธีการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของครู ซึ่งกำหนดจุดมุ่งหมายในการฝึกฝนทักษะการสอนในแต่ละครั้งเพียงทักษะใดทักษะหนึ่งเท่านั้น โดยจัดให้มีการสอนในรูปแบบที่ย่อส่วน ทั้งขนาดห้องเรียน ความยาวของเนื้อหาบทเรียน และความยุ่งยากซับซ้อนของวิธีการสอน การฝึกปฏิบัติการสอนแบบจุลภาคแต่ละครั้งจะประกอบด้วย 1) เนื้อหาบทเรียนหนึ่งเรื่อง และ 2) การดูผลย้อนกลับของผู้สอน (Feedback) จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อนำกลับมาพิจารณาทบทวนแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการสอนในครั้งถัดไปให้ดีขึ้น (ธนภัทร จันทร์เจริญ, 2562, น. 18) การสอนแบบจุลภาคก่อกำเนิดขึ้นมาเพื่อประสานช่องว่างระหว่างทฤษฎีกับการปฏิบัติในวงการฝึกหัดครู ผลจากการศึกษาทดลองของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ดได้กลายเป็นพื้นฐานให้สถาบันการศึกษาอื่นๆ นำเอาการสอนแบบจุลภาคเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการฝึกหัดนักศึกษาครู (Allen & Ryan, 1969, p. 7) จากงานวิจัยการวิเคราะห์การสอนแบบจุลภาค: กระบวนการใหม่ในการศึกษาของครู ของ อัลแลน และฟอร์จูน (Allen & Fortune, 1966) พบว่า นักศึกษาฝึกสอนกลุ่มที่ทำการฝึกสอนแบบจุลภาคเพียง 8 สัปดาห์ๆ ละไม่ถึง 10 ชั่วโมง สามารถที่จะพัฒนาทักษะการสอนอย่างมีประสิทธิภาพในการใช้ทักษะนั้นๆ ได้สูงกว่านักศึกษาฝึกสอนกลุ่มที่ศึกษาวิชาการสอนจากตำราและอาจารย์นิเทศก์ที่เรียนสัปดาห์ละ 20-25 ชั่วโมง นอกจากนี้ ทัคแมน และโอลิเวอร์ (Tuckman & Oliver, 1968, pp. 298-301) ยังได้ค้นพบอีกว่า วิธีให้นักเรียนติชมช่วยให้ครูและนักศึกษาฝึกสอนสามารถปรับปรุงการสอนของตนเองได้ดีกว่าการฟังคำชมจากอาจารย์นิเทศก์เสียอีก นอกจากนี้การที่ครูและนักศึกษาได้ติชมตนเองนั้นยิ่งจะช่วยให้การปรับปรุงการสอนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การสอนแบบจุลภาคเป็นการฝึกหัดสอนให้กับนักศึกษาที่กลุ่มไม่ใหญ่มากนัก โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเพิ่มพูนประสบการณ์หรือทักษะการสอนเบื้องต้นก่อนการเป็นครู นอกจากนั้นยังจะช่วยให้นักศึกษาเห็นว่าการสอนไม่ใช่เรื่องยากลำบากหรือซับซ้อนอะไรมากนัก หากนักศึกษามีโอกาสเตรียมการสอนมาเป็นอย่างดี การสอนแบบจุลภาคเหมาะที่จะใช้ฝึกปฏิบัติสำหรับนักศึกษาครูให้มีโอกาสฝึกทักษะการสอนโดยใช้บทเรียนสั้นๆ ที่ใช้ระยะเวลาเพียง 5-10 นาที เป็นการสร้างความมั่นใจในการสอนและมีโอกาสการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของตนเอง ตลอดจนเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีประสิทธิภาพในการสอนให้กับนักศึกษาครูด้วย เมื่อได้ออกไปทำการสอนในสถานการณ์จริงของชีวิตการเป็นครูก็จะทำให้สอนได้ดีและเป็นครูที่มีความเชี่ยวชาญการสอน อันจะส่งผลให้เพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้แก่ผู้เรียนควบคู่กันไป (วารีรัตน์ แก้วอุไร, 2545, น. 1)

กระบวนการฝึกปฏิบัติการสอนแบบจุลภาคเริ่มต้นจากการศึกษาหลักเกณฑ์ของทักษะ ดูแบบอย่างของการสอนที่ดี แล้ววิเคราะห์แนวทางและจุดสำคัญ เพื่อวางแผน เตรียมการสอนและลงมือฝึกปฏิบัติ

ซึ่งจะต้องมีการบันทึกภาพและเสียงไว้เป็นข้อมูลสำหรับให้ผู้ฝึกทักษะได้รับข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับการกระทำของตนเอง แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะที่ได้รับ ทั้งนี้จะต้องมีการกำหนดเกณฑ์การประเมินแต่ละการกระทำที่ปรากฏในแต่ละทักษะที่ต้องการฝึกปฏิบัติอย่างชัดเจน

ประโยชน์ของการสอนแบบจุลภาคมีหลายประการ คือ 1) ช่วยให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีและปฏิบัติได้ชัดเจนและเป็นที่เข้าใจได้โดยง่าย 2) ครูได้เห็นข้อดีข้อบกพร่องของตนโดยการดูผลย้อนกลับจากเครื่องมือต่าง ๆ 3) เป็นการฝึกในลักษณะที่ปลอดภัยและให้โอกาสทดลองแก้ไขโดยไม่ต้องวิตกกังวลกับปัญหาอื่นๆ ในการสอน 4) เป็นการช่วยให้ผู้ฝึกเห็นเทคนิคการสอนในแง่มุมต่างๆ ได้กว้างขวางมากขึ้น 5) ลดความยุ่งยากในการจัดให้มีการฝึกปฏิบัติการสอนได้หลายๆ ครั้ง (พัทยา การะเจดีย์, 2545, น. 17) การสอนแบบจุลภาคมีข้อดี คือ ใช้ในการทดลองสอนและปรับปรุงวิธีสอน ใช้ทดลองสอนเพื่อปรับปรุงเนื้อหาในหลักสูตร ใช้ฝึกทักษะและสมรรถภาพในการสอนให้กับผู้ฝึก เปิดโอกาสให้ผู้สอนทดลองสอนจนพอใจ ส่วนข้อจำกัด คือ ผู้ฝึกไม่ได้พบบรรยากาศและสภาพห้องเรียนในสถานการณ์จริง และการสอนแบบจุลภาคใช้ประกอบการสอนได้แต่ใช้แทนการฝึกสอนไม่ได้ (ปัทมาพร ภูเนตร, 2553)

กระบวนการของการฝึกทักษะการสอนแบบจุลภาคต้องดำเนินการให้เป็นไปตามลำดับขั้น ซึ่ง พึงใจ สินธวานนท์ (2526, น. 319-320) ผู้ริเริ่มการฝึกปฏิบัติการสอนแบบจุลภาคในประเทศไทย ได้กำหนดกระบวนการไว้ ดังนี้ 1) ศึกษาหลักเกณฑ์ของทักษะ 2) ดูตัวอย่างการสอนที่ดีและฝึกวิเคราะห์ 3) เตรียมการสอนและเขียนบันทึกการสอน 4) ลงมือสอน บันทึกภาพ-เสียง และประเมิน 5) อภิปรายและประเมินผลการสอน 6) พิจารณาผลการสอน และ 7) ผู้สอนประมวลผลข้อที่ได้เรียนรู้ ส่วน วารีรัตน์ แก้วอุไร (2545, น. 2-3) ได้นำเสนอขั้นตอนการฝึกทักษะการสอนแบบจุลภาค ดังนี้ 1) ศึกษาหลักเกณฑ์ของทักษะจากอาจารย์ผู้สอนและเอกสารประกอบการสอน 2) ศึกษาตัวอย่างจากการสาธิตหรือสื่อ 3) เขียนบันทึกการสอนในการฝึกทักษะแบบจุลภาค 4) ลงมือสอนตามบันทึกการสอน และบันทึกเสียง-บันทึกภาพ 5) อภิปรายผลการสอน 6) สรุปผลการสอนและรับฟังข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง และ 7) ทดลองสอนซ้ำในทักษะเดียวกันตามข้อเสนอแนะอีกครั้ง นอกจากนี้ ปัญญา ธีระวิทยเลิศ นารท ศรีละโพธิ์ และกฤษณา มณีรัตน์ (2562, น. 62-63) ได้ทำการวิจัยพัฒนากระบวนการสอนแบบจุลภาคสำหรับอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์นิเทศนักศึกษาในหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม พบว่า มีกระบวนการ 9 ขั้นตอน คือ 1) ทบทวนความจำ 2) เชื่อมโยงความคิด 3) หลักการความรู้ 4) สร้างสรรค์ผลงาน 5) ลงมือปฏิบัติ (จัดการเรียนรู้ตามแผนและบันทึกภาพและเสียง) 6) แลกเปลี่ยนเรียนรู้ 7) ทบทวนปรับปรุง 8) ลงมือปฏิบัติ (ปรับการสอนและสอนอีกครั้งตามข้อเสนอแนะและผลย้อนกลับที่ได้รับ) และ 9) พัฒนาและสรุปผล

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ทักษะการสอนแบบจุลภาคมีกระบวนการในการฝึกปฏิบัติ 7 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาหลักเกณฑ์ของทักษะและตัวอย่างการสอนที่ดี 2) วิเคราะห์แนวทางและจุดสำคัญของทักษะจากตัวอย่างการสอน 3) เขียนบันทึกการสอนและเตรียมการสอน 4) ฝึกปฏิบัติทักษะการสอนโดยบันทึกภาพและเสียง 5) อภิปรายผลและประเมินผล 6) สรุปผลการสอนและประมวลผลข้อที่ได้เรียนรู้ และ 7) ปรับปรุงบทเรียนใหม่และทดลองสอนอีกครั้งหากผลของการฝึกปฏิบัติการสอนครั้งนั้นยังไม่ดีพอ

แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

จอนห์ ดิวอี้ (John Dewey) ได้ระบุว่า ภาพของโรงเรียนที่เป็น “ชุมชนแห่งการเรียนรู้” (Learning Community) นั้น มีต้นกำเนิดมาจากโรงเรียนทดลอง (Laboratory School) ซึ่งสร้างและสังกัดมหาวิทยาลัยชิคาโก้ เมื่อปี ค.ศ. 1896 และหลังจากช่วงทศวรรษ 1910 แนวคิดนี้ได้แพร่หลายไปยังแต่ละประเทศทั่วโลกจากความเคลื่อนไหวของการศึกษาสมัยใหม่ ในช่วงทศวรรษ 1970 หลังสงครามโลกครั้งที่สอง มีการสืบทอดการปฏิรูปการศึกษาในระบอบพิพัฒนิยม (Progressivism) เช่น Open School ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าเป็นหนึ่งในวิสัยทัศน์ของโรงเรียนในศตวรรษที่ 21 ในปัจจุบัน (ซาโต มานาบุ, 2562, น. 67-68) จากนั้นชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC) ก็ได้แพร่ขยายไปทั่วสหรัฐอเมริกา รวมทั้งประเทศอื่นๆ ที่ต้องการพัฒนาคุณภาพของการศึกษาของประเทศ หัวใจสำคัญที่สุดของ PLC คือ เป็นเครื่องมือการดำรงชีวิตที่ดีของครูในศตวรรษที่ 21 ที่การเรียนรู้ในโรงเรียนและมหาวิทยาลัยต้องเปลี่ยนไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง โดยครูต้องเปลี่ยนบทบาทจากครูสอน (Teacher) มาเป็น ครูฝึก (Coach) หรือผู้อำนวยความสะดวกในการเรียน (Learning Facilitator) ห้องเรียนต้องเปลี่ยนจากห้องสอน (Class Room) มาเป็นห้องทำงาน (Studio) เพราะในเวลาเรียนส่วนใหญ่ผู้เรียนจะเรียนเป็นกลุ่มโดยการทำงานร่วมกัน (Collaboration) ผ่านโครงงาน (Project Based) การศึกษาจึงต้องเปลี่ยนจากเน้นการสอนของครู มาเน้นที่การเรียนรู้ของผู้เรียน และการเรียนต้องเปลี่ยนจากเน้นการเรียนของปัจเจกบุคคล (Individual Learning) มาเป็นการเรียนร่วมกันเป็นกลุ่ม (Team Learning) ที่ไม่มุ่งเน้นการแข่งขัน แต่เน้นความร่วมมือหรือช่วยเหลือแบ่งปัน ครูต้องไม่สอนแบบบอกเนื้อหา แต่ต้องทำหน้าที่สร้างแรงบันดาลใจ สร้างความท้าทาย และความสนุกในการเรียนให้แก่ศิษย์ ผ่านการเรียนรู้จากการลงมือทำ เพื่อให้ได้เรียนรู้และฝึกฝนทักษะในศตวรรษที่ 21 นอกจากนี้ครูจะต้องชี้ชวนศิษย์ให้ร่วมกันทำสะท้อนผลร่วมกัน (Reflection) หรือทำการทบทวนหลังการทำงานหรือการปฏิบัติ (After Action Review: AAR) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้หรือทักษะที่ลึกและเชื่อมโยง ดังนั้น PLC จึงเป็นเครื่องมือให้ครูได้รวมตัวกันเป็นชุมชน เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) ในการขับเคลื่อนระดับปฏิรูปการเรียนรู้ ซึ่งเป็นการปฏิรูปที่เกิดจากภายใน (วิจารณ์ พานิช, 2559, น. 24-25)

ชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ คือ การร่วมมือรวมพลังของครู ผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการเรียนการสอนที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แบ่งปันความรู้ความสามารถ และแนวทางการปฏิบัติที่เกิดจากการนำทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติจริงในชั้นเรียน โดยการสะท้อนคิดร่วมกัน เป็นกระบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลงโดยเรียนรู้จากการปฏิบัติงานของกลุ่มบุคคลในวิชาชีพเดียวกันที่มารวมตัวกัน เพื่อส่งเสริมการทำงานร่วมกันและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ด้วยจุดมุ่งหมายที่ต้องการจะพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การวิพากษ์วิจารณ์ การทำงานร่วมกัน การร่วมมือรวมพลัง โดยมุ่งเน้นและส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้อย่างเป็นองค์รวม

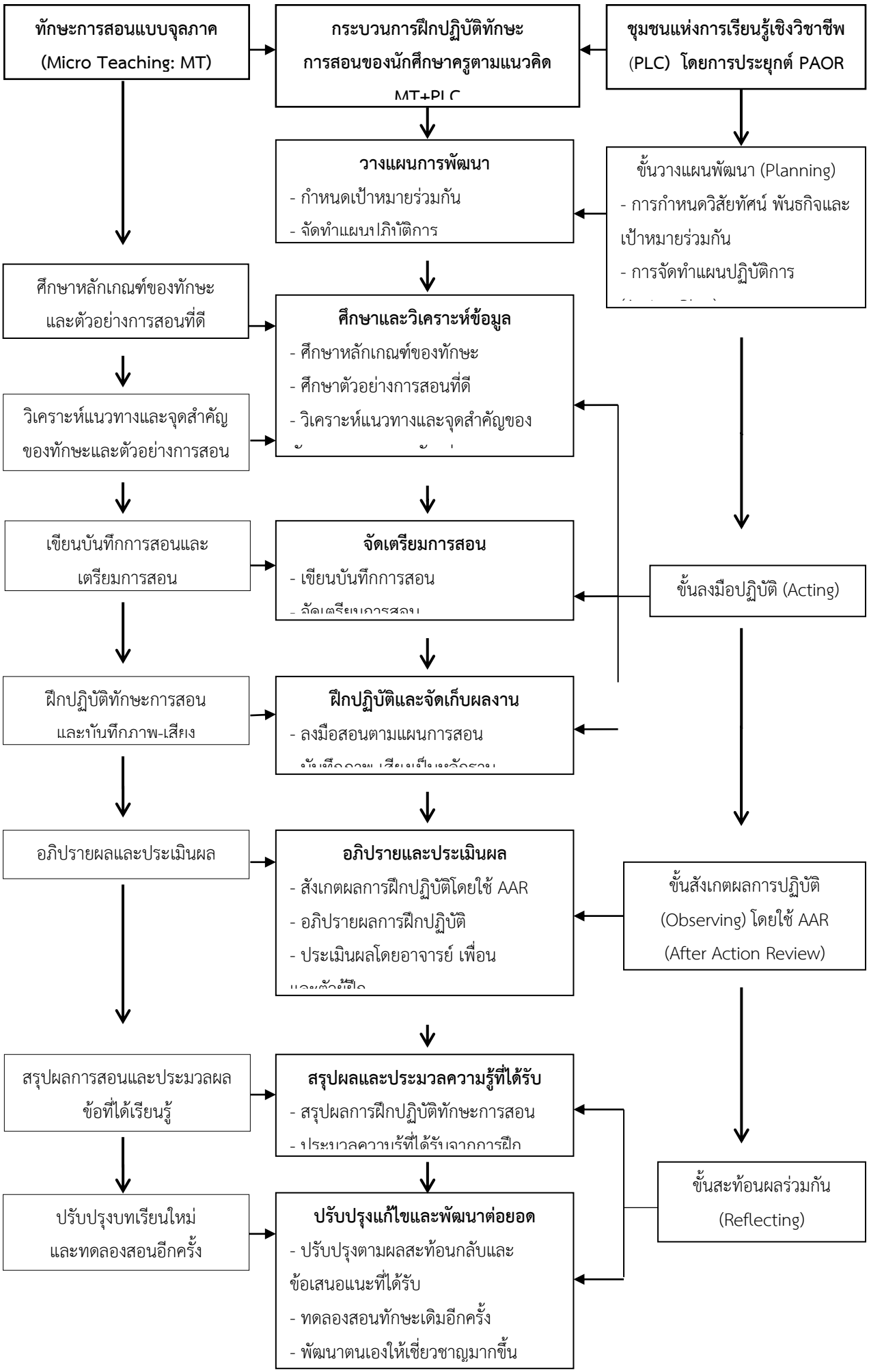
หากพิจารณาโดยวิเคราะห์แล้วจะพบว่าประโยชน์ของชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพมี ดังนี้ 1) ประโยชน์ต่อตัวผู้เรียน คือ ผู้เรียนมีความสุขในการมาเรียน เกิดการเรียนรู้อย่างกระตือรือร้น (Active

Learning) เกิดการเรียนรู้อย่างมีความหมาย (Meaningful Learning) และมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ดีขึ้น ในภาพรวม 2) ประโยชน์ต่อครูผู้สอน คือ มีความอบอุ่นใจและไม่รู้สึกโดดเดี่ยวในการทำงาน เกิดความเข้าใจในเนื้อหาสาระ (Content Knowledge) ที่สอนและการจัดการเรียนการสอน (Pedagogy) ที่เป็นปัจจุบัน เกิดความเชื่อมั่นในฝีมือการสอนของตนเองมากขึ้น และมีความกระตือรือร้นในการทำงานอย่างมีความสุข 3) ประโยชน์ต่อสถานศึกษา คือ เกิดกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ บุคลากรได้รับการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ และเกิดองค์กรแห่งความสุขคือมีบรรยากาศเชิงบวกในการทำงาน

ปัจจุบันครูมีการดำเนินการเกี่ยวกับชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพสามารถจำแนกได้ 4 ประเภท คือ 1) ชุมชนที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหา (Problem Solving Communities) 2) ชุมชนที่มุ่งเน้นแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing Communities) 3) ชุมชนที่มุ่งเน้นการค้นหาแนวปฏิบัติที่ดีกว่า (Better Practice Communities) และ 4) ชุมชนที่มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรม (Innovation Communities) ส่วนแนวทางการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพในสถานศึกษานั้นมีหลายแนวทางด้วยกัน คือ 1) การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพครูโดยวงจรวงการเรียนรู้กระบวนการ (Process Learning Circles: PrLC) 2) การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพครูโดยใช้การพัฒนาบทเรียนร่วมกัน (Lesson Study in School as Learning Community: LS in SLC) 3) การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพครูจากผลการวิจัย (PLC Model) และ 4) การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพครูโดยประยุกต์วงจรของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นวางแผนพัฒนา (Planning) ซึ่งมีขั้นตอนสำคัญ 2 ขั้น คือ การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายร่วมกัน และการจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) 2) ขั้นลงมือปฏิบัติ (Acting) 3) ขั้นสังเกตผลการปฏิบัติ (Observing) โดยใช้ AAR เป็นเครื่องมือในการสังเกตผลการปฏิบัติงาน และ 4) ขั้นสะท้อนผลร่วมกัน (Reflecting) ที่เรียกว่า PAOR (ปรณัฐ กิจรุ่งเรือง และอรพิณ สิริสัมพันธ์, 2561, น. 26, 29, 45-61) ซึ่งผู้เขียนได้พิจารณาเลือกแนวทางนี้มาใช้ในการพัฒนากระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครู เนื่องจากมีขั้นตอนของการดำเนินการที่สอดคล้องกับกระบวนการของการสอนแบบจุลภาค

กระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC

กระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC นี้ เป็นการบูรณาการแนวคิดการฝึกทักษะการสอนแบบจุลภาคกับแนวคิดชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ ซึ่งเป็นทักษะและแนวคิดที่สำคัญที่นักศึกษาครูจำเป็นต้องเรียนรู้และฝึกปฏิบัติตามบริบทของการพัฒนาหลักสูตรครุศาสตร/ศึกษาศาสตรบัณฑิต (4 ปี) อิงสมรรถนะ กระบวนการดังกล่าวนี้นักศึกษาสามารถดำเนินการรวมกลุ่มกันเพื่อฝึกปฏิบัติได้เองทั้งในและนอกเวลาเรียน ทำให้เกิดการเรียนรู้และฝึกปฏิบัติทักษะการสอนได้อย่างต่อเนื่อง อันจะส่งผลให้มีความเชี่ยวชาญในทักษะการสอนเพื่อการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ การสังเคราะห์แนวคิดเพื่อพัฒนากระบวนการดังกล่าวแสดงได้ดังภาพที่ 1


ทักษะการสอนแบบจุลภาค (Micro Teaching: MT)
กระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC
ชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ (PLC) โดยการประยุกต์ PAOR
วางแผนการพัฒนา
- กำหนดเป้าหมายร่วมกัน
- จัดทำแผนปฏิบัติการ
ขั้นวางแผนพัฒนา (Planning)
- การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมายร่วมกัน
- การจัดทำแผนปฏิบัติการ
ศึกษาหลักเกณฑ์ของทักษะและตัวอย่างการสอนที่ดี
ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล
- ศึกษาหลักเกณฑ์ของทักษะ
- ศึกษาตัวอย่างการสอนที่ดี
- วิเคราะห์แนวทางและจุดสำคัญของ
วิเคราะห์แนวทางและจุดสำคัญของทักษะและตัวอย่างการสอน
เขียนบันทึกการสอนและเตรียมการสอน
จัดเตรียมการสอน
- เขียนบันทึกการสอน
ขั้นลงมือปฏิบัติ (Acting)
ฝึกปฏิบัติทักษะการสอนและบันทึกภาพ-เสียง
ฝึกปฏิบัติและจัดเก็บผลงาน
- ลงมือสอนตามแผนการสอน
อภิปรายผลและประเมินผล
อภิปรายและประเมินผล
- สังเกตผลการฝึกปฏิบัติโดยใช้ AAR
- อภิปรายผลการฝึกปฏิบัติ
- ประเมินผลโดยอาจารย์ เพื่อน
ขั้นสังเกตผลการปฏิบัติ (Observing) โดยใช้ AAR (After Action Review)
สรุปผลการสอนและประมวลผลข้อที่ได้เรียนรู้
สรุปผลและประมวลความรู้ที่ได้รับ
- สรุปผลการฝึกปฏิบัติทักษะการสอน
ขั้นสะท้อนผลร่วมกัน (Reflecting)
ปรับปรุงบทเรียนใหม่และทดลองสอนอีกครั้ง
ปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาต่อยอด
- ปรับปรุงตามผลสะท้อนกลับและข้อเสนอแนะที่ได้รับ
- ทดลองสอนทักษะเดิมอีกครั้ง
- พัฒนาตนเองให้เชี่ยวชาญมากขึ้น

ภาพที่ 1 การสังเคราะห์กระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC

จากภาพที่ 1 อธิบายได้ว่า กระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC มีกระบวนการที่สำคัญ 7 ขั้นตอน คือ

1) **วางแผนการพัฒนา** ซึ่งเป็นขั้นนำความคิดไปสู่การกำหนดแผนการปฏิบัติการที่เป็นรูปธรรม ประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมายร่วมกันว่าจะพัฒนาทักษะการสอนใดบ้าง ใช้ระยะเวลานานเท่าใด และใครจะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องบ้าง เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความเข้าใจในสภาวการณ์และตระหนักถึงความสำคัญที่ทุกคนต้องมีส่วนร่วมสร้างสรรค์และสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน จากนั้นจะต้องจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมกันโดยกำหนดว่าจะฝึกปฏิบัติทักษะการสอนใดก่อน ดำเนินการอย่างไร ใช้สถานที่ใด เวลาใด ใครจะเป็นผู้ฝึกในลำดับก่อนหลัง โดยอาจทำเป็นกำหนดการหรือตารางปฏิบัติงานก็ได้

2) **ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล** โดยการศึกษาหลักเกณฑ์ของทักษะการสอนแต่ละทักษะตามที่ได้ตกลงกันไว้แล้วจากอาจารย์ผู้สอน เอกสารประกอบการสอน และตัวอย่างการสอนที่ดีจากการสาธิตของอาจารย์ผู้สอนหรือศึกษาจากสื่อการเรียนรู้ต่างๆ เพื่อวิเคราะห์แนวทางและจุดสำคัญของทักษะการสอนและตัวอย่างการสอนนั้น ให้เข้าใจอย่างถูกต้องชัดเจนเสียก่อน ก่อนที่จะลงมือฝึกปฏิบัติทักษะการสอนนั้นๆ

3) **จัดเตรียมการสอน** โดยผู้ที่ต้องการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนจะต้องเขียนบันทึกการสอนการฝึกทักษะการสอนแบบจุลภาคตามแบบบันทึกที่กำหนด ซึ่งประกอบด้วย ระดับชั้นที่จะสอน กลุ่มสาระการเรียนรู้และเนื้อหา (โดยย่อ) ที่จะสอน จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมในการสอน ทักษะการสอนที่ต้องการฝึกฝน อุปกรณ์ กิจกรรมครูและกิจกรรมนักเรียน โดยจะต้องพิจารณาเลือกบทเรียนที่ไม่ยากมากนัก เหมาะสมกับทักษะที่จะฝึกสอน ระดับของผู้เรียนและระยะเวลาที่ใช้สอน จากนั้นก็จัดเตรียมการสอนในเรื่องต่างๆ โดยเฉพาะเครื่องมือที่จะต้องใช้บันทึกภาพและเสียงเพื่อความพร้อมในการฝึกปฏิบัติ

4) **ฝึกปฏิบัติและจัดเก็บผลงาน** โดยลงมือสอนตามบันทึกการสอนที่กำหนด ประมาณ 5-10 นาที และในระหว่างการฝึกปฏิบัติการสอนนั้น จะต้องมีการบันทึกภาพและเสียงของผู้ฝึกสอนไว้เป็นข้อมูลในการนำไปอภิปรายและประเมินผลการสอนต่อไป ซึ่งอุปกรณ์ที่ใช้กันโดยทั่วไป คือ เครื่องบันทึกภาพ กล้องระบบดิจิทัลที่มีโปรแกรมรองรับการบันทึกภาพวีดิโอได้ หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีโปรแกรมการบันทึกข้อมูลได้ทั้งภาพและเสียง ฯลฯ ซึ่งนักศึกษาควรเรียนรู้และทำความเข้าใจกับอุปกรณ์ต่างๆ เหล่านี้ เพื่อให้สามารถใช้ได้อย่างคล่องแคล่ว หรือกรณีที่เครื่องมือหรืออุปกรณ์มีปัญหาขัดข้องจะต้องสามารถดำเนินการแก้ไขได้

5) **อภิปรายและประเมินผล** โดยใช้การทบทวนระหว่างการฝึกปฏิบัติการสอนที่เรียกว่า AAR เป็นเครื่องมือในการสังเกตผลการฝึกปฏิบัติ ร่วมกันอภิปรายผลการฝึกปฏิบัติการสอนโดยใช้หลักการสุนทรียสนทนา (Dialogue) และการวิพากษ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ฝึกปฏิบัติการสอนได้ทราบจุดดีและจุดที่ยังต้องปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนาต่อยอดของตนเองหลังจากที่ได้ฝึกปฏิบัติการสอนแล้ว ตลอดจนต้องรับฟังข้อเสนอแนะเพื่อหาแนวทางปรับปรุงการสอนของตนเองจากผู้ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงประเมินผลการฝึกปฏิบัติการสอนโดยอาจารย์ผู้สอน เพื่อนนักศึกษาและตัวผู้ฝึกเอง

6) **สรุปผลและประมวลความรู้ที่ได้รับ** การสรุปผลการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนควรพิจารณาว่าการฝึกสอนนั้นมีความถูกต้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร จากนั้นประมวลความรู้สิ่งที่ได้เรียนรู้หรือข้อค้นพบที่ได้รับจากการฝึกปฏิบัติการสอนในแต่ละครั้ง

7) **ปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาต่อยอด** หลังจากที่ได้สรุปผลและประมวลความรู้ที่ได้รับแล้ว ผู้ฝึกปฏิบัติการสอนควรพิจารณาว่า ทักษะการสอนและวิธีสอนที่ตนได้ฝึกปฏิบัตินั้นมีสิ่งใดควรปรับปรุงแก้ไขอีกหรือไม่ อย่างไร จากนั้นให้ย้อนกลับไปปรับปรุงบทเรียนใหม่ โดยอาจจะทดลองสอนซ้ำอีกครั้งหนึ่งในทักษะเดิมกับผู้เรียนกลุ่มใหม่ เพื่อปรับปรุงการสอนตามผลสะท้อนกลับและข้อเสนอแนะที่ได้รับ และต้องมีการประเมินผลการฝึกปฏิบัติการสอนซ้ำอีกครั้งหนึ่งด้วย หากผู้ฝึกปฏิบัติการสอนสรุปผลแล้ว พบว่า ผลของการฝึกปฏิบัติการสอนของตนเองนั้นผ่านการประเมินหรือมีประสิทธิภาพในระดับที่เหมาะสมแล้ว ก็ควรที่จะวางแผนในการพัฒนาทักษะการสอนของตนเองเพิ่มเติมเพื่อให้มีความเชี่ยวชาญเพิ่มมากขึ้น

แนวทางการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูด้วยกระบวนการ MT+PLC

เพื่อให้การฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูด้วยกระบวนการ MT+PLC มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตามทัศนะของผู้เขียนเห็นว่าครูผู้สอนและนักศึกษาควรที่จะดำเนินการตามแนวทางของการฝึกปฏิบัติทักษะการสอน ดังนี้

1. **ศึกษาหลักการ** การปฏิบัติสิ่งใดด้วยความเข้าใจที่ถูกต้องชัดเจนย่อมก่อให้เกิดประสิทธิผลในระดับสูงตามที่พึงปรารถนา ดังนั้น ก่อนที่จะให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติทักษะการสอนตามกระบวนการข้างต้น ครูผู้สอนจำเป็นต้องสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้เรียนก่อนว่า แนวคิดพื้นฐานของการพัฒนากระบวนการฝึกปฏิบัติการสอนนี้มาจากแนวคิดใด มีจุดมุ่งหมายอย่างไร มีขั้นตอนและแนวทางในการฝึกปฏิบัติอย่างไร เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ชัดเจน และนำไปปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม

2. **สาธิตตัวอย่าง** เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับขั้นตอนในการฝึกปฏิบัติการสอนตามแนวคิด MT+PLC ครูผู้สอนจึงควรสาธิตวิธีการปฏิบัติในขั้นตอนต่างๆ พร้อมทั้งแสดงตัวอย่างหรือสื่อการเรียนรู้ประกอบกัน เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องชัดเจนจากการสาธิตตัวอย่าง

3. **จัดสรรเวลาการฝึกปฏิบัติ** เนื่องจากการเรียนรู้ในรายวิชาการจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียนมีเนื้อหา ทักษะ และสมรรถนะที่ต้องฝึกฝนให้กับนักศึกษาจำนวนมาก ลำพังเพียงแค่เวลาเรียนในชั่วโมงเรียนนั้นอาจไม่เพียงพอสำหรับการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนต่างๆ ให้กับผู้เรียนได้อย่างครบถ้วนและทั่วถึง ครูผู้สอนจึงควรจัดสรรเวลาในชั่วโมงเรียนบางส่วนเพื่อการฝึกปฏิบัติการสอนในระยะต้นๆ เมื่อนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจและสามารถฝึกปฏิบัติการสอนได้อย่างถูกต้องครบถ้วนแล้ว ครูผู้สอนก็อาจจะมอบหมายให้แต่ละกลุ่มนัดหมายกันจัดกิจกรรมนอกเวลาเรียนเพื่อฝึกปฏิบัติการสอนตามกระบวนการที่กำหนดไว้ข้างต้น แนวคิดนี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษา เนื่องจากผู้เรียนจะมีเวลาเพิ่มขึ้นในการฝึกฝนทักษะการสอนและสามารถฝึกทักษะการสอนนั้นซ้ำได้หลายๆ ครั้ง หลายๆ ทักษะตามที่ตนต้องการ

4. **กำกับติดตามและให้คำปรึกษา** เพื่อให้การฝึกปฏิบัติการสอนนี้มีประสิทธิภาพและยังประโยชน์แก่นักศึกษาอย่างเต็มตามศักยภาพ ครูผู้สอนจึงต้องมีการกำกับติดตามการฝึกปฏิบัติของนักศึกษาเป็นระยะๆ โดยพิจารณาว่าการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนนั้นเป็นไปตามกระบวนการได้ที่กำหนดไว้หรือไม่ ถูกต้องเพียงใด และหากการฝึกปฏิบัตินั้นมีปัญหาหรืออุปสรรคเกิดขึ้น ครูผู้สอนก็ควรมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาหรือกำหนดแนวทางในการฝึกปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิมร่วมกันกับนักศึกษาด้วย

5. **ประเมินความก้าวหน้าและเรียนรู้ร่วมกัน** การประเมินผลการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC นั้น ควรเป็นการประเมินผลแบบก้าวหน้า (Progressive Evaluation) คือต้องพิจารณาเปรียบเทียบว่า ทักษะการสอนของนักศึกษาแต่ละคนพัฒนาก้าวหน้ามากขึ้นจากเดิมมากน้อยเพียงใด และมีประสิทธิภาพเพียงพอหรือเหมาะสมแล้วหรือไม่ ซึ่งครูผู้สอนจำเป็นต้องประเมินและให้ผลสะท้อนกลับเป็นระยะๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนได้แสวงหาแนวทางการพัฒนาทักษะการสอนของตนเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกันครูผู้สอนก็ควรนำประเด็นปัญหา อุปสรรค หรือเทคนิควิธีการที่ดีที่ได้ค้นพบจากการฝึกปฏิบัติของนักศึกษาในแต่ละกลุ่มมาเปิดเวทีสนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งอาจจะใช้เวลาในชั่วโมงเรียนหรือนอกเวลาเรียนก็ได้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้นี้จะเป็นประโยชน์กับนักศึกษาอย่างมาก เนื่องจากนักศึกษาแต่ละคนจะได้มีโอกาสเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ล้มเหลวหรือประสบความสำเร็จของเพื่อนผู้เรียนด้วยกัน ซึ่งนับเป็นวิธีการเรียนรู้ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพอีกแนวทางหนึ่ง

สรุป

กระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC เป็นนวัตกรรมจากการบูรณาการแนวคิดการฝึกทักษะการสอนแบบจุลภาคกับแนวคิดชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ ซึ่งเป็นทักษะและแนวคิดสำคัญที่นักศึกษาครูจำเป็นต้องเรียนรู้และฝึกปฏิบัติ กระบวนการฝึกปฏิบัติการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC นี้ มีขั้นตอนที่สำคัญในการดำเนินการ 7 ขั้นตอน แต่ละขั้นตอนมีคำอธิบายที่สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย และนักศึกษาสามารถรวมกลุ่มกันเพื่อฝึกปฏิบัติทักษะการสอนได้เองทั้งในและนอกเวลาเรียน ทำให้เกิดการเรียนรู้และสามารถฝึกปฏิบัติทักษะการสอนได้อย่างต่อเนื่อง อันจะส่งผลให้เกิดความเชี่ยวชาญในทักษะการสอนเพื่อการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น แนวทางการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC มีดังนี้ 1) ศึกษาหลักการ ให้เข้าใจถึงที่มาที่ไปอย่างถูกต้อง 2) สาธิตตัวอย่าง เพื่อให้ผู้เรียนสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องชัดเจนจากการสาธิต 3) จัดสรรเวลาการฝึกปฏิบัติ เพื่อผู้เรียนจะได้มีเวลาเพิ่มขึ้นสำหรับการฝึกฝนและสามารถฝึกทักษะการสอนแต่ละทักษะซ้ำกันได้หลายๆ ครั้ง หลายๆ ทักษะตามที่ตนต้องการ 4) กำกับติดตามและให้คำปรึกษา เพื่อให้การฝึกปฏิบัติการสอนมีประสิทธิภาพและยังประโยชน์แก่นักศึกษาอย่างเต็มตามศักยภาพ และ 5) ประเมินความก้าวหน้าและเรียนรู้ร่วมกัน ด้วยการกระตุ้นให้ผู้เรียนได้แสวงหาแนวทางการพัฒนาทักษะการสอนตนเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ที่สำคัญของเพื่อนผู้เรียนด้วยกัน อันจะทำให้กระบวนการฝึกปฏิบัติทักษะการสอนของนักศึกษาครูตามแนวคิด MT+PLC มีประสิทธิภาพและเกิดสัมฤทธิผลตามที่มุ่งหวังได้

เอกสารอ้างอิง

ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์. (2557). *ศิลปะการสอนเพื่อผู้เรียนในศตวรรษที่ 21.* กรุงเทพฯ: บริษัท วีพริ้นท์ (1991).

ณัฐมน พันธุ์ชาตรี ธนภัทร จันทร์เจริญ และจิตตวิสุทธิ์ วิมุตติปัญญา. (2560). *การประเมินหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

ธนภัทร จันทร์เจริญ. (2562). การฝึกปฏิบัติทักษะการสอน. ใน *เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียน.* (อัดสำเนา). กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

ปรณัฐ กิจรุ่งเรือง และอรพิณ สิริสัมพันธ์. (2561). *ชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพครู กลยุทธ์การยกระดับคุณภาพการศึกษา : แนวคิดสู่การปฏิบัติ.* นนทบุรี: M & N Design Printing.

ปัญญา ธีระวิทยเลิศ นารท ศรีละโพธิ์ และกฤษณา มณีรัตน์. (2562). การพัฒนากระบวนการสอนแบบจุลภาคสำหรับอาจารย์ผู้สอนและอาจารย์นิเทศนักศึกษาในหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 11*(1) 59-68.

ปัทมาพร ภูเนตร. (2553). *การสอนแบบจุลภาค.* สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2562. จาก: http://moonoiipattamaporn.blogspot.com/2010/08/blog-post_22.html.

พัทยา การะเจดีย์. (2545). *เอกสารประกอบการสอนวิชาศึกษา 363 ประสบการณ์วิชาชีพครู 3 Professional Experiences for Teacher III.* (เอกสารอัดสำเนา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พึงใจ สินธวานนท์. (2526). หน่วยที่ 8 การฝึกทักษะการสอนจุลภาค. *ในเอกสารประกอบการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพศึกษาศาสตร์ หน่วยที่ 1-8.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

ซาโต, มานาบุ. (2562). *การปฏิรูปโรงเรียน แนวความคิด “ชุมชนแห่งการเรียนรู้” กับการนำทฤษฎีมาปฏิบัติจริง* [Manabi no kyodotai nokoso to jissen]. (กุลกัลยา ภู่สิงห์, ผู้แปล) (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. 2012).

วารีรัตน์ แก้วอุไร. (2545). *ทักษะการสอนเบื้องต้น.* สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2562. จาก: http://www.oocities.org/ya_bah/instruction.pdf.

วิจารณ์ พานิช. (2559). *บันเทิงชีวิตครูสู่ชุมชนการเรียนรู้.* กรุงเทพฯ: บริษัท เอส. อาร์. พริ้นติ้ง แมสโปรดักส์.

Allen, D. W. & Fortune, J. C.. (1966). An Analysis of Microteaching: New Procedure In Teacher Education. *Microteaching: A Description*, Standford University: School of Education.

Allen, D. W. & Ryan, Kelvin. (1969). *Microteaching.* Reading, MA: Addison Wesley Publishing Company Inc.

Tuckman, B. W. & Oliver, W. P.. (1968). Effectiveness of Feedback to Teacher as a

Function of Source. *Journal of Educational Psychology. 59*(4) 298-301.

อิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน

The Influence of Social Media on Decision Making to Buy Cats for Adopting of Working Age

มัทนียา ปรีชาธนาดุล
Mattaneeya Preechathanadul
สาขาวิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ คณะมนุษยศษสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Communication Arts and Information, Faculty of Humanities, Kasetsart University
อีเมล์: mattaneeya.pr@ku.th
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว, **Ph.D.**
Assistant Professor, Saranthron Sasithanakornkeaw
ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์คณะมนุษยศษสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University
อีเมล์: **fhumsts@ku.ac.th**

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว กับความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมวของคนวัยทำงาน 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว กับทัศนคติต่อการเลี้ยงแมวของคนวัยทำงาน 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว กับการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน และ 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ที่เคยซื้อแมวมาเลี้ยง และมีการติดตามข่าวสารผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ที่มีอายุตั้งแต่ 18 - 59 ปี จำนวน 400 โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า 1) การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับกับความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว 2) ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว 3) ทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน 4) การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน ซึ่งการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงานมากที่สุด รองลงมาคือ ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) พันทิป (Pantip) และยูทูป (Youtube) ตามลำดับ

คำสำคัญ : อิทธิพลของสื่อออนไลน์, การตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยง, ทัศนคติ

Abstract

The purposes of this research were 1) To study the correlation between information exposure about adopting cats and knowledge about adopting cats of working age. 2) To study the correlation between knowledge about adopting cats and the attitudes to adopting cats of working age. 3) To study the correlation between attitudes about adopting cats and the decision to buying cats for adopting of working age. And 4) To study the influence of information exposure about adopting cats through social media that affects the decision to buy cats for adopting of working age. The sample population consisted of 400 that used to buy cats for adopting and follow news in social media that have the ages between 18 - 59 years. The statistic for analysis was Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis.

The research finding that 1) Exposure to information about adopting cats in social media has a correlation with the knowledge about adopting cats. 2) The knowledge about adopting cats has a correlation with the attitudes to adopting cats. 3) The attitudes about adopting cats has a correlation with the decision to buy cats for adopting of working age. 4) Exposure to information about adopting cats in social media has a correlation with decision making to buy cats for adopting of working age. The exposure to information about adopting cats through Facebook has the most influence on decision making to buy cats for adopting of working age and followed by Twitter, Instagram, Pantip, and Youtube, respectively.

Keywords : The influence of social media, Decision making to buy cats, Attitude

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทคโนโลยีและการดำรงชีวิตของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและกาลเวลา เช่นเดียวกับการดำเนินงานธุรกิจที่จะต้องอาศัยการตลาดเพื่อที่จะพัฒนาให้ครองใจผู้บริโภค เครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดก็ย่อมมีการเปลี่ยนแปลง ปัจจุบันนี้หลีกเลี่ยงไม่ได้กับการต้องอาศัยเทคโนโลยีผ่านอินเทอร์เน็ตมาช่วยการดำเนินการทางการตลาด โดยผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดประเภทหนึ่งที่เรียกว่า การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) ซึ่งเป็นตัวช่วยที่สำคัญของนักธุรกิจในประเทศไทย และมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเป็นอย่างมากในยุคปัจจุบัน (จิดาภา ทัดหอม, 2560)

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับบ่อย ได้แก่การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน การเข้าไปอัพเดทข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวในสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสนิยมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ปณิชา นิติพรมงคล, 2554)

จากข้อมูลของ Thailand Internet User Profile 2018 จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้งาน Internet ของคนไทยพบว่า คนไทยใช้ Internet เฉลี่ยเกือบ 10 ชั่งโมงต่อวัน

และจากสภาพสังคมยุคใหม่ที่ครอบครัวคนไทยจะมีขนาดเล็กลง เนื่องจากคนโสดมีมากขึ้น แต่งงานช้า มีลูกช้าและมีน้อยลง มีคนที่อาศัยอยู่ตามลำพังมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ต้องหาหรือมีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อนคลายเหงาที่สามารถเลี้ยงได้อย่างใกล้ชิด ประกอบกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมความเป็น Pet Parents ที่เริ่มเกิดขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 2000 ซึ่งการมีพฤติกรรมในลักษณะ Pet Parents นั้น คือที่ดูแลเอาใจใส่สัตว์เลี้ยงอย่างดีเสมือนหนึ่งเป็นสมาชิกในครอบครัวจากการวิจัยในประเทศสหรัฐอเมริการะบุว่า สัตว์เลี้ยงในมุมมองของเจ้าของนั้นถูกกำหนดบทบาท เป็นสมาชิกของครอบครัวที่ใกล้ชิดมากที่สุด (So, S. 2012) ในขณะที่ประเทศไทย เริ่มมีแนวคิด เกี่ยวกับพฤติกรรมความเป็น Pet Parents เช่นเดียวกัน โดยพบว่าสภาพสังคมและวัฒนธรรมในปัจจุบัน มีค่านิยมการยกย่องสัตว์เลี้ยงเสมือนลูก โดยกลุ่มคนรักสัตว์นั้นไม่ได้มองว่าสัตว์เลี้ยงมี สถานภาพที่ต่ำกว่าคนแต่มองว่าสัตว์เลี้ยงมีสถานภาพที่ไม่ต่างจากคน (ปัทมา เหมือนสมัย, 2557) โดยผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงได้กำหนดให้ตนเองเป็นพ่อหรือแม่ด้วย

ซึ่งจากสภาพสังคมของคนวัยทำงานส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่คอนโดมิเนียมหรืออพาร์ตเม้นท์ ทำให้คนไทยเลี้ยงแมวเพิ่มมากขึ้น เพราะแมวเป็นสัตว์เลี้ยงที่มีรูปร่างเล็ก เลี้ยงง่าย และไม่ส่งเสียงดัง และด้วยลักษณะนิสัยของแมวเป็นสัตว์ที่รักความสะอาด แมวใช้เวลาในการนอนเฉลี่ย 16 ชั่วโมงต่อวัน ทำให้ผู้เลี้ยงไม่ต้องกังวลว่าจะต้องให้เวลากับแมวในขณะที่เจ้าของต้องออกไปทำงานข้างนอก ใช้พื้นที่ในการเลี้ยงน้อยกว่าสุนัข กินอาหารน้อยกว่า และเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลน้อยกว่า

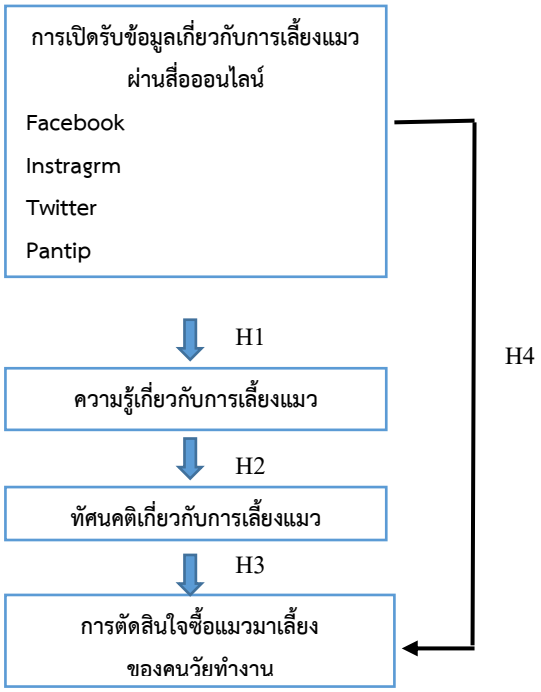
จากกระแสความนิยมในการเลี้ยงแมวที่เพิ่มขึ้นดังที่กล่าวข้างต้นนั้น กลุ่มคนรักแมว หรือแม้แต่ฟาร์มเพาะพันธุ์แมวก็ได้ใช้การสื่อสารบนสื่อออนไลน์กันอย่างแพร่หลายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกลุ่มคนเลี้ยงแมวและผู้ที่สนใจเกี่ยวกับแมว

ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา อิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงานว่ามีมากน้อยเพียงใด และต้องการที่จะทราบว่าสื่อออนไลน์ใดที่มีอิทธิพลมากที่สุดเพื่อศึกษาถึงแนวโน้มในการเลี้ยงแมวของคนวัยทำงานว่ามีความสนใจที่จะเลี้ยงแมวมากน้อยแค่ไหน และผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงยังสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการวางแผนธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลี้ยงแมวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว กับความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมวของคนวัยทำงาน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว กับทัศนคติต่อการเลี้ยงแมวของคนวัยทำงาน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว กับการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย



อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาผู้ที่เคยซื้อแมวมาเลี้ยง และมีการติดตามข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอายุตั้งแต่ 18 - 59 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามผ่านทางแบบสอบถาม online จำนวน 400 ชุด และหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในงานวิจัย โดยความเชื่อมั่นของการเปิดรับสื่อออนไลน์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.838 ความเชื่อมั่นของแบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.729 ความเชื่อมั่นของทัศนคติ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.806 และความเชื่อมั่นของการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยง มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.765

2. นำมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) อธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว ทัศนคติต่อการเลี้ยงแมว และการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยง และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) การทดสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในการทดสอบสมมติฐาน และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว	Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว	Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน	Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน	Multiple Regression Analysis

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 77.25 อายุ 31-40 ร้อยละ 45.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นร้อยละ 67.00 มีสถานภาพสมรสเป็นโสด ร้อยละ 72.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,000 - 30,000 บาท ร้อยละ 31.75 อาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 32.75

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.34, S.D. = 0.77)

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมวอยู่ในระดับมาก จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 84.8 รองลงมาคือระดับปานกลาง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3

ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อการเลี้ยงแมว

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเลี้ยงแมวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.38, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณประโยชน์ของการเลี้ยงแมว ($\overline{X}$ = 4.64, S.D. = 0.48) ด้านที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ คุณสมบัติของแมว ($\overline{X}$ = 4.12, S.D. = 0.84)

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยง

กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.26, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณารายขั้นพบว่า ขั้นที่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ขั้นพฤติกรรมหลังการซื้อ ($\overline{X}$ = 4.53, S.D. = 0.64) ขั้นการแสวงหาข้อมูล ($\overline{X}$ = 4.43, S.D. = 0.69) และขั้นการตระหนักถึงปัญหา ($\overline{X}$ = 4.27, S.D. = 0.89) ขั้นที่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ขั้นการประเมินทางเลือก ($\overline{X}$ = 4.10, S.D. = 0.84) และขั้นการตัดสินใจซื้อ ($\overline{X}$ = 3.98, S.D. = 0.95)

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ กับความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว

การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์	**ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว**		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	P-Value	ระดับความสัมพันธ์
เฟซบุ๊ก (Facebook)	0.367	0.000*	ต่ำ
อินสตาแกรม (Instagram)	0.268	0.000*	ต่ำ
ทวิตเตอร์ (Twitter)	0.399	0.000*	ต่ำ
พันทิป (Pantip)	0.141	0.005*	ต่ำมาก
ยูทูป (Youtube)	-0.107	0.033*	ต่ำมาก
รวม	**0.300**	**0.000***	**ต่ำ**

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ กับความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว พบว่ามีค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับกับความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว ซึ่งมีความคามสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ (r = 0.300) เมื่อพิจารณาการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์รายสื่อออนไลน์พบว่า ทุกสื่อมีความสัมพันธ์กับ ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว โดยทวิตเตอร์ (Twitter) มีความสัมพันธ์สูงที่สุด (r = 0.399) รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) (r = 0.367) อินสตาแกรม (Instagram) (r = 0.268) พันทิป (Pantip) (r = 0.141) และยูทูป (Youtube) (r = 0.107) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว กับทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว

ทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว	**ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว**		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	P-Value	ระดับความสัมพันธ์
คุณสมบัติของแมว	0.385	0.000*	ต่ำ
คุณประโยชน์ของการเลี้ยงแมว	0.365	0.000*	ต่ำ
รวม	**0.427**	**0.000***	**ปานกลาง**

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว กับทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวโดยรวม พบว่ามีค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว

ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (r = 0.427) เมื่อพิจารณาทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับ ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว โดยคุณสมบัติของแมว มีความสัมพันธ์สูงที่สุด (r = 0.385) รองลงมาคือ คุณประโยชน์ของการเลี้ยงแมว (r = 0.365)

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว กับการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน

การตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยง	**ทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว**		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	P-Value	ระดับความสัมพันธ์
ขั้นการตระหนักถึงปัญหา	0.702	0.000*	สูง
ขั้นการแสวงหาข้อมูล	0.574	0.000*	ปานกลาง
ขั้นการประเมินทางเลือก	0.603	0.000*	สูง
ขั้นการตัดสินใจซื้อ	0.592	0.000*	ปานกลาง
ขั้นพฤติกรรมหลังการซื้อ	0.572	0.000*	ปานกลาง
รวม	**0.777**	**0.000***	**สูง**

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวโดยรวม กับการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน พบว่ามีค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก นั่นคือ ทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวโดยรวม มีความสัมพันธ์ กับการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน ซึ่งมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง (r = 0.777) เมื่อพิจารณาการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงานรายขั้น พบว่า ทุกขั้นมีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวโดยรวม โดยขั้นการตระหนักถึงปัญหา มีความสัมพันธ์สูงที่สุด (r = 0.702) รองลงมาคือ ขั้นการประเมินทางเลือก (r = 0.603) ขั้นการตัดสินใจซื้อ (r = 0.592) ขั้นการแสวงหาข้อมูล (r = 0.574) และขั้นพฤติกรรมหลังการซื้อ (r = 0.572)

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน

ตารางที่ 5 สัมประสิทธิ์การถดถอย โดยวิธีการนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter)

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P-Value	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	β			Tolerance	VIF
(Constant)	2.255	0.167		13.520	0.000*		
Facebook (X_1)	0.365	0.039	0.404	9.300	0.000*	0.825	1.213
Instagram (X_2)	0.064	0.029	0.114	2.161	0.031*	0.556	1.798
Twitter (X_3)	0.111	0.024	0.246	4.652	0.000*	0.553	1.808
Pantip (X_4)	0.067	0.032	0.113	2.105	0.036*	0.543	1.841
Youtube (X_4)	-0.123	0.029	-0.204	-4.190	0.000	0.653	1.531

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน ซึ่งพิจารณาจากค่า P-Value ที่น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ประกอบไปด้วย สื่อออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) พันทิป (Pantip) และยูทูป (Youtube)

เมื่อพิจารณา Standardized Coefficients Beta ของการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน พบว่า การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงานมากที่สุด

อภิปรายผล

1. การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ทุกสื่อมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว โดยทวิตเตอร์ (Twitter) มีความสัมพันธ์สูงที่สุด รองลงมาคือเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) พันทิป (Pantip) และยูทูป (Youtube) ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bloom (1971) ที่กล่าว่า ความรู้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป โดยเน้นความจำเกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ ที่ได้รับจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ความรู้ หมายถึงรายละเอียดข้อมูลที่มนุษย์ได้รับจากประสบการณ์ที่ผ่านมา และยังสอดคล้องกับวานวิจัยของศรันย์ ยี่หลั่นสุวรรณ (2558) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อโครงการส่งเสริมสังคม ของผู้นำเยาวชนประเทศอาเซียน และ ญี่ปุ่น ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสาร อยู่ในระดับดีมาก และมีแนวโน้มพฤติกรรมต่อโครงการ ส่งเสริมสังคมของผู้นำเยาวชนประเทศอาเซียน และญี่ปุ่น ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ใน ระดับดีมาก โดยมีแนวโน้มในการตั้งใจจะพัฒนาสังคมและประเทศชาติอย่างยั่งยืน

2. ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว โดยคุณสมบัติของแมว มีความสัมพันธ์สูงที่สุด รองลงมาคือ คุณประโยชน์ของการเลี้ยงแมว กล่าวคือหากผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมวอยู่ในระดับมาก ก็จะส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Roger (1978) ที่กล่าวว่า เมื่อผู้รับสารได้รับ สารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะทำให้เกิดทัศนคติ และขั้นตอนสุดท้ายคือการก่อให้เกิดการกระทำ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพาฝัน วงศ์สามศร (2559) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีน พบว่าความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีน มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกันกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยโดยรวม

3. ทัศนคติเกี่ยวกับการเลี้ยงแมว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง โดยขั้นการตระหนักถึงปัญหามีความสัมพันธ์สูงที่สุด รองลงมาคือ ขั้นการประเมินทางเลือก ขั้นการตัดสินใจซื้อ ขั้นการแสวงหาข้อมูล และขั้นพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process) ในขั้นตอน การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) โดยผู้บริโภคจะพิจารณรา คุณสมบัติ (Attributes) และประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับ (Benefit) คือ การพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ และคุณสมบัติของสินค้าว่า สามารถทำอะไรได้บ้างหรือมีความสามารถแค่ไหน (Gibson Ivancevich and Donnelly, 1997) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งอธิบายได้ด้วยโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) กล่าวคือ ทัศนคติต่อสินค้าซึ่งส่งผลมาจากความรู้เป็นสิ่งกระตุ้นหนึ่งที่ส่งผลต่อ กระบวนการความคิดของผู้บริโภค ก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าหรือบริการในที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดารัตน์ ปสันน์สิริคุณ และจิราภา พึ่งบางกรวย (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของประชาชนในจังหวัดชลบุรี ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า การมีทัศนคติด้านพฤติกรรมที่มากขึ้น ส่งผลให้มีพฤติกรรมการตั้งใจซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ที่มากขึ้น กล่าวคือผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าความไว้วางใจต่อบริษัทหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน

4. การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการเลี้ยงแมวผ่านสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงานมากที่สุด รองลงมาคือ ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) พันทิป (Pantip) และยูทูป (Youtube) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process) ในขั้นตอน การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for Information) เช่นจากแหล่งข่าวทั่วไป (Public Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (Gibson Ivancevich and Donnelly, 1997) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ

พรรณิสา บัวรา (2559) ที่ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ การตัดสินใจซื้อ อาหารปรุงสำเร็จพร้อมทานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสำเร็จพร้อมทานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครอย่าง นั่นคือเมื่อบุคคลการเปิดรับร้านอาหารผ่านสื่อสังคมออนไลน์และได้เข้าชมรายละเอียดต่างๆในการขาย การโฆษณา และปัจจัยแวดล้อมที่มีความเหมาะสมอาจก่อให้เกิดความพึงพอใจและสามารถส่งผลไปสู่การตัดสินใจซื้อได้

ข้อเสนอแนะ

1. เนื้อหาทางการตลาดผ่านทางสื่อออนไลน์ ที่ควรนำมาสร้างเป็นกลยุทธ์ โดยพิจารณาจากระดับการเปิดรับเนื้อหาเชิงการตลาดของสื่อออนไลน์ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ประเภทเนื้อหา (Content) สร้างอารมณ์หรือความบันเทิง เช่น รูปภาพหรือคลิปวีดีโอน่ารัก ๆ ของแมว หรือภาพแมวถูกทารุณกรรมที่ต้องการความช่วยเหลือ 2) ประเภทเนื้อหา (Content) ให้ความรู้ คำแนะนำต่าง ๆ เช่นความรู้เกี่ยวกับสายพันธุ์แมว ลักษณะนิสัยของแมว 3) ประเภทเนื้อหา (Content) บอกแนวทางแก้ปัญหา เช่น การแก้ปัญหาแมวไม่ยอมใช้กระบะทราย หรือปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้เลี้ยงแมว

2. สื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และ ทวิตเตอร์ (Twitter) ดังนั้นควรเน้นไปที่สื่อเหล่านี้เป็นพิเศษ ในการนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการถ่ายทอดไปยังกลุ่มเป้าหมาย

3. ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมว มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการเลี้ยงแมว ดังนั้นหากสามารถเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงแมวให้แก่ผู้บริโภคได้ จะสามารถเพิ่มทัศนคติไปทางที่ดีในการเลี้ยงแมวให้แก่ผู้บริโภคได้ โดยความรู้ในการเลี้ยงแมว เกี่ยวกับสายพันธุ์แมว มีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด ดังนั้นควรสร้าง Content ที่เกี่ยวกับสายพันธ์แมวชนิต่าง ๆ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีในด้านคุณสมบัติของแมว และคุณประโยชน์ของการเลี้ยงแมว

เอกสารอ้างอิง

จิดาภา ทัดหอม. (2560). *การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธิดารัตน์ ปสันน์สิริคุณ และจิราภา พึ่งบางกรวย. (2560). ทัศนคติการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของประชาชนในจังหวัดชลบุรี. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 6(2), 30-42

ปณิชา นิติพรมงคล. (2554). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.* บทความทางวิชาการ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ปัทมา เหมือนสมัย. (2557). *คำอ้างถึงบุรุษในภาษาไทยในการอ้างถึงและพูดคุยกับสัตว์เลี้ยง.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาศาสตร์ประยุกต์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พรรณิสา บัวรา. (2559). ทัศนคติการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของประชาชนในจังหวัดชลบุรี. ใน *การประชุมวิชาการและนำาเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 6* (น.323-331). กรุงเทพ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

พาฝัน วงศ์สามศร. (2559). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวจีน.* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. (2536). *ทฤษฎีการสื่อสาร : Communication Theory.* กรุงเทพมหานคร: มหาวิยาลัยรามคำแหง.

วจนะ ภูผานี. (2552). *Consumer's decision making.* สืบค้นจาก http://www.slideshare.net/kingkongzaa/consumers-decision-making-ch-11.

วิจารณ์ พานิช. (2548). *การจัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ.* กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการ ความรู้ เพื่อสังคม.

ศรันถ์ ยี่หลั่นสุวรรณ. 2558. *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อ โครงการส่งเสริมสังคม ของผู้นำเยาวชนประเทศอาเซียน และ ญี่ปุ่น ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook).* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2561). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 Thailand Internet User Profile 2018.* กรุงเทพมหานคร: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

Bloom,Benjamin S.,et al. (1971). Hand book on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York: Mc Graw-Hill Book Company

Gibson, James L., Ivancevich, John M. and Donnelly, James H., Jr. (1997). *Organizations, Behavior Structure Processes.* International Edition. United States of America: Irwin/McGraw-Hill.

Roger, E. M., & Storey, J. D. (1987). *Communication campaign***.** In C. Berger and S. H. Chaffee (Eds.), Handbook of communication science. Newbury Park, CA: n.p.

So, S. (2012). *Pets' position within the family structure from the owners' perspective: Sources and consequences of owners' views (Order No. 1532404).* Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1287053302). Retrieved from https://search.proquest.com/docview/1287053302?accountid=44809

อิทธิพลของการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

The Influence of Product Placement in Korean Drama Series on Brand Image, Attitude, and Purchase Intention Among Consumers.

พชรวรรณ แจ่มจันทร์
Pacharawan Jaemjan
นิสิตปริญญาโทสาขาวิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Master of Arts (Communication Arts and Information), Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University
รองศาสตราจารย์นธกฤต วันต๊ะเมล์, Ph.D.
Associate Professor Nottakrit Vantamay, Ph.D.
ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University
อีเมล์: Pacharawan.jj@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลี ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค (2) ความแตกต่างของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีจำแนกตามลักษณะทางประชากร (3) อิทธิพลของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (4) อิทธิพลของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ (5) อิทธิพลของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ใน ซีรีย์เกาหลีต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คือ เพศชายและเพศหญิงอายุ 21-30 ปี วัยทำงานตอนต้น ที่มีพฤติกรรมเปิดรับชมซีรีย์เกาหลีอย่างน้อย 1 เรื่อง จำนวน 400 คน ในกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าเฉลี่ยแบบ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีภาพรวมอยู่ในระดับที่เห็นบ่อยครั้ง ($\bar{X}$ = 3.78) ระดับภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.83) ระดับทัศนคติโดยรวมอยู่ใน

ระดับเฉยๆ ($\bar{x}$ = 3.39) และระดับความตั้งใจซื้อโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 2.93) (2) การเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีแตกต่างกันตามเพศ (3) อิทธิพลของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิก (β = .196) และการวางผลิตภัณฑ์แบบบุคคลใช้ผลิตภัณฑ์ (β = .314) (4) อิทธิพลของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิก (β = .224) และการวางผลิตภัณฑ์แบบบุคคลใช้ผลิตภัณฑ์ (β = .158) (5) อิทธิพลของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อความตั้งใจซื้อของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิก (β = .371)

คำสำคัญ: การวางผลิตภัณฑ์, ซีรีย์เกาหลี, ภาพลักษณ์, ทัศนคติ, ความตั้งใจซื้อ

Abstract

The objectives of this research are to study (1) the exposure of product placement in Korean drama series, Product's image, Attitude towards the product and purchase intention (2) differences in exposure of product placement in Korean drama series classified by demographic characteristics (3) the influence of product placement exposure in Korean drama series towards product's image (4) the influence of product placement exposure in Korean drama series towards to product's attitude (5) the influence of product placement exposure in Korean drama series towards the purchase intention. Quantitative survey method is being used for this research and using questionnaire as a method to gather all information. The research includes 400 samplings, aged between 21-30 years old, both male and female with early working age and contemporarily living in Bangkok, and watching at least 1 Korean drama series. The tool used for data collection was questionnaire. The result of the research is described by using descriptive statistical analysis through frequencies, percentage and standard deviation. Also, with the Inferential Statistics Analysis including of t-test, one-way analysis of variance (ANOVA) and multiple regression analysis with statistical significance of 0.05.

The results of the research showed that (1) the sample groups are exposure often through product placement ($\bar{x}$ = 3.78). The level of product's image is high ($\bar{x}$ = 3.83), product's attitude is moderate ($\bar{x}$ = 3.39) and the intention of buying products is moderate

($\bar{x}$ = 2.93). (2) The exposure for product placement towards Korean drama series varies by gender. (3) The influence of product placement exposure in Korean drama series is towards product's image such as graphic product placement (β = .196) and product placement used in person (β = .314). (4) The influence of products placement exposure in Korean drama series towards product's attitude are graphic product placement (β = .224), product placement used in person (β = .158) (5) Products placement exposure in Korean drama series which have influenced the purchase's intention is graphic product placement (β = .371)

Keyword: Product Placement, Korean Drama Series, Brand Image, Attitude, Purchase Intention

บทนำ

การสื่อสารการตลาด (Marketing Communications) นับเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญขององค์กรในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่างๆขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ในยุคปัจจุบัน ธุรกิจมีการแข่งขันสูงมาก (นธกฤต วันต๊ะเมล์, 2557) การใช้การสื่อสารการตลาดในรูปแบบเดิมอาจจะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคยุคใหม่รู้ทันและพยายามหลีกหนีจากสารที่องค์กรพยายามสื่อสารออกไป เจ้าของผลิตภัณฑ์หรือนักการตลาดจึงพยายามหาช่องทางใหม่ๆและวิธีในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ตนเองได้เปรียบในการแข่งขัน และครองใจผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการทำการส่งเสริมการตลาด (Sale Promotion) การจัดกิจกรรม (Event) การจ้างคนดังมานำเสนอขายสินค้า (Presenter) หรือแม้แต่การวางผลิตภัณฑ์ในละคร (Product Placement)

การวางผลิตภัณฑ์ หรือที่เรียกว่า Product Placement เป็นการสอดแทรกผลิตภัณฑ์เข้าไปในส่วนเนื้อหาของรายการ ไม่ว่าจะเป็นละคร หรือ ภาพยนตร์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสารและซึมซับเข้าไปอย่างแนบเนียนที่สุด นับว่าเป็นการสื่อสารการตลาดที่ค่อนข้างได้รับความนิยม มักถูกใช้เพื่ออุดช่องโหว่พฤติกรรมการเปิดรับโฆษณาและเป็นการหนีภาวะความชุกของโฆษณาในช่วงเวลาออกอากาศโฆษณาตรง มีทั้งหมด 3 วิธีการหลัก คือ 1) การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิก 2) การวางผลิตภัณฑ์แบบวัตถุ และ 3) การวางผลิตภัณฑ์แบบบุคคลใช้ผลิตภัณฑ์ (ธาม เชื้อสถาปนศิริ, 2552)

กระแสเกาหลี หรือ “Hallyu” ได้เข้ามามีอิทธิพลในประเทศไทยด้วยภาพยนตร์ยุคบุกเบิกอย่าง My Sassy Girl และ ละครซีรีย์โทรทัศน์ แดจังกึม ในปี 2548 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และแม้ว่าเวลาจะผ่านมานับ 10 ปีแล้วที่กระแสเกาหลีเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยแต่ก็ไม่ได้ทำให้กระแสจางหายลงไป ด้วยกระแสเหล่านี้ทำให้เกิดเว็บไซต์ดูซีรีย์และรายการทีวีถูกกฎหมายอย่าง Viu โดยมีกระแสตอบรับจากแฟนๆชาวไทยกว่า 820,000 คน เนื่องจากผู้ชมสามารถรับชมซีรีย์และรายการบันเทิงในเวลาใกล้เคียงกับประเทศเกาหลี อีกทั้งยังมีบรรยายเป็นภาษาไทย (Doodoot, 2016)

จากการเข้ามามีอิทธิพลในประเทศไทย ซีรีย์เกาหลีได้สร้างค่านิยมแฟชั่นเกาหลีให้กับประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นการทานอาหาร ภาษา การแต่งกาย การแต่งหน้า ไปจนถึงซื้อผลิตภัณฑ์ตามนักแสดงในซีรีย์ ทำให้เกิดธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการจากประเทศเกาหลีมากมายในประเทศไทย นอกจากนี้สินค้าบางประเภทที่ยังไม่มีขายในประเทศไทย จึงมีร้านค้าบางร้านทำการพรีออเดอร์สินค้าเข้ามาจากประเทศเกาหลี เพราะความนิยมที่เกิดจากการรับชมสินค้าที่ถูกวางในซีรีย์เกาหลี (ปัณฑิตา โรจนกนันท์, 2559)

สิ่งที่ทำให้ซีรีย์ครองใจกลุ่มผู้ชมหลายประเทศทั่วโลกเนื่องจากซีรีย์เกาหลีมีโครงเรื่องที่หลากหลายรูปแบบที่น่าสนใจ ทั้งคอมเมดี้ ดราม่า เมโลดราม่า อาชญากรรม หรือ แนวย้อนยุค และอีกมากมาย นอกจากจะมีการดำเนินเรื่องที่น่าสนใจและสนุกสนานแล้ว สิ่งหนึ่งที่ซีรีย์ได้แสดงให้ผู้ชมเห็นอย่างชัดเจนคือ การวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์ ซึ่งในปัจจุบันมีการวางผลิตภัณฑ์อยู่ในซีรีย์แบบชัดเจนเพื่อให้เป็นจุดสนใจของผู้ชม เช่น ซีรีย์ยอดนิยม Goblin ที่ไม่ได้โด่งดังเพียงแค่ประเทศเกาหลี แต่ยังโด่งดังไปทั่วโลกทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏในซีรีย์เรื่องนี้มีความนิยมและต้องการในต่างประเทศมากขึ้น เช่น เทียน แบรนด์ 25 candle มียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 76% (Goblin 도깨비 Thailand fans, 2017) หรือ ซีรีย์เกาหลีเรื่อง Descendants of the Sun ที่มีการวางผลิตภัณฑ์อย่าง Laneige แบรนด์เครื่องสำอางเกาหลีชั้นนำ และ Subway แฟรนไชส์ร้านอาหารชื่อดังจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีได้รับอิทธิพลจากซีรีย์เรื่องนี้ทั้งยอดขายและ Brand Awareness ที่เพิ่มขึ้น (Marketingoops, 2016) หรือในปัจจุบันปี 2019 ยังคงมีซีรีย์เกาหลีหลายเรื่อง ที่ได้มีการวางผลิตภัณฑ์ภายในเรื่องเช่น Hotel Del Luna, He is Psychometric, Memories of the Alhambra ด้วยการวางผลิตภัณฑ์อย่างแยบยล

นับได้ว่าซีรีย์เกาหลีนั้นมีอิทธิพลต่อผู้ชมเป็นอย่างมาก เพราะการวางผลิตภัณฑ์ไว้ในเนื้อเรื่องไม่ใช่แค่การทำให้ผู้ชมเห็นแค่ตัวผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่เหมือนเป็นการเชิญชวนให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกชอบ และอยากใช้ยิ่งเรื่องใดที่เป็นกระแสและยิ่งมีจำนวนผู้ชมมาก ผลิตภัณฑ์ที่ถูกวางไว้จะยิ่งได้รับความสนใจมากขึ้นเท่านั้น เห็นได้จากการใช้เนื้อหาจากซีรีย์เกาหลีที่เป็นกระแสในประเทศไทยมาทำการสื่อสารการตลาดไปยังผู้บริโภค

จะเห็นได้ว่าการนิยมวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลี ค่อนข้างมีอิทธิพลต่อกลุ่มผู้ชมในการซื้อผลิตภัณฑ์ และจากความสัมพันธ์ต่างๆ ที่ได้กล่าวไปแล้ว ผู้วิจัยยังไม่พบการศึกษาถึงประเด็นในเชิงรูปแบบอิทธิพลของการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อผู้บริโภค ทั้งในด้านภาพลักษณ์รูปแบบใดมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในใจผู้บริโภค และ ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ถูกวางในซีรีย์เกาหลี ด้วยเหตุนี้จึงนำมาสู่การวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค” ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับนักการตลาดในการวางแผนกลยุทธ์สื่อสารการตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคเพื่อก่อให้เกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือ นำไปปรับใช้เป็นแนวทางสำหรับการวางผลิตภัณฑ์ในละครไทยในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลี ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีจำแนกตามลักษณะทางประชากร
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์
5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยมีประเด็นดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางผลิตภัณฑ์ ธาม เชื้อสถาปนศิริ (2552) กล่าวว่า การวางผลิตภัณฑ์คือ โฆษณาที่แทรกเข้าไปในส่วนที่เป็นเนื้อหารายการ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโดยการนำผลิตภัณฑ์หรือบริการเข้าไปสอดแทรกในละคร รายการ ซีรีย์ หรือภาพยนตร์ โดยที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการอาจจะไม่มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาในละคร รายการ หรือภาพยนตร์โดยตรง อาจเพียงแค่นำผลิตภัณฑ์มาเข้าประกอบเพื่อความสมจริงหรือมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเนื้อเรื่องก็ได้

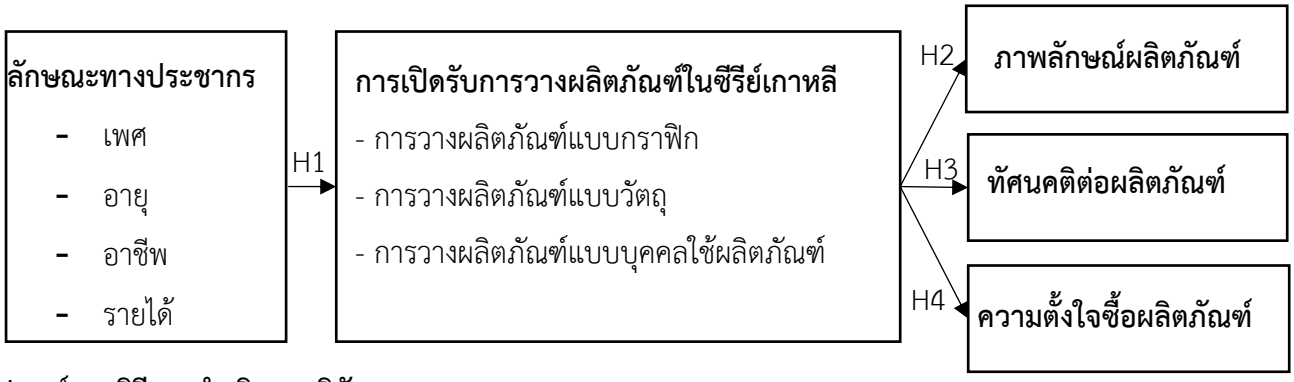
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540) อธิบายว่าภาพลักษณ์คือภาพที่เกิดขึ้นภายในใจของแต่ละบุคคล เกิดจากการได้ฟัง ได้เห็น ได้เรียนรู้ จากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมทั้งจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ดังนั้นผู้บริโภคแต่ละคนจะมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไม่เหมือนกัน

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ คือ การประเมินภาพรวมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในด้านของความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ เช่น ผลิตภัณฑ์หรือบริการ บุคคล กิจกรรม เป็นต้น ซึ่งแสดงออกมาในสภาวะของพฤติกรรม โดย Hoyer and Macinnis (2010) กล่าวว่า ทัศนคติจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ เช่น การได้รับข้อมูลข่าวสาร การสังเกต หรือมีประสบการณ์ตรง นอกจากนี้ทัศนคติยังสามารถเปลี่ยนแปลงได้

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ Keller (2003) กล่าวว่า คือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจของผู้บริโภค ที่ได้มีการประเมินผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆแล้วว่าสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ทำให้เกิดความพึงพอใจและทัศนคติที่ดีต่อตราผลิตภัณฑ์และบริการ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ และก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำในอนาคต

จากการศึกษาทบทวนแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงค้นพบกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ เพศชายและเพศหญิง อายุ 21-30 วัยทำงานตอนต้น จำนวน 400 คน ที่มีพฤติกรรมเปิดรับชมซีรีย์เกาหลีเป็นอย่างน้อย 1 เรื่องภายในระยะเวลา 6 เดือน ใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) ดังนี้

1) สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยทำการแบ่งเขตกรุงเทพมหานครออกเป็น 3 พื้นที่ และใช้วิธีการคัดเลือกตัวแทนออกมาเป็นจำนวน 10 เขต จาก 50 เขต จากทั้ง 3 พื้นที่

2) สุ่มแบบชั้นภูมิตามสัดส่วนจริง (Proportional Stratified Sampling) โดยคำนวณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเขต ที่มีอายุ 21-30 ปี ตามสัดส่วนประชากรในเขตนั้นๆ โดยผู้วิจัยทำการสอบถามก่อนแจกแบบสอบถามเพื่อเจาะจงกลุ่มตัวอย่างสำหรับการทำแบบสอบถามเพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เปิดรับชมซีรีย์เกาหลีอย่างน้อย 1 เรื่อง ภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา

เมื่อทำการรวบรวมข้อมูลจึงนำมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลี ภาพลักษณ์ ทัศนคติ และ ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลี และใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการทดสอบค่าเฉลี่ย t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของประชากรต่อการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลี และ อิทธิพลของการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ และ ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีการกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1) ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 7 โดยมีอายุ 21-25 ปี มากที่สุด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุดจำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3

2) การเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับที่เห็นบ่อยครั้ง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.78 เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีประเภทการวางผลิตภัณฑ์แบบบุคคลใช้ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่เห็นเป็นประจำ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมามีการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์แบบวัตถุอยู่ในระดับที่เห็นบ่อยครั้ง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.82 และ การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิกอยู่ในระดับที่เห็นบ่อยครั้ง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.41

3) ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ถูกวางในซีรีย์เกาหลี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.83 ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ที่ถูกวางในซีรีย์เกาหลีโดยรวมอยู่ในระดับเฉยๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.39 และ ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ถูกวางในซีรีย์เกาหลีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.93

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีแตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรได้แก่ เพศ แตกต่างกันมีการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ในด้านอายุ อาชีพ และรายได้ ไม่พบความแตกต่างของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลี

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ พบว่า การวางผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 รูปแบบ สามารถอธิบายการแปรผันได้ร้อยละ 24.8 (Adjusted R^2 = 0.248) และเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นๆให้คงที่แล้ว มีตัวแปรอิสระ 2 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิก (β = .196) และการวางผลิตภัณฑ์แบบบุคคลใช้ผลิตภัณฑ์ (β = .314)

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ พบว่า การวางผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 รูปแบบ สามารถอธิบายการแปรผันได้ร้อยละ 15.3 (Adjusted R^2 = 0.153) และเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นๆให้คงที่แล้ว มีตัวแปรอิสระ 2 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิก (β = .224) และการวางผลิตภัณฑ์แบบบุคคลใช้ผลิตภัณฑ์ (β = .158)

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ พบว่า การวางผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 รูปแบบ สามารถอธิบายการแปรผันได้ร้อยละ 15 (Adjusted R^2 = 0.150) และเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นๆให้คงที่แล้ว มีตัวแปรอิสระ 1 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิก (β = .371)

ส่วนที่ 3 อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปและอภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) การเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลี ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีประเภทการวางผลิตภัณฑ์แบบบุคคลใช้ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่เห็นเป็นประจำ สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ เขมณา พรหมรักษา (2557) ที่พบว่า รูปแบบของการเปิดรับโฆษณาแฝงของกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับมากที่สุด คือ การนำเสนอสินค้าหรือตราสินค้าผ่านรูปแบบแฝงบุคคล คือการให้นักแสดงมีการใช้สินค้านั้นๆ ซึ่งปัจจัยที่มีผล คือ รูปแบบการนำเสนอ ประเภทของสินค้า นักแสดง เนื้อเรื่อง และองค์ประกอบทางเทคนิค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2536) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์คือภาพที่เกิดขึ้นภายในใจของแต่ละบุคคล เกิดจากการได้ฟัง ได้เห็น ได้เรียนรู้ ซึ่งอาจเกิดได้จากการเปิดรับชมซีรีย์เกาหลี นอกจากนี้ ทัศนคติของผู้บริโภคพบว่าอยู่ในระดับเฉยๆ เนื่องจากผู้บริโภคอาจรู้สึกว่ามีการวางผลิตภัณฑ์มากจนเกินไป ซึ่งอาจส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ สอดคล้องกับ Lutz (1991) ที่กล่าวว่า เมื่อผู้บริโภคได้เรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเช่น ผ่านการโฆษณาจะเกิดการเรียนรู้ขึ้น ทำให้เกิดทัศนคติในด้านความเชื่อ นำไปสู่กระบวนการความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งกระบวนการจะดำเนินไปแบบมีเหตุมีผลจากความเชื่อไปสู่ทัศนคติ

2) ความแตกต่างของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีจำแนกตามลักษณะทางประชากร พบว่า ความแตกต่างของลักษณะทางประชากร มีผลทำให้การเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานบางส่วน โดย เพศแตกต่างกันจะมีการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีแตกต่างกัน สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ วีรพงษ์ พวงเล็ก (2547) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เฉลี่ยประมาณสัปดาห์ละ 7 ครั้ง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วริสรา เวทยสุภรณ์ (2550) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการรับชมละครเกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อายุ อาชีพ และรายได้ ไม่ได้มีความแตกต่างกันในด้านการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลี อาจเป็นเพราะ ความถี่ถ้วนในการรับชม ระยะเวลาในการรับชม จำนวนเรื่องในการรับชมของเพศชายและเพศหญิงค่อนข้างมากกว่าเพศชาย จึงน่าจะเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้มีความแตกต่างนั่นเอง

3) อิทธิพลของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ผลเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ พบว่า การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิก และการวางผลิตภัณฑ์แบบบุคคลใช้ผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2536) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์คือภาพที่เกิดขึ้นภายในใจของแต่ละบุคคล เกิดจากการได้ฟัง ได้เห็น ได้เรียนรู้ หรือมีประสบการณ์ที่มีความประทับใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จนทำให้บุคคลนั้นสามารถจดจำเป็นภาพขึ้นมา ซึ่งอาจพบเห็นได้ทั้งจากซีรีย์เกาหลี การวางผลิตภัณฑ์ในหลายรูปแบบเองก็เป็นการทำให้ผู้บริโภคได้ฟัง ได้เห็น ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Guennemann (2014) พบว่า อิทธิพลของการวางผลิตภัณฑ์มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคของผู้บริโภคเกี่ยวกับแบรนด์รถยนต์ที่มีการแฝงในภาพยนตร์ และภาพลักษณ์โดยรวมจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

4) อิทธิพลของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ ผลเป็นไปตามที่ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานไว้ พบว่า การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิก และการวางผลิตภัณฑ์แบบบุคคลใช้ผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Solomon (2007) กล่าวว่า ทัศนคติคือการประเมินผลิตภัณฑ์หรือสิ่งของในทางบวกหรือลบ ซึ่งทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ สิ่งของ หรือบริการ สามารถกำหนดได้ว่าบุคคลมีความต้องการจะบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นหรือไม่ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัณฑิตา โรจนกนันท์ (2559) ผลการศึกษาพบว่า การใช้ผู้มีชื่อเสียงในการนำเสนอตราสินค้าเป็นหนึ่งในอิทธิพลที่จะสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้า และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ภัทราพรรณ ชายทุ่ย (2561) โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ร่วมวิจัยทุกคนมีทัศนคติค่อนข้างดีต่อการโฆษณาแฝงเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ในซีรีย์เกาหลี

5) อิทธิพลของการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ ผลเป็นไปตามที่ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานไว้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Haward (1994) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อเป็นกระบวนการทางด้านจิตใจที่เกี่ยวข้องกับแผนการของผู้บริโภคทีจะซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง โดยความตั้งใจซื้อจะเกิดจากทัศนคติที่มีต่อตราผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ซึ่งประเภทของการวางผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลคือ การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิก ซึ่งเป็นการปรากฏด้วยภาพของผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวหรือแบบที่มี พรีเซ็นเตอร์ด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัณฑิตา โรจนกนันท์ (2559) ผลการศึกษาพบว่า การใช้ผู้มีชื่อเสียงในการนำเสนอตราสินค้าเป็นหนึ่งในอิทธิพลที่จะสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดการรู้จัก ทัศนคติที่ดี และมีความตั้งใจซื้อสินค้าขึ้นได้มากกว่าตราสินค้าที่ไม่ได้ใช้ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้นำเสนอตราสินค้า

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้สำหรับองค์กรเจ้าของผลิตภัณฑ์ และ นักสื่อสารการตลาด นำมาสู่ข้อเสนอแนะในเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จากการสำรวจพบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และ มีความแตกต่างกันในการเปิดรับการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลี ดังนั้นหากองค์กรเจ้าของผลิตภัณฑ์ต้องการจะทำการสื่อสารการตลาดด้วยการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์ควรเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเพศหญิงมากกว่าเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มีประสิทธิภาพ

2.จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับ การวางผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับเห็นบ่อยครั้ง และประเภทการวางผลิตภัณฑ์แบบบุคคลใช้ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่เห็นเป็นประจำ ดังนั้นหากองค์กรหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือ นักการสื่อสารการตลาด ต้องการทำการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายสามารถใช้การวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีในการสื่อสารเพื่อเพิ่มการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่างต่อผลิตภัณฑ์ และยิ่งเป็นการวางประเภทบุคคลใช้ผลิตภัณฑ์จะยิ่งส่งผลต่อกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

3. จากผลการวิจัยยังพบอีกว่า การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิกและแบบบุคคลใช้ผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นความเชื่อ ความคิดและความประทับใจของบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนกลายเป็นทัศนคติและพฤติกรรมที่ผู้บริโภคมีต่อสิ่งนั้นๆ หากมีภาพลักษณ์ที่ดีย่อมส่งผลต่อทัศนคติที่ดีได้เช่นกัน ดังนั้นองค์กรเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือนักสื่อสารการตลาดสามารถใช้การสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีเพื่อสร้างภาพลักษณ์ควบคู่ไปกับทัศนคติได้ และเมื่อพิจารณาถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่อยู่ในระดับเฉยๆ อาจเป็นเพราะรูปแบบการวางไม่สอดคล้องหรือมีการพบเห็นมากเกินไปดังนั้นจึงควรวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีแบบพอเหมาะและให้มีความสอดคล้องกับเนื้อเรื่อง

4.ประเภทของการวางผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อกลุ่มตัวอย่างคือ การวางผลิตภัณฑ์แบบกราฟิก แม้จะเป็นการปรากฏเพียงแค่ไม่กี่วินาทีแต่มักจะปรากฏในช่วงก่อนเริ่มและท้ายเนื้อเรื่องซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ดังนั้นหากองค์กรเจ้าของผลิตภัณฑ์ต้องการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์สามารถใช้รูปแบบนี้ในการทำการสื่อสารเพื่อเข้าไปอยู่ในตัวเลือกการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในอนาคตได้

5.แม้จะเป็นบริบทของซีรีย์เกาหลี แต่ในบริบทของละครไทย ซีรีย์ไทย หรือ ภาพยนตร์ไทย ก็สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดได้ดังนั้นองค์กรเจ้าของผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยสามารถนำรูปแบบมาประยุกต์เพื่อสอดแทรกเข้าไปในรายการ ละคร ซีรีย์ ในประเทศไทยได้ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ให้กับกลุ่มผู้บริโภค

6. สำหรับนักวิชาการ หรือผู้ที่สนใจในการศึกษาการวางผลิตภัณฑ์ในซีรีย์เกาหลีในครั้งต่อไป การวิจัยเชิงปริมาณอาจทำให้ไม่ได้ข้อมูลเชิงลึก จึงสามารถทำการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กันไปได้ และ กลุ่มตัวอย่างอาจจะเพิ่มช่วงอายุอาจทำให้ได้ผลการวิจัยที่แตกต่างไป

เอกสารอ้างอิง

ธาม เชื้อสถาปนสิริ. (2552). *รู้เท่าทันโฆษณาแฝง.* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ออฟเซ็ท ครี เอชั่น.

นธกฤต วันต๊ะเมล์. (2557). *การสื่อสารการตลาด.* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปัณฑิตา โรจนกนันท์. (2559). *การรู้จัก ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคไทยต่อตราสินค้าที่นำเสนอโดยผู้นำเสนอตราสินค้าและไม่ใช่ผู้นำเสนอตราสินค้าผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี.*

วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร. (2536). *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์.* กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภัทราพรรณ ชายทุ่ย. (2561). *ประสิทธิภาพของการโฆษณาแฝง (Tie-in) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ผ่านทางซีรีย์เกาหลี.* สารนิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรบัณฑิต กลุ่มวิชาโฆษณา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วริสรา เวทยสุภรณ์. (2550). *พฤติกรรมการรับชม และความพึงพอใจจากการรับชมละครเกาหลีทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วีรพงษ์ พวงเล็ก. (2547). *การสำรวจทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการโฆษณาสินค้าแฝงในละครโทรทัศน์.* วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Doodoot. (2553). *มารู้จัก VIU Thailand เว็บไซต์ซีรีส์เกาหลีถูกกฎหมายที่จะให้บริการในไทยเร็วๆนี้.* สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2562, จาก https://www.dooddot.com/viu-thailand-korea-series/

Goblin Thailand Fan. (2017). *ตลาดร้านค้าออนไลน์ขนาดใหญ่.* สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2562, จาก https://www.facebook.com/KdramaGoblinth

Guennemann, F. (2014). The Effectiveness of Product Placement by Media Types: Impact of Image and Intention to Purchase. *Journal of Service Science,* 7, 29-42. ข Retrieved March 1, 2019, from https://clutejournals.com/index.php/JSS/article/view/8911

Haward, J. A. (1994). *Buyer Behavior in Marketing Strategy* (2nd ed). NJ: Prentice-Hall.

Hoyer, W.D., & Macinnis, D.J. (2010). *Consumer Behavior* (5th ed). Ohio: South-Western Cengage Learning.

Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, measuring and managing*

Brand equity. (2nd Ed). New Jersey: Prentice-Hall.

Lutz, R. J. (1991). *The Role of attitude theory in marketing.* Hassarjian, H.

Pigabyte. (2560). *ความสำเร็จของซีรี่ย์ Descendants of the Sun ส่งผลดีต่อแบรนด์อย่างไร.* สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2562, จาก https://www.marketingoops.com/news/biz-news/descendants-of-the-sun-shines-bright-for-brands/

Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, having, and being (*7th ed). Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall.

อิทธิพลการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

The Influence of Integrated Marketing Communications on Promoting Marathon Participation Behavior among Consumers in Bangkok Area

ภัทราวดี เทพทอง
Phattrawadee Thepthong
สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Communication Arts and Information, Faculty of Humanities, Kasetsart University
รองศาสตราจารย์นธกฤต วันต๊ะเมล์, Ph.D
Associate Professor Nottakrit Vantamay, Ph.D
ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Department of Communication Art and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University
อีเมล์ : phattrawadee.t@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานและพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่เคยเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนในกรุงเทพมหานครอย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ มกราคม ถึง ธันวาคม พ.ศ.2562 จำนวน 400 คน แบ่งเป็นเพศชาย 200 คน และเพศหญิง 200 คน ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิจัยพบว่า (1) การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับ บ่อยครั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.47 ($\bar{X}$=3.47 **S.D.** = 0.74) และพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ย 4.95 ครั้งต่อปี ($\bar{X}$ = 4.95 **S.D.**= 5.77) (2) การสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีเพียงการเปิดรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility : CSR) ที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ.262 (β = .262)

คำสำคัญ : การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน, พฤติกรรมผู้บริโภค, มาราธอน

Abstract

This research is a quantitative research aimed to study (1) Approaches of Integrated Marketing Communications on Promoting Marathon Participation Behavior among Consumers in Bangkok Area (2) The influence of Integrated Marketing Communication on Promoting Marathon Participation Behavior among Consumers in Bangkok Area. The samples consisted of 400 consumers aged between 15 or older who have participated the marathon in Bangkok in the past 1 year from January to December 2019, combining of 200 males and 200 females. The tools used for data collection were questionnaires. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis. By determining the statistical significance level at .05. The results of the research are as follows: (1) The exposure to integrated marketing communication tools to promote the behavior of the consumers attending the marathon in the Bangkok area has an average value. $\bar{x}$ = 3.47, S.D. = 0.74 is often at the level and the behavior of marathon participation in consumers in Bangkok area, with an average of 4.95 times per year $\bar{x}$ = 4.95, S.D. = 5.77 is at the running level on a regular basis. (2) Integrated marketing communication which has an affect on promoting the behavior of participation in the marathon of consumers in Bangkok is CSR (β = .262), significance at .05.

Keyword : Integrated Marketing Communications, Consumers Behavior, Marathon

บทนำ

ในปัจจุบันคนไทยได้ให้ความสนใจในการวิ่งมาราธอนมาจากการที่ ตูน บอดี้แสลม หรือ อาทิวราห์ คงมาลัย ที่ได้ออกมาวิ่งระดมทุนภายใต้ชื่อ “ก้าวคนละก้าวเพื่อ 11 โรงพยาบาลทั่วประเทศ” ที่มีระยะทาง 2,215 กิโลเมตร จากอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ถึง อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ที่ได้รับยอดบริจาครวมทั้งหมดแล้วเป็นเงิน 1,148,718,907.72 บาท ซึ่งเป็นจำนวนยอดบริจาคที่สูงสุดที่ได้จากการระดมทุนจากการวิ่งมาราธอนและยังมีนักแสดง นักร้อง พิธีกรชื่อดังของเมืองไทยอีกหลายคน ได้เข้ามาร่วมวิ่งในโครงการนี้จนเกิดกระแสไปทั่วประเทศและสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนไทยจนทำให้สถิติของนักวิ่งในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น สถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนกว่า 15 ล้านคนเพิ่มขึ้น

จากปี พ.ศ. 2559 ที่มีอยู่เพียง 12 ล้านคน จึงเป็นสิ่งที่ยืนยันได้เป็นอย่างดีว่านักวิ่งในไทยได้มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ส่งผลให้เกิดการจัดงานวิ่งมาราธอนที่มีมากขึ้น พบว่าในปี พ.ศ. 2561 มีการจัดงานวิ่งทั้งหมด 990 รายการเฉลี่ยสัปดาห์ละ 19 รายการนับว่ามากที่สุดเป็นประวัติการณ์ ของการจัดงานวิ่งในไทย ทุบสถิติในปี พ.ศ. 2560 ที่มีการจัดแข่งเพียง 696 รายการและมีแนวโน้มว่าในปี พ.ศ. 2562 จะมีงานวิ่งมากถึง 1,500 รายการ (BLT Bangkok, 2561) จึงทำให้ผู้ประกอบการหลาย ๆ องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนหันมาสนใจการจัดงานวิ่งมาราธอนและในการจัดกิจกรรมงานวิ่งมาราธอนได้มีการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมงานวิ่งมาราธอนและกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความสนใจและตัดสินใจในการเข้าร่วมกับกิจกรรม ด้วยเหตุอันนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานและพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคและอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อที่ว่าหากองค์กรใดที่จะจัดกิจกรรมการงานวิ่งมาราธอนควรจะมีการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในรูปแบบไหน อย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าร่วมวิ่งมาราธอนและก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งนี้ยังสามารถนำผลวิจัยไปปรับใช้พัฒนาและเป็นแนวทางในการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานกับผู้บริโภคกับการจัดกิจกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากกิจกรรมการงานวิ่งมาราธอนได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดการเปิดรับสื่อ (Media Exposure)

Henry Assael (1998) กล่าวว่า การเปิดรับ (Exposure) หมายถึง การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น ถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าของผู้บริโภค โดยที่ผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือกสิ่งที่ตรงกับความต้องการของตัวเองและจะหลีกเลี่ยงการเปิดรับในสิ่งที่ไม่สนใจ

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์ (2544) ได้อธิบายว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ 1) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ 2) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งจะมีปฏิกิริยาโต้ตอบ

ระหว่างกัน 3) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม

2. แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการของบุคคลในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ มีทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจิตใจเป็นตัวกำหนดในการเกิดพฤติกรรมนั้น ๆ นภวรรณ คณานุรักษ์ (2556 อ้างถึง Lawrence Schiffman et al. 2007) กล่าวว่าโมเดลของการตัดสินใจของผู้บริโภค (Model of Consumer Decision Making) ได้แบ่งการตัดสินใจของผู้บริโภคออกเป็น 3 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ ขั้นนำเข้า (Input Stage) กระบวนการ (Process Stage) และขั้นผลลัพธ์ (Output Stage) ขั้นตอนที่ 1 ขั้นนำเข้า เป็นขั้นที่ผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจาก 2 แหล่ง คือ 1) กิจกรรมทางการตลาดของบริษัทและ 2) สภาพแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรม ซึ่งมีอิทธิพลต่อการการตระหนักถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค ขั้นตอนที่ 2 ขั้นกระบวนการ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อ ที่เกิดจากปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอยู่ภายในตัวของแต่ละคนร่วมกับอิทธิพลจากขั้นนำเขา ส่งผลให้มีอิทธิพลต่อการตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาการการซื้อและการประเมินทางเลือก ในด้านของประสบการณ์ที่เกิดจากผลประเมินจนกลายเป็นผลลัพธ์ให้เกิดประสบการณ์ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาต่อไป ขั้นตอนที่ 3 ขั้นผลลัพธ์ จะประกอบไปด้วย 2 กิจกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากทำการตัดสินใจแล้ว คือ 1) พฤติกรรมการซื้อ และ 2) การประเมินหลังการซื้อ

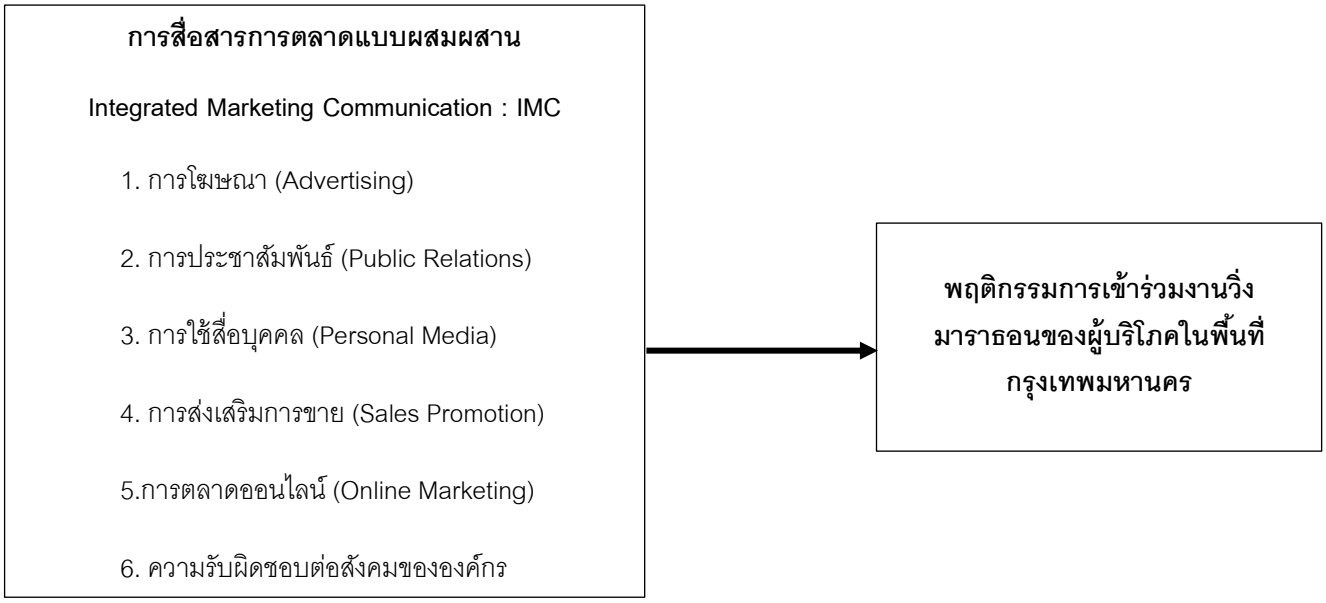
3. แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication : IMC)

Terence A. Shimp (2000) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานไว้ว่า เป็นกระบวนการของการพัฒนาและการดำเนินการของการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายของการสื่อสารคือการมีอิทธิพลหรือส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ การสื่อสารทางการตลาดคือการทำความเข้าใจกับผู้บริโภคแล้วนำกลับมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดรูปแบบและวิธีการในการพัฒนาแนวทางการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

นธกฤต วันต๊ะเมล์ (2557, อ้างถึง Terence A. Shimp, 2000) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานไว้ว่า 1) สื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ได้รับความเชื่อถือลดน้อยลง เพราะด้วยค่าใช้จ่ายในการสื่อสารทางการตลาดของสื่อมวลชนมีราคาที่สูงมากแต่ไม่มีประสิทธิภาพสูงมากพอในการเข้าถึง ดึงดูด หรือดึงความสนใจแก่ผู้บริโภคได้ 2) บริษัทลูกค้า มีความต้องการความรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้นจากบริษัทตัวแทนโฆษณา ทำให้ในปัจจุบันบริษัทตัวแทนโฆษณาได้ปรับตัวและเพิ่มการให้บริการที่ครบวงจรมากยิ่งขึ้น 3) ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี เป็นตัวช่วยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารการตลาดแบบผสมสผานได้รับความยอมรับและเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะการเกิดขึ้นของการตลาดที่มีการใช้ฐานข้อมูล การใช้สื่ออินเตอร์เน็ต เข้ามาเป็นส่วนช่วยในการสื่อสารทางตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพในปัจจุบัน 4) ผู้ค้าปลีกมีอำนาจเพิ่มมากขึ้น ที่จะช่วยในการกระตุ้นผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้ด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบหน้าร้านที่โดนเด่น โดนใจผู้บริโภค หรือจะเป็นการ

จัดกิจกรรมการตลาด ที่ตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว 5) การรวมตัวของบริษัทตัวแทนโฆษณามีเพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัทมีการให้บริการการสื่อสารที่หลากหลาย และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดีมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิด



อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่เคยเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนในกรุงเทพมหานครอย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ มกราคม ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2562 ผู้วิจัยคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane แบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือ ระดับนัยสำคัญ 0.05 เป็นจำนวน 400 คน (Taro Yamane, 1973) ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) ใช้ดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ (The Index of Item Objective Congruence) หรือค่า IOC ที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ, 2545) และมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไปทำการทดสอบก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง (Try-Out) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) มากกว่า 0.7 (มนสิช สิทธิสมบูรณ์, 2550) โดยมีการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และเก็บข้อมูลในงานวิ่งมาราธอนที่จัดขึ้นในวันที่ 15 ธันวาคม 2562 เพื่อปกป้องการซ้ำซ้อนของการให้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยมีทั้งหมด 6 งาน และทำการแจกแบบสอบถามกับผู้บริโภคที่เข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ แจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลโดย

การใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) หรือ MRA เพื่อทดสอบกลุ่มตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวขึ้นไปกับตัวแปรตาม 1 ตัว โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานด้านประชากร

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน เป็นเพศชายจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเป็นเพศหญิง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 15-30 ปี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 มีวุฒิการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00

ส่วนที่ 2 การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

โดยแบ่งเป็น 6 ด้าน ดังนี้ การเปิดรับการโฆษณา การเปิดรับการประชาสัมพันธ์ การเปิดรับการใช้สื่อบุคคล การเปิดรับการส่งเสริมการขาย การเปิดรับการตลาดออนไลน์ การเปิดรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

(n=400)

การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	**ค่าเฉลี่ย** $\bar{x}$	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.**	**การแปลผลข้อมูล**
1. การเปิดรับการโฆษณา (Advertising)	2.99	0.92	บางครั้ง
2. การเปิดรับการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)	3.29	0.92	บางครั้ง
3. การเปิดรับการใช้สื่อบุคคล (Personal Media)	3.55	0.83	บ่อยครั้ง
4. การเปิดรับการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)	3.63	0.95	บ่อยครั้ง
5. การเปิดรับการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)	3.60	0.84	บ่อยครั้ง
6. การเปิดรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility : CSR)	3.73	0.90	บ่อยครั้ง
รวม	**3.47**	**0.74**	**บ่อยครั้ง**

หมายเหตุ : การให้คะแนนเป็นแบบ Rating Scale โดยไม่มีการเปิดรับ = 1 คะแนน ไปจนถึงการเปิดรับมากกว่า 7 ครั้ง = 5 คะแนน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แปลความหมายตามค่าที่กำหนดไว้ ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเป็นประจำ, ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็น บ่อยครั้ง, ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็น บางครั้ง, ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็น นาน ๆ ครั้ง, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็น แทบไม่เคย

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครในภาพรวมมี ค่าเฉลี่ย 3.47 ($\bar{X}$=3.47) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน **S.D.** = 0.74 อยู่ในระดับ บ่อยครั้ง

เมื่อพิจารณาอย่างละเอียดพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) มากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 3.73 ($\bar{X}$= 3.73 **S.D.** = 0.90) รองลงมาคือการเปิดรับการส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ย 3.63 ($\bar{X}$= 3.63 **S.D.** = 0.95) การเปิดรับการตลาดออนไลน์มีค่าเฉลี่ย 3.60 ($\bar{X}$ = 3.60 **S.D.** = 0.84) การเปิดรับการใช้สื่อบุคคลมีค่าเฉลี่ย 3.55 ($\bar{X}$ = 3.55 **S.D.** = 0.83) ทั้ง 4 เครื่องมืออยู่ในระดับ บ่อยครั้ง ส่วนการเปิดรับการประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ย 3.29 ($\bar{X}$ = 3.29 **S.D.** = 0.92) และการเปิดรับการโฆษณามีค่าเฉลี่ย 2.99 ($\bar{X}$ = 2.99 **S.D.** = 0.92) อยู่ในระดับ บางครั้ง

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

(n=400)

พฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.
1. ท่านมีพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนในกรุงเทพมหานครกี่ครั้ง/ปี	4.95*	5.77

หมายเหตุ : * จำนวนครั้งในการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนต่อปี

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยการวิ่ง 4.95 ครั้งต่อปี ($\bar{X}$ = 4.95 **S.D.**= 5.77)

ส่วนที่ 4 ทดสอบสมมติฐานการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานมีอิทธิพลต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อแสดงการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานมีอิทธิพลต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

(n=400)

ตัวแปรอิสระ	b	β	t	Sig.
1. การเปิดรับการโฆษณา (Advertising)	.769	.123	1.592	.112
2. การเปิดรับการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)	.074	.012	.134	.894
3. การเปิดรับการใช้สื่อบุคคล (Personal Media)	.451	.065	.847	.397
4. การเปิดรับการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)	.090	.015	.205	.838
5. การเปิดรับการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)	.237	.034	.446	.656
6. การเปิดรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility : CSR)	1.685	.262	3.746	.000*
R = .214, **Adjudted R^2** = .031, **F** = 3.156, **Sig. F** = .005*				

หมายเหตุ : * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 3 เมื่อนำผลการวิจัยมาพิจารณา พบว่า เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานทั้ง 6 เครื่องมือ ได้แก่ การเปิดรับการโฆษณา การเปิดรับการประชาสัมพันธ์ การเปิดรับการใช้สื่อบุคคล การเปิดรับการส่งเสริมการขาย การเปิดรับการตลาดออนไลน์ การเปิดรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีความสามารถในการอธิบายการแปรผันของพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 3.10 (Adjudted R^2 = .031) และเมื่อควบคุมอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานอื่น ๆ ให้คงทีแล้ว ผลปรากฏว่าองค์กรมีเพียงแค่เครื่องมือการเปิดรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยเมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน พบว่า การเปิดรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีค่าอิทธิพลเท่ากับ.262 (β = .262)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้อภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการสื่อสารในภาพรวม ระดับบ่อยครั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.47 ($\bar{X}$=3.47 **S.D.** = 0.74) เมื่อพิจารณาการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานแบบรายเครื่องมือก็พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) มากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 3.73 ($\bar{X}$= 3.73 **S.D.** = 0.90) รองลงมาคือการเปิดรับการส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ย 3.63 ($\bar{X}$= 3.63 **S.D.** = 0.95) การ

เปิดรับการตลาดออนไลน์มีค่าเฉลี่ย 3.60 ($\bar{X}$ = 3.60 **S.D.** = 0.84) การเปิดรับการใช้สื่อบุคคลมีค่าเฉลี่ย 3.55 ($\bar{X}$ = 3.55 **S.D.** = 0.83) ทั้ง 4 เครื่องมืออยู่ในระดับ บ่อยครั้ง ส่วนการเปิดรับการประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ย 3.29 ($\bar{X}$ = 3.29 **S.D.** = 0.92) และการเปิดรับการโฆษณามีค่าเฉลี่ย 2.99 ($\bar{X}$ = 2.99 **S.D.** = 0.92) อยู่ในระดับ บางครั้ง เนื่องจากเครื่องมือการสื่อสารการตลาดมีหลากหลายรูปแบบและแต่ละประเภทก็มีเอกลักษณ์และลักษณะที่ใช้งานที่มีความโดนเด่นและแตกต่างกันออกไป ดังนั้นการที่ผู้บริโภคมีการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเครื่องมือแต่ละประเภทก็ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่จะเลือกเปิดรับสื่อในสิ่งที่ตรงตามความสนใจของผู้บริโภคซึ่งมีความสอดคล้องกับ Henry Assael (1998) ที่ว่าผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือกสิ่งที่ตรงกับความต้องการของตัวเองและจะหลีกเลี่ยงการเปิดรับสื่อในสิ่งที่ไม่สนใจ สอดคล้องกับ Joseph Klapper (1960) ที่ได้อธิบายกระบวนการเลือกรับสื่อหรือเปิดรับข่าวสารไว้ 4 ขั้นตามลำดับดังต่อไปนี้ 1) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นตอนแรกในการเลือกรับสื่อที่มีอยู่หลากหลายช่องทางให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคน 2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้บริโภคจะเลือกการเปิดรับสื่อจากความสนใจของตัวเองที่มีอยู่แล้วและหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจเดิมที่มีอยู่ 3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อผู้บริโภคมีการเปิดรับสื่อแล้วก็จะเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ 4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) ผู้บริโภคจะเลือกจดจำสื่อที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตัวเองและลืมในสิ่งที่ไม่มีความสอดคล้องกับความสนใจของตัวเอง และมีความสอดคล้องกับ ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์ (2544) ได้อธิบายว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ 1) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ 2) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งจะมีปฏิกิริยาโต้ตอบระหว่างกัน 3) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ซึ่งจะเห็นได้จากผลการวิจัยที่ผู้บริโภคมีการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่มีหลากหลายเครื่องมือทำให้ผู้บริโภคเกิดการเลือกเปิดรับข่าวสารจากเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่มีมีลักษณะที่ใกล้เคียงกับความสนใจของผู้บริโภคจึงทำให้เห็นว่าผู้บริโภคมีการเปิดรับเครื่องมือการตลาดได้หลากหลายเครื่องมือในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างมากในการใช้เครื่องมือการตลาดที่หลากหลายมาผสมผสานเข้าด้วยกันเพื่อส่งเสริมการเปิดรับที่ครอบคลุมและส่งผลไปต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับ เสริมยศ ธรรมรักษ์และคณะ (2552) ที่กล่าวว่าการนำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดต่าง ๆ มาใช้ร่วมกันเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและการสื่อสารไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ด้วยเนื้อหาที่มีลักษณะของการจูงใจ และเป็นไปในแนวทางเดียวกัน เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรในการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานนั้น สามารถใช้เครื่องมือ

เหล่านี้ได้ตามความเหมาะสมเพื่อให้เกิดการรวมพลังของเครื่องมือแต่ละเครื่องมือที่จะทำหน้าที่ของตนเองให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและส่งเสริมในตราของแบรนด์นั้น ๆ และสอดคล้องกับ ภคมน ภาสวัสดิ์ (2550) ที่กล่าวว่าการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานไว้ว่าเป็นการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาก ารที่คำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้บริโภค เครื่องมือที่ใช้ ในการสื่อสารอาจใช้ทั้งสื่อและไม่ใช้สื่อ โดยไม่เน้นที่เครื่องมือใดเครื่องมือหนึ่งเป็นหลัก แต่เน้นที่ การใช้เครื่องมือต่าง ๆ ให้เกิดความสอดคล้องกัน และทุกเครื่องมือที่เลือกใช้จะต้องนำไปสู่กลยุทธ์ ที่เป็นหนึ่งเดียวเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน

กล่าวโดยสรุปได้ว่าการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานไปยังผู้บริโภคที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร ที่เป็นก่อให้เกิดการจูงใจและสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภค และส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้

2. การศึกษาพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะความถี่ในการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นหลัก พบว่าผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอน ค่าเฉลี่ยการวิ่ง 4.95 ครั้งต่อปี ($\bar{x}$ = 4.95 **S.D.**= 5.77) มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อัศวิน แผ่นเทิดไทย (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ร่วมงานอีเวนต์มาราธอน ที่พบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอน 2 - 5 ครั้งต่อปีอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน และมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ลลิตา บงกชพรรณราย (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการสื่อสารและทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน ที่ได้กล่าวว่า หากกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจในการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนสูงก็จะมีอิทธิพลทำให้เกิดพฤติกรรมต่อการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนสูง ซึ่งพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครจะเกิดขึ้นได้นั้นเป็นเป็นกระบวนการของบุคคลในการตัดสินใจที่มีทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่จะเป็นตัวกำหนดในการเกิดพฤติกรรมนั้น ๆ ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ได้เน้นศึกษาถึงปัจจัยภายนอกคือการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานที่ได้กล่าวมาในหัวข้อที่ 1 ทำให้มีความสอดคล้องกับ นภวรรณ คณานุรักษ์ (2556 อ้างถึง Schiffman, Kanuk และ Lazar 2007) ที่ได้อธิบายว่า ผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจาก กิจกรรมทางการตลาดของบริษัท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย 2) สภาพแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรม ได้แก่ ครอบครัว แหล่งที่มาไม่เป็นทางการ ชนชั้นทางสังคม วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย ซึ่งมีอิทธิพลต่อการการตระหนักถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมและมีความสอดคล้องกับ วุฒิ สุขเจริญ (2558) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยภายนอก (External factors) เป็นสภาพแวดล้อมภายนอกของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมทางการตลาดและภาวะแวดล้อมด้านต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองและกำหนดความแตกต่างในแต่ละระดับของการตอบสนอง เช่น ชนชนทางสังคม ครอบครัว กลุ่มอ้างอิงและวัฒนธรรม ทั้งหมดนี้มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างมาก

3. อิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ การสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานมีอิทธิพลต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่ศึกษาทั้งหมด 6 เครื่องมือ ได้แก่ การเปิดรับการโฆษณา การเปิดรับการประชาสัมพันธ์ การเปิดรับการใช้สื่อบุคคล การเปิดรับการส่งเสริมการขาย การเปิดรับการตลาดออนไลน์ การเปิดรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) มีเพียงแค่เครื่องมือการเปิดรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เนื่องจากในปัจจุบันหลาย ๆ องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีหลักและประเด็นสำคัญของการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรทำให้มีการจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ มากมายรวมทั้งกิจกรรมการวิ่งมาราธอนเพื่อเป็นการส่งเสริมสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ที่ให้ความสำคัญการส่งเสริมในการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่มีคุณธรรม มีน้ำใจ และมีจิตสำนึกในการช่วยเหลือสังคมที่มาประสานกันเข้ากับการจัดกิจกรรมงานวิ่งมาราธอนที่นำรายได้ไปช่วยเหลือสังคม ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา โรงพยาบาล ผู้ประสบภัย สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ เป็นต้น มีความสอดคล้องกับลักษณะในการดำเนินกิจกรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มานิต รัตนสุวรรณ และ สมฤดี ศรีจรรยา (2553) ที่ได้แบ่งประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรออกเป็น 6 ประการ 1) การสนับสนุนส่งเสริมแก้ไขประเด็นปัญหาสังคม (Cause Promotion) องค์กรคัดเลือกประเด็นปัญหาสังคมที่น่าห่วงใยและอยากมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาด้วยการรณรงค์โดยตรง 2) การตลาดเกี่ยวเนื่องกับประเด็นปัญหาสังคม (Cause Related Marketing) การที่องค์กรทำการตลาดโดยการจัดโครงการนำสินค้าของบริษัทออกมาขายเพื่อหารายได้ส่วนหนึ่งไปช่วยแก้ปัญหา 3) การตลาดเพื่อส่งเสริมสังคมขององค์กร (Corporate Social Marketing) เป็นการจัดโครงการที่มุ่งเน้นปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนไม่ว่าจะเป็นการเลิกดื่มเหล้า การขับขี่รถให้ปลอดภัย เป็นต้น 4) การบริจาคขององค์กร (Corporate Philanthropy) การบริจาคสิ่งของ เงิน การให้เพื่อสาธารณะหรือเพื่อการกุศล 5) อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน (Community Volunteering) โดยการที่พนักงานในองค์กรที่สมัครใจอาสาช่วยเหลือกิจกรรมของชุมชนและ 6) การดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practice) ในการที่องค์กรหรือบริษัทห้างร้านต่าง ๆ ดำเนินการธุรกิจที่มีส่วนช่วยเหลือกลุ่มเกษตรกรได้และเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและสินค้าไปในตัว ดังนั้น เมื่อนำกิจกรรมการวิ่งมาราธอนมาใช้ควบคู่ไปกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) จึงส่งผลต่อการเปิดรับของผู้บริโภคที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากและสามารถส่งผลให้ภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นมานั้นมีความยั่งยืนอยู่ในใจของผู้บริโภคและเป็นการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่สร้างผลกระทบต่อได้ในระยะยาวและมีประสิทธิภาพสูง ตลอดจนส่งผลต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอนมีความภาคภูมิใจในการเข้าร่วมกิจกรรมที่จะทำกิจการนี้ต่อไปอย่างแข็งแกร่ง มีความสอดคล้องกับ มานิต รัตนสุวรรณ และ สมฤดี ศรีจรรยา (2553) ที่ได้ให้ความหมายของ Corporate Social Responsibility หรือ CSR ไว้ว่าถึงแม้ว่าจะไม่ได้เป็นหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง แต่ด้วยจิตสำนึกแห่งความเป็นพลเมืองดี และจิตใจที่ดีงาม

ต่อมนุษยชาติจึงได้เข้าร่วมด้วยความสมัครใจ และสอดคล้องกับ นธกฤต วันต๊ะเมล์ (2561) ก็ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) ว่าเป็นการผสมผสานประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้ามาในเป็นพันธกิจสำคัญของกระบวนการดำเนินงานขององค์กรอย่างเป็นระบบในการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร (Corporate Governance) และการคำนึงถึงระทบของการดำเนินงานขององค์กรที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เพื่อที่ให้เกิดการพัฒนาและเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนทั้งต่อองค์กร สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยอยู่บนพื้นฐานของความสมัครใจ

ดังนั้นการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานจึงมีผลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคที่เกิดจากปัจจัยภายนอกของผู้บริโภคในการเปิดรับการส่งเสริมการตลาดจากผู้จัดงานวิ่งมาราธอนจนนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเกิดพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนได้ และในการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงมากและประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ในการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของผู้ผลิตสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคเป้าหมายนั้นจำเป็นอย่างมากที่ต้องให้ความสำคัญกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยนักการตลาดจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมายในการนำไปกำหนดแนวคิดทางการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานให้มีความสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้บริโภคเป้าหมายต้องการให้มีความพึงพอใจให้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยเรื่องอิทธิพลการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแก่ผู้จัดงานกิจกรรมงานวิ่งมาราธอนหรือกิจกรรมอื่น ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้จัดงานไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน สามารถนำผลวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการสื่อสารทางการตลาดของงานกิจกรรมการแข่งขันวิ่งมาราธอนหรือกิจกรรมอื่น ๆ ให้มีประสิทธิภาพและตรงต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมากขึ้น

2. ผู้จัดงานไม่ว่าจะเป็นหน่วยภาครัฐและเอกชน ควรมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผานของเครื่องมือความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ที่จะต้องมีการจัดทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแรงจูงใจและความภาคภูมิใจของผู้บริโภคในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านงานวิ่งมาราธอน และควรใช้ควบคู่กับกับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดเครื่องมืออื่น ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางมายิ่งขึ้น

3. พัฒนาและวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในเครื่องมืออื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การเปิดรับการใช้สื่อบุคคล การเปิดรับการส่งเสริมการขาย การเปิดรับการตลาดออนไลน์และเครื่องมืออื่น ๆ อีกมากมาย ให้เพิ่มความถี่มากยิ่งขึ้น และควรเลือกสื่อให้ตรงกับผู้บริโภคเป้าหมายที่ควรมีเนื้อหาที่ตรงประเด็น กระชับ น่าดึงดูด และมีความสม่ำเสมอในการนำเสนอที่จะช่วยส่งผลให้ผู้บริโภคเพิ่มการ

เปิดรับข่าวสารของงานกิจกรรมวิ่งมาราธอนได้และนำไปสู่การกระตุ้นที่ก่อให้เกิดการเข้าร่วมงานกิจกรรมวิ่งมาราธอนได้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการกรมวิชาการ. (2545). เอกสารประกอบหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544 การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน. กรุงเทพมหานคร: คุรุสภาลาดพร้าว.

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธนกฤต ทองอินทร์. (2561). งานวิ่งมาราธอนครั้งแรกของประเทศไทย. สืบค้นเมือ17 สิงหาคม 2562, https://thefinisher.co/first-marathon-in-thailand-2/

ภคมน ภาสวัสดิ์. (2550). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (วารสารศาสตรและสื่อสารมวลชน), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มานิต รัตนสุวรรณ และ สมฤดี ศรีจรรยา. (2553). ยุทธศาสตร์การตลาด. กรุงเทพมหานคร: สุขขุมวิทการพิมพ์.

มนสิช สิทธิสมบูรณ์. (2550). ระเบียบวิธีวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 8). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

นธกฤต วันต๊ะเมล์. (2557). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. (2561). การตลาดเพื่อความยั่งยืน. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นภาวรรณ คณานุรักษ์. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ซีวีแอลการพิมพ์.

ลลิตา บงกชพรรณราย. (2560). ปัจจัยด้านการสื่อสารและทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. (คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วุฒิ สุขเจริญ. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: จี.พี. ไซเบอร์พรินท์.

เสริมยศ ธรรมรักษ์และคณะ. (2552). หลักการตลาดสำหรับนักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อัศวิน แผ่นเทอดไทย. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ร่วมงานอีเวนต์มาราธอน. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. (พาณิชยศาสตร์และการบัญชี), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Assael, H. (1998). Consumer behavior and market action. Ohio: South Western College.

BLT Bangkok. (2561). คนไทยแห่วิ่ง 15 ล้านคน ดันงานวิ่งพุ่งนับพัน - เงินสะพัด 5 พันล้านบาท. สืบค้นเมื่อ 17 สิงหาคม 2562, https://bit.ly/2Thhedx

Klapper, J. T. (1960). The effects of mass communication. New York: The Free Press.

Shimp, T. A. (2000). Advertising & Promotion. United States of America : Harcourt College Publoshers.

Schiffman G. L. and Kanuk, L. (2007). Consumer Behavior. New Jersey: Pearson Education.

Yamane, T. (1973). Statistics: an introductory analysis. New York: Harper & Row.

การพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

A Development of Grade 8 Students' English Reading Comprehension through the use of CIPPA Instructional Model and Plickers Application

บุรัสกร ธรรมขันธ์
Burassakorn Thammakhan
สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
Master of Education in Curriculum and Instruction, Uttaradit Rajabhat University
อีเมล์ : tangg1526@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาและหาประสิทธิภาพของบทเรียนการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers (2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน (3) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบทเรียนการอ่านจับใจความ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 39 คน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 โรงเรียนเมืองเชลียง จังหวัดสุโขทัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ (1) บทเรียนการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ มีประสิทธิภาพเท่ากับ 83.24/81.92 (2) ค่าเฉลี่ยคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน $\overline{X}$ = 11.72 S.D. = 1.54 และ $\overline{X}$ = 16.38 S.D. = 1.23 ตามลำดับ และ (3) ความความพึงพอใจของนักเรียนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.79 S.D. = 0.40)

คำสำคัญ: การอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ, Cippa model, Plickers

Abstract

The purposes of this research were (1) to study the efficiency index of English reading comprehension lessons through the use of CIPPA MODEL with Plickers application, (2) to compare the students' learning achievements between pre-test and post-test, and (3) to study the student's satisfaction towards the lessons the use of CIPPA MODEL with Plickers application. The samples were 39 students, all were in Grade 8 at Maughamian School, Academic Year 2019, in Si Satchanalai District of Sukhothai Province.

The results of the research revealed that (1) the efficiency index of English reading comprehension lessons through the use of CIPPA MODEL with Plickers application was 83.24/81.92 (2) the learning achievement of post-test ($\overline{X}$ = 16.38 S.D. = 1.23) was significantly higher than pre-test ($\overline{X}$= 11.72 S.D. = 1.54) at 0.05 , and (3) the students' satisfaction towards the intervention was at the highest level. ($\overline{X}$ = 4.79 S.D. = 0.40)

Keyword: English reading comprehension, Cippa model, Plickers

บทนำ

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่ใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร เพื่อการประกอบอาชีพ การศึกษา การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ มีความจำเป็นการศึกษาหาข้อมูลความรู้และถ่ายทอดวิทยาการต่าง ๆ แก่กัน การรู้ภาษาอังกฤษจึงช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างชนชาติได้ดียิ่งขึ้นและเพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2551, หน้า.5) ด้วยเหตุนี้กระทรวงศึกษาธิการจึงตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นที่จะต้องเร่งพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ เพื่อให้คนไทยมีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการติดต่อสื่อสารและในการตอบสนองความเป็นภาษาสากล มุ่งหวังให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาต่างประเทศสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ แสวงหาความรู้ ประกอบอาชีพและศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวและวัฒนธรรมอันหลากหลายของประชาคมโลก และสามารถถ่ายทอดความคิดและวัฒนธรรมไทยไปยังสังคมโลกได้อย่างสร้างสรรค์นั้น (กระทรวงศึกษาธิการ, 2552, หน้า.5)

การอ่านมีบทบาทสำคัญในการเรียนรู้ตลอดชีวิต เนื่องจากการอ่านเป็นเครื่องมือในการศึกษาหาความรู้และเป็นการนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน (ปิยวรรณ ศิริรัตน์, 2543, หน้า.2) ทักษะการอ่านมีความสำคัญและ

ควรได้รับการส่งเสริมให้สามารถศึกษาหาความรู้ได้ตลอดชีวิต ความคิดเห็นและความผิดพลาดในการอ่านซึ่ง วิลเลี่ยมและเอ็ดดี้ (Williams & Eddie, 1994, p.36) กล่าวไว้ว่า ความเข้าใจในการอ่านเป็นจุดมุ่งหมายหลักของการอ่านทั้งปวง การอ่านโดยจับใจความอะไรไม่ได้จะไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ ซึ่งจากผลคะแนนการทดสอบระดับชาติ O-NET (Ordinary National Education Test) ในระดับประเทศของวิชาภาษาอังกฤษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 30.45 และคะแนนผลการทดสอบระดับชาติ O-NET ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนเมืองเชลียง อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย มีค่าเฉลี่ยค่าเท่ากับ 28.12 (SAR โรงเรียนเมืองเชลียง, 2560, หน้า.17) ที่เป็นเช่นนี้อาจเกิดจากนักเรียนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ทำให้ไม่สามารถอ่านจับใจความสำคัญหรือข้อความในภาษาอังกฤษได้ จึงทำให้ผู้เรียนคิดว่าภาษาอังกฤษเป็นวิชาที่ยากในการเข้าใจในเนื้อหาเรื่องที่เรียน และเป็นยุคของการใช้เทคโนโลยี ทำให้เด็กทุกคนติดโทรศัพท์มือถือ แล้วหันไปสนใจการใช้เทคโนโลยีมากกว่าการอ่านหนังสือในตำราเรียน และมีแอพพลิเคชั่นต่าง ๆ มากมายที่ช่วยในการเรียนรู้

ซึ่งปัจจุบันมีการสอนที่ช่วยในการจัดการเรียนรู้การอ่านจับใจความสำคัญ คือ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL การจัดการเรียนรู้ที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ส่งเสริมให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง มีการจัดการเรียนรู้แบบประสาน 5 แนวคิดหลัก คือ 1.การสร้างองค์ความรู้ 2.กระบวนการกลุ่ม3.การเรียนรู้แบบร่วมมือ 4.ความพร้อมในการเรียนรู้ และ 5.กระบวนการการถ่ายโอนการเรียนรู้ (ทิศนา แขมมณี, 2542, หน้า.11) รูปแบบการจัดกิจกรรมมีลักษณะที่มุ่งเน้นให้นักเรียนได้ศึกษารวบรวมข้อมูล การมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการแลกเปลี่ยนความรู้ การได้เคลื่อนไหวทางกาย การเรียนรู้กระบวนการต่าง ๆ เช่น กระบวนการกลุ่ม กระบวนการแก้ปัญหา กระบวนการจัดการ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ซึ่งเป็นวิธีการเรียนรู้ที่ทำให้บรรยากาศในการเรียนรู้เต็มไปด้วยความกระตือรือร้น ตื่นเต้น ไม่เบื่อหน่าย นักเรียนได้ใช้ความสามารถของตนอย่างเต็มศักยภาพ มีโอกาสแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความคิด มีอิสระในการตัดสินใจ และการสร้างความรู้ด้วยตนเอง ทำให้นักเรียนเกิดความภาคภูมิใจที่ได้รับการยอมรับจากเพื่อนในกลุ่ม มีเสรีภาพในการแสดงความคิด ซึ่งผู้เรียนจะเกิดความเข้าใจในสิ่งที่เรียน สามารถอธิบาย ชี้แจง ตอบคำถามได้ดี และยังพัฒนาทักษะในการคิดวิเคราะห์ การคิดสร้างสรรค์ การทำงานเป็นกลุ่ม การสื่อสาร รวมทั้งเกิดความใฝ่รู้ (ทิศนา แขมมณี, 2547, หน้า.113)

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล ส่งผลอย่างยิ่งต่อการเรียนการสอนในปัจจุบันและวิธีการสอนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นักเรียนส่วนใหญ่นำสมาร์ทโฟนมาใช้ในโรงเรียน ครูจำได้มีการนำ Application เข้ามาช่วยในการจัดการเรียนการสอน เพื่อทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักเรียนและเพื่อนร่วมชั้น ซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียน การมีส่วนร่วม ความสนุก ตลอดจนเพิ่มแรงจูงใจในการเข้าชั้นเรียน (วิชัย พัวรุ่งโรจน์และคณะ, 2560, หน้า.54) ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า Plickers Application เป็นแอปพลิชันที่ครูผู้สอนสามารถใช้งานบนมือถือและใช้งานผ่านกล้องบนมือถือได้ โดยการสแกนผ่าน QR-CODE ที่สามารถตรวจคำตอบหรือเช็คชื่อจะประมวลผลผ่านโปรแกรมและแสดงข้อมูลบนหน้าเว็บแอพพลิเคชั่นนี้

เหมาะสมกับผู้เรียนเพราะสามารถให้ผลย้อนกลับโดยทันที รวดเร็ว และสะดวก ใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน ทำให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ ครูยังสามารถสอดแทรกเนื้อหาสาระไปในรูปแบบของคำถามได้อีกด้วย

ซึ่งผู้วิจัยพบว่านักเรียนมีความสนใจด้านเทคโนโลยีหรือสื่อที่ทันสมัย แต่นักเรียนยังขาดความรู้ความเข้าใจ ความมุ่งมั่นตั้งใจในการเรียน อีกทั้งมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ ผู้วิจัยสนใจที่จะหาแนวทางในการการการแก้ปัญหาโดยใช้ Plickers Application เข้ามาช่วยเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้การอ่านจับใจความภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพของบทเรียนที่ใช้พัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษของสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โดยใช้กิจกรรมเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ โดยใช้กิจกรรมเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อบทเรียนในการพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Design) โดยใช้กลุ่มประชากรแบบกลุ่มเดียวใช้แบบแผนการวิจัยแบบ One Group Pre-test-Post-test Design เพื่อพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โดยผู้วิจัยให้นักเรียนทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน และให้นักเรียนทดสอบหลังเรียนเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล รูปแบบการทดลองแสดงตารางดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงแบบการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Design) แบบ One Group Pretest-Posttest Design โดยมีกลุ่มที่ศึกษาเพียงกลุ่มเดียว

กลุ่มตัวอย่าง	ทดสอบก่อนเรียน		ทดสอบหลังเรียน
A	O_1	X_1	O_2

เมื่อ O_1 หมายถึง ทดสอบก่อนการเรียน (Pre – test)

X_1 หมายถึง บทเรียนการพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL

O_2 หมายถึง ทดสอบหลังการเรียน (Post – test)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนเมืองเชลียง ตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 รวมนักเรียนทั้งหมดจำนวน 267 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/3 โรงเรียนเมืองเชลียง ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 1 ห้องเรียน จำนวน 39 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 บทเรียนการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers จำนวน 1 เล่ม ประกอบไปด้วย บทอ่านการจับใจความภาษาอังกฤษ 8 บท แบบฝึกหัด และแบบทดสอบ

2.2 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน เป็นข้อสอบแบบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ

2.3 แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers มีจำนวน 8 แผน รวมทั้งหมด 16 ชั่วโมง ซึ่งมีค่าความเหมาะสมอยู่ที่ 4.92

2.4 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบทเรียนการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers จำนวน 15 ข้อ ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามขึ้น จำนวน 39 ชุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1. หนังสือขอความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ถึงโรงเรียนเมืองเชลียง อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2. ดำเนินการทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 20 ข้อ ซึ่งได้ค่าเฉลี่ยจากการทดสอบ 11.72 เต็ม 20 คะแนน

3.3. ครูจัดการเรียนการสอนโดยใช้บทเรียนการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ ในแผนการจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ขั้นที่ 1 การทบทวนความรู้เดิม ขั้นที่ 2 การแสวงหาความรู้ใหม่ ขั้นที่ 3 การศึกษาทำความเข้าใจความรู้ใหม่ ขั้นที่ 4 การแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจกับกลุ่ม ขั้นที่ 5 การสรุปและจัดระเบียบความรู้ ขั้นที่ 6 การปฏิบัติ และ/หรือการแสดงผลงาน และขั้นที่ 7 การประยุกต์ใช้ความรู้ เป็นเวลาทั้งหมด 16 ชั่วโมง ซึ่งมีค่าความเหมาะสมอยู่ที่ 4.32

3.4. หลังจากเสร็จสิ้นการทดลองแล้ว ดำเนินการทดสอบหลังเรียน (Post-test) ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ โดยใช้ข้อสอบฉบับเดิมแต่สลับข้อคำถาม ซึ่งจากการทดสอบหลังเรียนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 16.38 จะเห็นได้ว่านักเรียนมีทักษะการอ่านจับใจความที่ดีขึ้น

3.5. ผู้เรียนทำแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บทเรียนการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งจากการวิเคราะห์นักเรียนมีค่าความพึงพอใจอยู่ที่ 4.51

3.6. นำข้อมูลที่ได้ได้จากการทดลองไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยใช้สถิติ paired sample t-test ในการวิเคราะห์คะแนนได้ค่า t เท่ากับ -23.86

4. วิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\overline{\mathbf{X}}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ส่วนสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่ ดัชนีค่าความสอดคล้อง (IOC) การประเมินค่าความเหมาะสม ประสิทธิภาพ $\mathbf{E_1/E_2}$ และประสิทธิผล (E.I.)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. การพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ได้ผลการหาประสิทธิภาพของบทเรียน จากการเก็บคะแนนแบบทดสอบย่อยระหว่างเรียนเท่ากับ 66.59 คิดเป็นร้อยละ 83.24 และค่าเฉลี่ยจากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเท่ากับ 16.38 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 81.92 ซึ่งมีประสิทธิภาพเท่ากับ 83.24/81.55 แสดงว่า บทเรียนการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่ตั้งไว้ ซึ่งเป็นผลจากการจัดการเรียนรู้ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers ทำให้นักเรียนรู้และเข้าใจการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้น โดยนักเรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ บรรยากาศในห้องเรียนเต็มไปด้วยความกระตือรือร้นไม่เบื่อหน่าย มีโอกาสแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความคิด และมีการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนในกลุ่ม ซึ่งได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันท์นภัส จอมหงส์พิพัฒน์ (2552, หน้า. 86) ได้ศึกษาและพัฒนาชุดฝึกทักษะการอ่าน

จับใจความภาษาอังกฤษสำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า ชุดฝึกทักษะการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีประสิทธิภาพ 81.97/79.93

ตารางที่ 2 ประสิทธิภาพของบทเรียนความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

ผลการเรียน	คะแนนเต็ม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงแบนมาตรฐาน(S.D.)	ร้อยละของคะแนนเฉลี่ย
ประสิทธิภาพของบทเรียน(E_1)	80	66.59	1.79	83.24
ประสิทธิภาพของผลลัพธ์(E_2)	20	16.38	1.23	81.92

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลประสิทธิภาพของบทเรียนความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers จากการทดสอบระหว่างเรียนเท่ากับ 66.59 คะแนน คิดร้อยละ 83.24 และคะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเท่ากับ 16.38 ร้อยละ 81.92 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ด้านการพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ได้คะแนนเฉลี่ยจากการทำแบบทดสอบก่อนเรียนเท่ากับ 11.72 หลังเรียนเท่ากับ 16.38 ค่า t เท่ากับ -23.86 แสดงว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก ทางการเรียนรู้ด้านการพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers ทำให้เกิดนักเรียนเกิดการเรียนรู้ใหม่ สามารถแลกเปลี่ยนความรู้ภายในกลุ่มได้ด้วย ทำให้นักเรียนสามารถทำคะแนนกิจกรรมทั้งรายบุคคลและรายกลุ่มได้ดี ผู้เรียนสามารถสร้างความรู้เป็นของนักเรียนเอง ส่งผลให้นักเรียนสามารถทำแบบทดสอบหลังเรียนได้คะแนนสูงทำให้ประสิทธิภาพผลลัพธ์สูงเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาราวรรณ แก้วศรีทอง (2553, หน้า.91) ได้ศึกษาการสร้างแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการอ่านจับใจความสำคัญภาษาอังกฤษของนักเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เพราะนักเรียนให้ความสนใจในการทำแบบฝึกหัดแต่ละขั้นตอนเป็นอย่างดีรู้สึกชื่นชอบและมีความสุขในการเรียน และแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพเท่ากับ 83.24/81.92 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานกำหนด 80/80

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบผมสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ด้านการพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

นักเรียน	คะแนน		ประสิทธิผล
	คะแนนก่อนเรียน	คะแนนหลังเรียน	(E.I.)
39	460	1053	0.56

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า การทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ผลรวมของการทดสอบก่อนเรียนเท่ากับ 460 คะแนน ผลรวมคะแนนของการทดสอบหลังเรียนเท่ากับ 1053 คะแนน เมื่อคำนวณโดยใช้สูตรดัชนีประสิทธิผล ได้เท่ากับ 0.56 หมายความว่า บทเรียนมีความก้าวหน้าร้อยละ 56 นักเรียนมีความรู้ในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบผมสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนด้านการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

ทดลอง	N	$\bar{x}$	S.D.	t	sig
คะแนนก่อนเรียน	39	11.72	1.54	-23.86	0.00
คะแนนหลังเรียน	39	16.38	1.23		

จากตาราง 4 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบคะแนนวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.72 และคะแนนวัดผลสัมฤทธิ์หลังเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.38 และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนก่อนและหลัง ค่าสถิติ t มีค่า -23.86 ค่า Sig. (2-tailed) มีค่า 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คะแนนหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบทเรียนบทเรียนการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers เนื่องจากนักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน นักเรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง ซึ่งทำให้นักเรียนมีความเข้าใจในเรื่องที่อ่าน นักเรียนมีความพึงพอใจในเนื้อหาและกิจกรรมที่ทำให้ผู้เรียนมีความสุขในการเรียนรู้ร่วมกันเป็นกลุ่ม มีการพูดคุย แสดงความคิดเห็น

ปรึกษาหารือ และ ช่วยเหลือกันมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทา กุมภา (2553, หน้า.86 ได้พัฒนาชุดกิจกรรมการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจในชุดกิจกรรมการอ่านภาษาอังกฤษ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ตรีสุคนธ์ สังข์ทอง (2557,น.89) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดกิจกรรมเสริมทักษะการอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษ เรื่อง Festivals ผลการวิจัยพบว่า นักผู้เรียนมีความพึงพอใจในชุดกิจกรรมเสริมทักษะการอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษ เรื่อง Festivals อยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อบทเรียนการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers

รายการประเมิน	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. ครูแจ้งจุดประสงค์ก่อนเรียนทุกครั้ง	4.79	0.40	มากที่สุด
2. ครูสามารถอธิบายเนื้อหาและตัวอย่างประกอบได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย	4.49	0.55	มาก
3. บทเรียนนี้ช่วยให้นักเรียนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่เรียนได้	3.90	0.75	มาก
4. บทเรียนที่ใช้ในการสอนมีความเหมาะสมสำหรับนักเรียน	4.28	0.72	มาก
5. เนื้อหาที่เรียนมีประโยชน์น่าสนใจ	4.41	0.67	มาก
6. แอปพลิเคชั่น Plickers มีความน่าสนใจ	4.51	0.50	มากที่สุด
7. แอปพลิเคชั่น Plickers ใช้งานง่าย	4.77	0.42	มากที่สุด
8. แอปพลิเคชั่น Plickers มีความทันสมัย	4.79	0.40	มากที่สุด
9. นักเรียนเข้าใจบทเรียนในการใช้สมัคร Plickers	4.56	0.59	มากที่สุด
10. ครูคอยให้คำแนะนำขณะนักเรียนทำบทเรียน	4.41	0.71	มาก
11. กิจกรรมกลุ่มช่วยให้นักเรียนทำงานกับเพื่อนอย่างมีความสุข	4.67	0.47	มากที่สุด
12. นักเรียนมีการวางแผนการปฏิบัติกิจกรรมร่วมกันโดยใช้ทักษะกระบวนการกลุ่ม	4.79	0.40	มากที่สุด
13. นักเรียนมีส่วนร่วมในสื่อการเรียนการสอน	4.10	0.71	มาก
14. นักเรียนนำความรู้ที่ได้จากการนำบทเรียน ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.69	0.46	มากที่สุด
15. การวัดและประเมินผลสัมพันธ์ตรงกับวัตถุประสงค์การเรียน	4.51	0.64	มากที่สุด
16. นักเรียนมีความสนุกสนานเพลิดเพลินและเกิดการใฝ่รู้ใฝ่เรียนในขณะทำกิจกรรมการเรียนการสอน	4.59	0.67	มากที่สุด
คะแนน	4.51	0.20	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบทเรียนการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.51 ซึ่งอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้แตกต่างกันมาก (ส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน = 0.20) รายการที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ข้อที่ 15 นักเรียนมีการวางแผนการปฏิบัติกิจกรรมร่วมกันโดยใช้ทักษะกระบวนการกลุ่ม ($\overline{X}$ = 4.79, S.D.=0.40) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ บทเรียนนี้ช่วยให้นักเรียนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่เรียนได้ ($\overline{X}$ = 3.90, S.D. = 0.75)

สรุปผลการวิจัย

1. บทเรียนการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ โดยใช้กิจกรรมเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 83.24/81.92 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานกำหนด 80/80

2. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ได้รับการจัดการเรียนรู้การอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้กิจกรรมเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers มีผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้การอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยใช้กิจกรรมเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers อยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ในการวิจัยพบว่าควรจัดการเรียนการสอนให้มีความน่าสนใจ และหลากหลายกว่านี้ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความอยากเรียนในเนื้อหา กระตุ้นให้นักเรียนสนใจในบทเรียนนั้นด้วยการเล่นเกมหรือทำกิจกรรมอื่น ๆ ด้วย

2. ควรมีการให้นักเรียนฝึกทักษะการเรียนรู้ครบทั้ง 4 ทักษะ เพื่อให้นักเรียนพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษได้ครบทุกด้าน

3. ในครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาความสามารถในการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ CIPPA MODEL ร่วมกับแอพพลิเคชั่น Plickers สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 สามารถนำการจัดการเรียนนี้ไปประยุกต์ใช้กับรายวิชาอื่นและสามารถนำไปใช้กับนักเรียนชั้นอื่น ๆ ได้

การอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2552). *ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลาง กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทยจำกัด.

ดาราวรรณ แก้วศรีทอง. (2553). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ตรีสุคนธ์ สังข์ทอง. (2557). *การพัฒนาชุดกิจกรรมเสริมทักษะการอ่าน การเขียนภาษาอังกฤษเรื่อง Festivals โดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือของเคแกน (Kagan) สำหรับนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4*

ทิศนา แขมมณี. (2542). *การจัดการเรียนการสอนโดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลางโมเดลซิปปา (CIPPA model).* คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

นันทา กุมภา. (2554). พัฒนาชุดกิจกรรมการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร

นันท์นภัส จอมหงส์พิพัฒน์. (2552). *การพัฒนาชุดฝึกทักษะการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี.

ปิยวรรณ ศิริรัตน์. (2543). *การเปรียบเทียบความเข้าใจในการอ่าน ความสามารถในการเขียนอังกฤษและความสามารถในการทำงานร่วมกันของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ที่ได้รับการสอนตามคู่มือครู*. ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ภูมินทร์ เหลาอำนาจ. (2555). *การศึกษาผลสัมฤทธิ์การอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ โดยใช้วิธีการสอนแบบ SQ4R ของนักศึกษาสาขาวิชาการ ศึกษาภาษาอังกฤษ ชั้นปีที่ 2* มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. งานวิจัย เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน, สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

โรงเรียนเมืองเชลียง. 2560. *รายงาน SAR ประจำปี 2560 โรงเรียนเมืองเชลียง.* โรงเรียนเมืองเชลียง, สุโขทัย.

วิชัย พัวรุ่งโรจน์* ภัทร์พงศ์ พงศ์ภัทรกานต์ และสุชาดา พรหมโคตร (2560). เรื่อง แนวโน้มวิธีการเรียนการสอนยุคใหม่ด้วยเครื่องมือ ประเมินผลระหว่างเรียนออนไลน์วารสาร นวัตกรรมการเรียนรู้ ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2560 สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2551). *ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุม สหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

Williams & Eddie. (1994). *Macmillan Publishers*. London

การพัฒนาบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ โดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4

The Development of English Reading Comprehension Lessons through Edmodo Application for Grade 10 Students

นายอมรชัย อินสอน

Amornchai Insorn

สาขาวิชาหลักสูตรแหละการสอน คณะครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

Master of Education in Curriculum and Instruction

Uttaradit Rajabhat University.

อีเมล์ : amornchai0383@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาและหาประสิทธิภาพของบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application (2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน (3) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนด้วยบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเมืองเชลียง อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ปีการศึกษา 2562 จำนวน 35 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) บทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85.02/84.55 (2) ค่าเฉลี่ยคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน $\overline{X}$ = 10.34, S.D. = 2.12 และ ($\overline{X}$ = 16.91, S.D. = 0.98 ตามลำดับ และ (3) นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.61, S.D. = 0.14)

คำสำคัญ : การอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ, บทเรียน, Edmodo Application

Abstract

The purposes of this research were (1) to study the efficiency of English reading comprehension lessons through Edmodo application, (2) to compare learning achievement between pre-test and post-test after learning through Edmodo application, and (3) to study the students' satisfaction towards English reading comprehension lessons through Edmodo application. The samples consisted of 35students in Grade 10 of Muangchaliang School Academic Year 2019, Si Satchanalai District of Sukhothai Province. The results of the research revealed that (1) the efficiency index of English reading comprehension lessons through Edmodo application was 85.02/84.55 according to index criterion, (2) learning achievement of post-test ($\overline{X}$ = 16.91, S.D. = 0.98) was higher than pre-test ($\overline{X}$ = 10.34, S.D. = 2.12) at 0.05 significantly, and (3) the students' satisfaction toward English reading comprehension lessons through Edmodo application was at the highest level. ($\overline{X}$ = 4.61, S.D. = 0.14)

Key Words : English reading comprehension, lesson, Edmodo application

บทนำ

ในสังคมโลกปัจจุบัน การเรียนรู้ภาษาอังกฤษมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในชีวิต ประจำวัน เนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การแสวงหาความรู้ การประกอบอาชีพ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิสัยทัศน์ของชุมชนโลก และตระหนักถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมุมมองของสังคมโลก นำมาซึ่งมิตรไมตรีและความร่วมมือกับประเทศต่าง ๆ ช่วยพัฒนาให้ผู้เรียนได้มีความเข้าใจตนเองและผู้อื่นดีขึ้น เรียนรู้และเข้าใจความแตกต่างของภาษาและวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี การคิด สังคม เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง มีเจตคติที่ดีต่อการใช้ภาษาต่างประเทศ และใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการสื่อสารสารได้ รวมทั้งเข้าถึงองค์ความรู้ต่าง ๆ ได้ง่ายและกว้างขึ้น และมีวิสัยทัศน์ในการดำรงชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ฉบับปรับปรุง พุทธศักราช 2560 กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ มุ่งหวังให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดีต่อภาษาต่างประเทศ สามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้แสวงหาความรู้ ประกอบอาชีพ และศึกษาในระดับที่สูงขึ้น รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวและวัฒนธรรมอันหลากหลายของประชาคมโลกและสามารถถ่ายทอดความคิดและวัฒนธรรมไทยไปยังสังคมโลกได้อย่างสร้างสรรค์

การเรียนรู้ภาษาอังกฤษมี 4 ทักษะพื้นฐานที่สำคัญ ๆ คือ ทักษะการฟัง ทักษะการพูด ทักษะการอ่าน และทักษะการเขียน ซึ่งในแต่ละทักษะมีความแตกต่างกันออกไปและทุกทักษะ จะครอบคลุมในทุก ๆ ด้านของการสื่อสาร สำหรับคนไทยนั้นทักษะการอ่านเป็นทักษะที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุดเนื่องจากการอ่านเป็นเครื่องมือในการแสวงหาความรู้โดยเฉพาะผู้ที่กำลังศึกษาเล่าเรียน การอ่านจึงถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าการพัฒนาคนไทยให้มีความรู้ความสามารถด้านการอ่านจะต้องปลูกฝังและสร้างทัศนคติให้เห็นคุณค่าและประโยชน์ของการอ่าน (พาณิภัค สมประสงค์, 2555, หน้า 2)

ในยุคข้อมูลข่าวสารของโลกในปัจจุบัน ทักษะการอ่านนับว่าเป็นหนึ่งในทักษะที่สำคัญ ในการสื่อสารจนเป็นที่ยอมรับว่า คนที่มีขีดความสามารถในการอ่านที่ต่ำมักจะไม่ประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงานหรือการศึกษาเล่าเรียน แต่คนที่มีความสามารถในการอ่านสูงก็จะพบเจอความสำเร็จก้าวหน้าในชีวิต (ศิริพันธ์ ศรีวันยงศ์, 2552) ซึ่งในความเป็นจริงผู้ที่อ่านมากและมีความสามารถในการอ่านมากย่อมรับข่าวสารและสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้มากกว่าผู้ที่อ่านน้อยและมีความสามารถในการอ่านน้อย

การจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในปัจจุบันการอ่านภาษาอังกฤษเป็นปัญหาหลักเนื่องจากเวลาอ่านภาษาอังกฤษ นักเรียนอ่านแล้วไม่เข้าใจทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากไม่เข้าใจความหมายของคำศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีอยู่ในข้อความ บทอ่าน จึงก่อให้เกิดความรู้สึกว่าการอ่านเป็นเรื่องยากลำบาก น่าเบื่อหน่าย และยิ่งไปกว่านั้นยังก่อให้เกิดความหวั่นไหวไม่มีความเชื่อมั่นในตัวเอง ฉะนั้นในการอ่านเพื่อความเข้าใจ การรู้คำศัพท์จึงเป็นสิ่งที่จำเป็น แม้ว่าจะสามารถใช้ทักษะหรือเทคนิคอื่น ๆ เพื่อการอ่านได้ดีเพียงใดก็ตาม แต่ถ้าหากไม่ทราบความหมายของคำในข้อความที่กำลังอ่านก็คงไม่เข้าใจสิ่งที่อ่านนั้นได้ตลอดหรือถูกต้อง แต่กลับทำให้เสียเวลาและไม่ได้ประโยชน์อะไรจากการอ่านนั้น ๆ เลย (สมุทร เซ็นเชาวนิช, 2545, หน้า 15) จากผลคะแนนการทดสอบระดับชาติ O-NET (Ordinary National Education Test) โดยรวมของวิชาภาษาอังกฤษนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 28.31 ซึ่งเห็นได้ว่าเด็กไทยขาดความรู้ในเรื่องทักษะภาษาอังกฤษเป็นอย่างมาก ซึ่งจากรายงานผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเมืองเชลียง อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดโดยเฉพาะผลสัมฤทธิ์ของวิชาภาษาอังกฤษ มีคะแนนอยู่ในระดับควรเร่งพัฒนาโดยมีค่าเฉลี่ย 22.86 (โรงเรียนเมืองเชลียง, 2560, หน้า 17) ปัญหานี้อาจเกิดจากนักเรียนไม่เข้าใจความหมายของคำศัพท์แต่ละตัว ไม่สามารถอ่านจับใจความสำคัญข้อความหรืออ่านสรุปความได้น้อย ซึ่งทำให้ผู้เรียนคิดว่าการเรียนภาษาอังกฤษนั้นยากสำหรับพวกเขา ยุ่งยากซับซ้อน และเด็กในยุคปัจจุบันติดสังคมโซเชียล เด็กนักเรียนทุกคนต้องมีโทรศัพท์พกติดตัวตลอดเวลา การเรียนการสอนในยุคปัจจุบันจึงไม่ได้เป็นการเรียนในตำราเรียนเพียงอย่างเดียว เด็กทุกคนสามารถเรียนรู้จากแอปพลิเคชันในโทรศัพท์ได้ มีแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการเรียนการสอนมากมาย เช่น Edmodo application, Quizlet, Padlet และอีกมากมายดังนั้นครูผู้สอนควรประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

เข้ามาช่วยดึงดูดให้นักเรียนเกิดความอยากเรียนและช่วยให้นักเรียนสามารถเรียนรู้หรือค้นคว้าสิ่งที่นักเรียนไม่เข้าใจในห้องเรียนที่บ้านได้อีกด้วย

จากความสำคัญของการอ่านและสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องหาวิธีการและแนวทางการพัฒนาการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของผู้เรียนเพื่อเพิ่มความสามารถและเพิ่มประสิทธิภาพในการอ่าน จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่สามารถนำมาแก้ไขปัญหาการอ่านภาษาอังกฤษ ผ่านบทเรียนภาษาอังกฤษซึ่งจัดทำขึ้นในรูปแบบแอปพลิเคชัน (Application) เนื่องจากการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการเรียนในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนภาษาอังกฤษ ผู้เรียนจะต้องหมั่นศึกษาหาความรู้อย่างสม่ำเสมอและมีความต่อเนื่อง จึงจะเกิดความชำนาญ โดยทั่วไปบทเรียนภาษาอังกฤษที่ผู้เรียนสามารถศึกษาค้นคว้าได้ด้วยตนเองโดยส่วนใหญ่ คือ ตำรา หนังสือเรียน ที่อยู่ในห้องเรียนหรือห้องสมุด แต่ในยุคปัจจุบันมีการจัดทำบทเรียนภาษาอังกฤษผ่านสื่อสารสนเทศมากขึ้น ซึ่งสะดวกในการศึกษา การเรียนการสอนโดยใช้ Edmodo Application โดยแอปพลิเคชันนี้เป็นสื่อการเรียนการสอนอย่างหนึ่งที่ครูผู้สอนสามารถแทรกหรืออัพโหลดสื่อการสอนที่เป็นมัลติมีเดีย ภาพเคลื่อนไหว หรือแม้แต่การสร้างเกมคำศัพท์ การสั่งการบ้านออนไลน์ การสั่งงานนักเรียนจากที่บ้านก็สามาถทำได้โดยการใช้ Edmodo Application ผู้เรียนสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้เรียนหรือครูผู้สอนได้อย่างสะดวกสบายโดยใช้อินเทอร์เน็ตหรือบริการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในเครือข่าย ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากการศึกษาบทเรียนจึงได้รับการแก้ไขทันเวลา ทำให้ผู้เรียนเกิดความมั่นใจในการศึกษา ซึ่งภายในตัว Edmodo Application จะประกอบไปด้วยตัวโปรแกรม หน้าประวัติส่วนตัว การค้นหาและเพิ่มสถานศึกษา การสร้างกลุ่มผู้เรียน การโพสข้อความ การใช้งานเมนู Library (การอัพโหลดสื่อ, นำเข้าสื่อ) จากองค์ประกอบแล้วจะเห็นได้ว่าแอปพลิเคชัน มีกลไกการทำงานที่คล้ายกับเฟซบุ๊ค สื่อที่นักเรียนนิยมใช้กันเป็นจำนวนมากในยุคปัจจุบัน จึงง่ายต่อการนำแอปพลิเคชันนี้ไปใช้ นักเรียนใช้เวลาไม่มากในการเรียนรู้วิธีการใช้งานแอปพลิเคชัน ครูผู้สอนสามารถแทรกเนื้อหา บทอ่าน ให้นักเรียนอ่านได้ทุกที่ ไม่ใช่ในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว อีกทั้งในตัวแอปพลิเคชัน ครูผู้สอนยังสามารถคิดและออกแบบเกมมากมาย เช่น เกมถูก-ผิด เกมทายคำถามโดยจับเวลา เกมเติมคำ ทำให้การเรียนการสอนไม่จำเจ ไม่ใช่การเรียนการสอนจากในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว จากผลการวิจัยของนาถดนัย โชติดำรัส (2559, หน้า 57) พบว่าผลการทดลองใช้คู่มือ Edmodo เพื่อการเรียนการสอน มีประสิทธิภาพระหว่างเรียนอยู่ที่ 87.26 และหลังเรียนอยู่ที่ 88.23 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้คือ 80/80 แสดงว่าการใช้คู่มือ Edmodo เพื่อการเรียนการสอนภาษาอังกฤษนั้น ทำให้นักเรียนเกิดความเข้าใจในการเรียนภาษาอังกฤษ นักเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้นักเรียนสามารถอ่านบทอ่านและสามารถวิเคราะห์ จับใจความสำคัญจากการอ่านได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะพัฒนาบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ โดยใช้ Edmodo Application เพื่อที่จะนำมาใช้พัฒนาความสามารถการอ่านภาษาอังกฤษของนักเรียน เพื่อให้นักเรียนเกิดความรู้ความเข้าใจในการ

อ่านภาษาอังกฤษมากขึ้น เกิดความใฝ่รู้ใฝ่เรียน และมีความสุขกับการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ รวมไปถึงการนำภาษาอังกฤษไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพของบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนด้วยบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนด้วยบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ โดยใช้ Edmodo Application

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Design) แบบ One Group Pretest-Posttest Design โดยมีกลุ่มที่ศึกษาเพียงกลุ่มเดียว โดยผู้วิจัยให้นักเรียนทดสอบก่อนเรียน จากนั้นจึงนำบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ โดยใช้ Edmodo Application ที่สร้างขึ้น และให้นักเรียนทดสอบหลังเรียนเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล รูปแบบการทดลองสามารถแสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงแบบการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Design) แบบ One Group Pretest-Posttest Design โดยมีกลุ่มที่ศึกษาเพียงกลุ่มเดียว

กลุ่มตัวอย่าง	ทดสอบก่อนเรียน		ทดสอบหลังเรียน
A	O_1	X_1	O_2

เมื่อ A หมายถึง กลุ่มตัวอย่าง

O_1 หมายถึง ทดสอบก่อนเรียน (Pre – test)

X_1 หมายถึง บทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ

O_2 หมายถึง ทดสอบหลังเรียน (Post – test)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 โรงเรียนเมืองเชลียง ตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 183 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4/1 โรงเรียนเมืองเชลียง ตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 1 ห้องเรียน จำนวน 35 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 บทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo application จำนวน 1 เล่ม ประกอบไปด้วย บทอ่าน 10 บท แบบฝึกหัด และแบบทดสอบ ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ที่ 1.00 และมีค่าความเหมาะสมของบทเรียนอยู่ที่ 4.48

2.2 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังเรียนเป็นข้อสอบปรนัย 4 ตัวเลือก ซึ่งทางผู้วิจัยได้ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องจำนวน 30 ข้อ ซึ่งมีค่าดัชนีอยู่ที่ 1.00 และผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ไปทดลอง (try out) กับกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และได้ค่าความยากง่ายของแบบทดสอบซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.30 – 0.77 และการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ ได้ค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.30 - 0.80 ซึ่งทำให้เห็นว่าบางข้อคำถามไม่สามารถใช้เป็นข้อคำถามในแบบทดสอบได้ ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกข้อคำถามมา 20 ข้อ เพื่อใช้เป็นข้อคำถามในแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์

2.3 แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ Edmodo Application จำนวน 10 แผน รวมทั้งสิ้น 20 ชั่วโมง ซึ่งมีค่าความเหมาะสมอยู่ที่ 4.52

2.4 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ 1.00

3. การรวบรวมข้อมูล

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.1 ทำหนังสือขอความร่วมมือจากบัณฑิตวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ถึงโรงเรียนที่ผู้วิจัยต้องการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ดำเนินการทดสอบก่อนเรียน (pre-test) ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 20 ข้อ ซึ่งได้คะแนนเฉลี่ยจากทดสอบก่อนเรียนอยู่ที่ 10.34 จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน

3.3 ครูผู้สอนจัดการเรียนการสอนโดยใช้บทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สอบควบคู่กับแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ Edmodo Application ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

เป็นเวลาทั้งสิ้น 20 ชั่วโมง โดยตอนแรกผู้เรียนจะต้องอ่านคำศัพท์จากบทเรียนก่อนและหลังจากนั้นให้นักเรียนอ่านบทอ่านพร้อมทั้งแปลความหมาย เมื่อนักเรียนอ่านบทอ่านเสร็จแล้วนักเรียนก็จะต้องทำแบบฝึกหัดหลังบทอ่านเพื่อเป็นการประเมินความรู้ที่ได้จากการเรียนการสอน

3.4 หลังจากเสร็จสิ้นการทดลองแล้ว ดำเนินการทดสอบหลังเรียน (post-test) ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ โดยใช้ฉบับเดิมแต่สลับข้อ ซึ่งได้คะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบหลังเรียนอยู่ที่ 16.91 จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน เห็นได้นักเรียนมีทักษะการอ่านที่ดีขึ้นกว่าเดิม

3.5 ผู้เรียนทำแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application ซึ่งจากการวิเคราะห์นักเรียนมีค่าความพึงพอใจต่อบทเรียนอยู่ที่ 4.61

3.6 นำข้อมูลที่ได้จากการทดลองไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ใช้สถิติ paired sample t-test ในการวิเคราะห์คะแนน และได้ค่า t เท่ากับ -16.87

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ส่วนสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่ ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) การประเมินความเหมาะสม ค่า E_1 และ E_2 E.I. และค่า t-test

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. การพัฒนาบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ได้ผลการหาประสิทธิภาพของบทเรียน จากการเก็บคะแนนทดสอบย่อยระหว่างเรียนเท่ากับ 85.02 และคะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์หลังเรียนเท่ากับ 84.55 ซึ่งมีประสิทธิภาพเท่ากับ 85.02/84.55 แสดงว่า บทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่ตั้งไว้ ซึ่งจากผลการเปรียบเทียบก่อนและหลังเรียน จะแสดงให้เห็นว่านักเรียนมีความรู้ในการอ่านภาษาอังกฤษมากขึ้น มีความเข้าใจในบทอ่าน และสามารถทำแบบฝึกหัดในบทเรียนผ่านแอพพลิเคชันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของประวิชญา ถาวร (2551) ศึกษาเรื่อง ผลการเรียนด้วยโปรแกรมบทเรียนภาษาอังกฤษ การวิจัยพบว่า โปรแกรมบทเรียนภาษาอังกฤษมีประสิทธิภาพ เท่ากับ 88.58/85.06 ซึ่งเห็นได้ว่าการนำบทเรียนที่เป็นแอพพลิเคชันหรือโปรแกรมมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนช่วยให้นักเรียนมีทักษะการอ่านที่ดีขึ้น นักเรียนสามารถเรียนรู้ได้เร็ว นอกจากการเรียนรู้จากห้องเรียนแล้ว ครูผู้สอนยังสามารถประยุกต์ใช้แอพพลิเคชันในการสั่งงานนักเรียนให้ทำงานส่งที่บ้านจากแอพพลิเคชันและยังสามารถสร้างเกมต่าง ๆ ให้นักเรียนสามารถเล่นเพื่อทดสอบและประเมินความรู้ของตนเองได้

ตารางที่ 2 แสดงผลการหาประสิทธิภาพของบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษโดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4

การทดลอง	ค่าเฉลี่ย (E_1) คะแนนระหว่างเรียน (100 คะแนน)		ค่าเฉลี่ย (E_2) ผลการสอบหลังเรียน (20 คะแนน)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 35 คน	คะแนนเฉลี่ย	ร้อยละ	คะแนนเฉลี่ย	ร้อยละ
	85.02	85.02	16.91	84.55

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผลการหาประสิทธิภาพของบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo application จากการทดสอบระหว่างเรียนเท่ากับ 85.02 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 85.02 และคะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์หลังเรียนเท่ากับ 16.91 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 84.55 ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ได้คะแนนเฉลี่ยจากการทำแบบทดสอบก่อนเรียน เท่ากับ 10.34 คะแนน หลังเรียนเท่ากับ 16.91 ค่า t เท่ากับ -16.87 แสดงว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องมาจากการเรียนโดยใช้บทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application เป็นการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน เพื่อช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในบทเรียนมากยิ่งขึ้น โดยการใช้สื่อมัลติมีเดีย ภาพ เสียง ทำให้การเรียนไม่เกิดความจำเจ สร้างความตื่นเต้นให้กับผู้เรียน มีความทันสมัยต่อปัจจุบัน และง่ายต่อการติดต่อสื่อสาร สามารถแบ่งปันเนื้อหา จัดการบ้าน และภาระงาน ผ่านเครื่องมือภายในแอพพลิเคชั่น ได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และง่ายต่อการเข้าถึง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาถดนัย โชติดำรัส (2559) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาคู่มือการประยุกต์ใช้ Edmodo เพื่อการเรียนการสอน การวิจัยพบว่าผลการทดลองใช้คู่มือการประยุกต์ใช้ Edmodo เพื่อการเรียนการสอน มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 อยู่ในระดับดีพอใช้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 87.26/88.23 และประสิทธิภาพของคู่มือการประยุกต์ใช้ Edmodo เพื่อการเรียนการสอน ได้ค่าเท่ากับ 0.8166 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เดอลาเนย์ (2528) ศึกษาเรื่องผลของกลยุทธวิธีในการฝึกอ่านเพื่อความเข้าใจกับนักเรียนระดับ 4 และระดับ 5 พบว่าคะแนนความเข้าใจในการอ่านของนักเรียนกลุ่มที่ได้รับการฝึกให้อ่านจับใจความสำคัญของเรื่องแล้วทำการจดบันทึกเอาไว้ มีผลสัมฤทธิ์ต่ำกว่านักเรียนที่ได้รับการฝึกให้อ่านเนื้อเรื่อง แล้วขีดเส้นใต้ในประเด็นไว้

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ ค่าดัชนีประสิทธิผล (E.I.) การเรียนรู้ของนักเรียนที่เรียนด้วยบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4

จำนวนนักเรียน	คะแนนเต็ม	ผลรวมคะแนน		ค่าดัชนีประสิทธิผล (E.I.)
		ทดสอบก่อนเรียน	ทดสอบหลังเรียน	
35	20	362	592	0.68

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า การทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ผลรวมของการทดสอบก่อนเรียนเท่ากับ 362 คะแนน ผลรวมคะแนนของการทดสอบหลังเรียนเท่ากับ 592 คะแนน เมื่อคำนวณโดยใช้สูตรดัชนีประสิทธิผล ได้เท่ากับ 0.68 หมายความว่า บทเรียนมีความก้าวหน้าในการเรียนร้อยละ 68 นักเรียนมีความรู้ในการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application ระหว่างก่อนเรียนและหลังของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4

การทดสอบ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ก่อนเรียน	35	10.34	2.12	-16.87	0.00
หลังเรียน	35	16.91	0.98		

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผลการเปรียบเทียบคะแนนวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนการอ่านภาษาอังกฤษมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.34 และคะแนนวัดผลสัมฤทธิ์หลังเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.91 และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยก่อนและหลังพบว่า หลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบทเรียนการเรียนอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 อยู่ในระดับมากที่สุด นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนด้วยบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษ โดยใช้ Edmodo Application มีความพึงพอใจในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้น จากเดิมที่นักเรียนไม่ค่อยชอบเรียนภาษาอังกฤษ แต่เมื่อครูผู้สอนได้ประยุกต์เทคโนโลยีมาช่วยในการเรียนการสอนทำให้ผู้เรียนเกิดความอยากเรียนมากขึ้น เพราะเป็นการเรียนที่ไม่น่าเบื่อหน่าย ในแอพพลิเคชั่นมีการตอบโต้กับผู้เรียนอยู่ตลอด ซึ่งทำให้ผู้เรียนประทับใจในการเรียนเป็นอย่างมาก เมื่อนักเรียนอยากฝึกทักษะการอ่านหรือฝึกจำคำศัพท์นักเรียนก็สามารถเข้าแอพพลิเคชั่นซึ่งมีบทเรียนที่ครูผู้สอนอัพโหลดไว้ ง่ายต่อการทบทวนและการฝึกฝน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริพร พูลเกิด (2557) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บนเว็บไซต์ Edmodo ของ

นักเรียนชั้น ปวช.3/3 ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ การวิจัยพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บนเว็บไซต์ Edmodo โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับ นาถดนัย โชติดำรัส (2559) ศึกษาเรื่องการพัฒนาคู่มือการประยุกต์ใช้ Edmodo เพื่อการเรียนการสอน การวิจัยพบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อกิจกรรมการประยุกต์ใช้ Edmodo มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการประยุกต์ใช้ Edmodo โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 5 แสดงระดับความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4

รายการประเมิน	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ครูแจ้งจุดประสงค์ก่อนเรียนทุกครั้ง	4.71	0.45	มากที่สุด
2. เนื้อหามีความเหมาะสมกับวัย	4.60	0.49	มากที่สุด
3. ครูอธิบายเนื้อหาและยกตัวอย่างประกอบชัดเจน เข้าใจง่าย	4.71	0.45	มากที่สุด
4. มีขั้นการสอนที่ชัดเจนและมีการใช้ Edmodo Application ประกอบการเรียนการสอนทุกครั้ง	4.57	0.50	มากที่สุด
5. นักเรียนสามารถอ่านบทความใน Edmodo Application	4.48	0.50	มาก
6. นักเรียนสามาถใช้ Edmodo Application ได้อย่างชำนาญ	4.65	0.48	มากที่สุด
7. ครูส่งเสริมให้นักเรียนมีความคิดริเริ่มและรู้จักวิพากษ์วิจารณ์	4.65	0.48	มากที่สุด
8. นักเรียนมีความเข้าใจในบทเรียนบน Edmodo Application	4.37	0.49	มาก
9. นักเรียนสามารถเรียนรู้คำศัพท์ใน Edmodo Application	4.71	0.45	มากที่สุด
10. บทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจมีความน่าสนใจ	4.65	0.48	มากที่สุด
11. นักเรียนมีทักษะในการคิดวิเคราะห์ที่ดีขึ้น	4.77	0.42	มากที่สุด
12. Edmodo Application มีความน่าสนใจ	4.82	0.38	มากที่สุด
13. Edmodo Application ง่ายต่อการใช้งาน	4.74	0.44	มากที่สุด
14. Edmodo Application มีความทันสมัย	4.34	0.48	มาก
15. การวัดและการประเมินผลตรงตามจุดประสงค์	4.51	0.50	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.61	0.14	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อบทเรียนโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.61, S.D. = 0.14) เมื่อพิจารณารายการแต่ละรายการ พบว่า ความพึงพอใจ ระดับมากที่สุด คือ Edmodo Application มีความน่าสนใจ ($\overline{X}$ = 4.82, S.D. = 0.38) และ ความพึงพอใจ ระดับน้อยที่สุด คือ Edmodo Application ง่ายต่อการใช้งาน ($\overline{X}$ = 4.34, S.D. = 0.48)

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

1. บทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85.02/84.55 ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่ตั้งไว้

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีต่อบทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application อยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากการวิจัยพบว่าควรเลือกเนื้อหาที่นำมาจัดกิจกรรมการเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญ ควรคำนึงถึงความเหมาะสมของ เพศ วัย และระดับความสามารถในการเรียนของนักเรียน

1.2 ในระหว่างการใช้บทเรียน ครูควรสังเกตพฤติกรรมนักเรียนที่มีความสามารถในการเรียนต่ำอาจจะไม่เข้าใจหรือเกิดการเรียนรู้ช้า หรือต้องการความช่วยเหลือ ครูควรใช้เทคนิคเสริมแรงกระตุ้นให้นักเรียนสนใจหรืออธิบายให้เข้าใจชัดเจนอีกครั้ง

1.3 จากการศึกษาในครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า การจัดการเรียนการสอนโดยใช้บทเรียนการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยใช้ Edmodo Application ใช้เวลาในบางขั้นตอนค่อนข้างมาก ครูควรกำหนดเวลาในการทำกิจกรรมให้ชัดเจนมากที่สุด

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการขยายผลการพัฒนาความสามารถด้านการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจในระดับชั้นอื่น ๆ เพิ่มขึ้น

2.2 ควรมีการใช้เทคนิคและวิธีการจัดการเรียนรู้อื่น ๆ ในการพัฒนาความสามารถด้านการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักเรียนและทักษะอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

นาถดนัย โชติดำรัส. (2559). *การพัฒนาคู่มือการประยุกต์ใช้ Edmodo เพื่อการเรียนการสอน.* มหาสารคาม: สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ประวิชญา ถาวร. (2551). *ผลการเรียนด้วยโปรแกรมบทเรียนภาษาอังกฤษ ที่มีผลต่อสัมฤทธิ์ทางการเรียน การคิดวิพากษ์วิจารณ์ และความคงทนในการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่มีรูปแบบการเรียนต่างกัน*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พาณิภัค สมประสงค์. (2555). *การพัฒนาความสามารถด้านการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยวิธี KWL-Plus สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

โรงเรียนเมืองเชลียง. (2560). *รายงาน SAR ประจำปี 2560 โรงเรียนเมืองเชลียง จังหวัดสุโขทัย*. สุโขทัย: โรงเรียนเมืองเชลียง.

ศิริพันธ์ ศรีวันยงศ์. (2552). *การพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างทักษะการอ่านคำศัพท์ภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2-3 ที่มีภาวการณ์อ่านบกพร่อง*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สมุทร เซ็นเชาวนิช. (2545). *เทคนิคการอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจ พิมพ์ครั้งที่ 11*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. (2551). *แนวทางการบริหารจัดการหลักสูตรตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

สิริพร พูลเกิด. (2557). *ความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บนเว็บไซต์ Edmodo ของนักเรียนระดับชั้น ปวช.3/3 ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษาสงขลา,* วิทยาลัยอาชีวศึกษาสงขลา.

Delaney, Norma Mcluckie. (1985). *The Effect of Strategy Training on Comprehension of Implicit and Explicit Information in Familiar and Unfamiliar Expository Test.* Dissertation Abstract International.

ปัจจัยที่มีผลต่อตัวจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน
Factors Causing Unlawful Act in Equity Market

พรรณรุ้ง คุ้มพงษ์พันธ์*
Phanrung Kumpongpan*
นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*
Master Degree student, Business Economics*
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*
Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*
อาจารย์ ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล**
Dr.Lalita Chanwongpaisarn Nguitragool**
อาจารย์ประจำ**
Lecturer**
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*
School of Economics, The University of the Thai Chamber of Commerce*
อีเมล์ : nanami285@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอนุกรมเวลารายไตรมาส ช่วงไตรมาส 1 พ.ศ. 2552 จนถึงไตรมาส 4 พ.ศ. 2561 ทั้งหมด 10 ปี ทั้งหมด 40 ไตรมาส และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเศรษฐมิติแบบสมการถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด มีตัวแปรอิสระได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริง หลักทรัพย์เอกชนออกใหม่ มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมการธนาคาร และจำนวนการออกหลักเกณฑ์ เงื่อนไขข้อบังคับโดยคณะกรรมการกำกับตลาดทุน

ผลการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่า ผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริง และค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคารมีผลต่อจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น ในภาวะที่ผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริงปรับตัวสูงขึ้น และค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคารเพิ่มสูงขึ้นจึงส่งผลให้บุคลากรในตลาดทุนมีโอกาสในการกระทำผิดได้มากขึ้น

ขณะที่ จำนวนการออกหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขข้อบังคับมีผลต่อจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนในทิศทางตรงกันข้าม แสดงให้เห็นว่าการออกหลักเกณฑ์มีผลยับยั้งการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน

นอกจากนี้ จากการศึกษาเพิ่มเติมโดยแบ่งตัวแปรการออกหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขข้อบังคับเป็น 4 ประเภทตามลักษณะของการบังคับใช้หลักเกณฑ์ พบว่า หลักเกณฑ์ในการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ เป็นหลักเกณฑ์ที่ส่งผลยับยั้งจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนสูงสุด อย่างไรก็ตาม เมื่อศึกษาเพิ่มเติมโดยแบ่งจำนวนการออกหลักทรัพย์ และเงื่อนไขข้อบังคับออกเป็น 4 ประเภท และแยกการกระทำผิดออกเป็น 4 ประเภท พบว่า หลักเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจตัวกลางซื้อขายหลักทรัพย์ มีผลต่อจำนวนการกระทำผิดในการเปรียบเทียบปรับในทิศทางเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าหลักเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจตัวกลางซื้อขายหลักทรัพย์ไม่สามารถยับยั้งการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนได้

คำสำคัญ : ตลาดทุน, การกระทำผิด

Abstract

The purpose of this study is to analyze the factors affecting the number of Unlawful Acts under law enforcement in the Capital Market of Thailand. Data were collected in Quarterly time series for 40 quarters from the first quarter of 2009 to the fourth quarter of 2018, in total 10 years and analyzed using the Multiple Linear Regressions model by the Ordinary Least Squares method. The independent variables are the Real Gross National Product, New Private Securities, Market Capitalization, the Average Wage for the Bank Industry and the Securities and Exchange Session Regulations.

It was found that the Real Gross National Product and the Average Wage in Bank Industry have a positive correlation as the number of Unlawful Acts under law enforcement in the Capital Market, so in the situation that the Real Gross National Product and the Average Wage for the Bank Industry are increasing, these would also increase the number of Unlawful Acts by the personnel in Capital Market.

Meanwhile, the Regulations have an inverse correlation as the number of Unlawful Acts which presents that the Regulations restrain Unlawful Acts under law enforcement in the Capital Market.

Besides, from the additional study by separating the Regulations into 4 types, the finding reveals that the Securities Production and Sales Regulation would be the most effective way to restrain Unlawful Acts under law enforcement in the Capital Market of Thailand. However, from the additional study by separating the Regulations into 4 types, and divided Unlawful Acts into 4 types, it was found that the Regulation of Securities Broker Business has a positive correlation as the number of Unlawful Acts which means this regulation could not restrain Unlawful Acts under law enforcement in the Capital Market.

Keywords : Equity Market, Capital Market, Unlawful Acts

บทนำ

ตลาดทุน (CAPITAL MARKET) เป็นศูนย์กลางระหว่างผู้ต้องการออมเงินกับผู้ที่ต้องการเงินทุนเพื่อเป็นการขยายกิจการ ตลาดทุนในระบบ ประกอบด้วยสถาบันการเงินที่จัดตั้งขึ้นตามตามกฎหมาย ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์ โดยตลาดทุนถือว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นแหล่งระดมทุนให้ผู้ประกอบการสามารถหาแหล่งเงินทุนเพื่อขยายกิจการ ดังนั้น บุคคลากรที่จะเข้ามาปฏิบัติหน้าที่อยู่ในตลาดทุนได้จะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน และปฏิบัติตามกฎระเบียบของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ออกกฎเกณฑ์ และคำสั่งในการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องในตลาดทุน และรายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต) อย่างเคร่งครัด ขณะที่ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และนักลงทุนจะต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และปฏิบัติตามกฎของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และระเบียบวิธีปฏิบัติ

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาพบว่า มีผู้กระทำผิดหลักเกณฑ์ที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนกำหนดไว้ต่อเนื่อง ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนการกระทำผิดในธุรกิจตลาดทุนมีความสำคัญต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่าจะมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อจำนวนผู้กระทำผิดในธุรกิจตลาดทุน และปัจจัยแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กับตัวเลขผู้กระทำผิดในทิศทางใดเพื่อเป็นการหาทางแก้ไข และป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำผิดขึ้น ถึงแม้การกระทำผิดกฎหมายจะเกิดขึ้นไม่บ่อยครั้ง แต่ความเสียหายที่เกิดขึ้นอาจส่งผลกระทบในวงกว้างต่อความเชื่อมั่นของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาภาวะทางเศรษฐกิจที่เป็นปัจจัยเสี่ยงให้จำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนเพิ่มขึ้น

2. เพื่อเป็นแนวทางประกอบการพิจารณาการออกกฎเกณฑ์การตรวจสอบที่เคร่งครัดสำหรับคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และการปราบปรามผู้กระทำผิดในธุรกิจตลาดทุน

ขอบเขตของงานวิจัย

ศึกษาเกี่ยวกับสภาวะที่มีผลกระทบต่อจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน โดยศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริง (Real GDP) หลักทรัพย์เอกชนออกใหม่ (Bond) มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (SET) ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมการเงินและการธนาคาร (W) และจำนวนการออกหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขข้อบังคับที่เป็นการประกาศโดยคณะกรรมการกำกับตลาดทุน (Regulation)

โดยงานวิจัยฉบับนี้จะทำการศึกษาจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนผิดครอบคลุมทั้งการดำเนินการกล่าวโทษ ทางบริหาร การเปรียบเทียบปรับ การดำเนินการทางการปกครอง และการดำเนินการทางแพ่ง เป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส ในช่วงตั้งแต่ไตรมาส 1 พ.ศ. 2552 จนถึงไตรมาส 4 พ.ศ. 2561 ทั้งหมด 10 ปี เป็นรายไตรมาสทั้งหมด 40 ไตรมาส โดยเลือกศึกษาตั้งแต่ปี 2552 เนื่องจากปี 2552 มีจำนวนการกระทำผิดน้อยที่สุด ขณะที่มีการออกกฎระเบียบข้อบังคับที่ประกาศโดยประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนมากที่สุด

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. คาร์ลมาร์กซ์ (Kral Marx) และเฟรดริช เอลเจอรส์ (Friedrich Engels) มีแนวคิดว่า จากการได้รับการบริการและสินค้าไม่เท่าเทียมกันในสังคมก่อให้เกิดอาชญากรรมขึ้น โดยวิธีที่จะแก้ปัญหาอาชญากรรมได้ คือ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางด้านเศรษฐกิจให้มีความเท่าเทียม โดยแนวคิดดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากนักอาชญาวิทยาชื่อ วิลเลี่ยม อาเดรียน บองเจอร์ (Bomger ,1876 –1940) ที่มีแนวคิดว่าระบบเศรษฐกิจเป็นตัวก่อให้เกิดการผลักดันสู่พฤติกรรมอาชญากรรม

2. แกรี เบกเกอร์ (Gary Becker ,1968) นักเศรษฐศาสตร์สังคมวิทยา ให้เหตุผลสำหรับการก่ออาชญากรรมว่า บุคคลตัดสินใจก่ออาชญากรรมเมื่ออรรถประโยชน์รวมที่คาดว่าจะได้รับจากการก่ออาชญากรรมมากกว่าอรรถประโยชน์ที่จะได้รับหากใช้เวลาและทรัพยากรที่มีไปในการทำงานสุจริต โดยอาชญากรจะคำนึงถึงโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่จะถูกจับกุมได้ และถูกลงโทษ โดยแกรี เบกเกอร์ ได้คิดแบบจำลอง Economic of Crime ขึ้นมา เพื่อประมาณการเกิดอาชญากรรมในมุมมองของนักเศรษฐศาสตร์ ซึ่งแบบจำลองดังกล่าวมีองค์ประกอบ 4 ส่วนสำคัญ คือ ความเสียหาย ต้นทุนในการจับกุมดำเนินคดีและพิสูจน์ว่ากระทำผิด อุปทานของอาชญากรรม และการลงโทษ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจก่ออาชญากรรม คือ ผลตอบแทน

ของการทำงานสุจริต ผลประโยชน์ และต้นทุนของอาชญากรรม ความรุนแรงของกระบวนการยุติธรรม ทรัพย์สินที่มีอยู่รสนิยม ความน่าจะเป็นที่จะถูกจับกุม และความพึงพอใจของปัจจักบุคคล

3. วอลเตอร์ ซี เร็คเลสซ์ (Walter C. Reckless) ทฤษฎีจากนักอาชญาวิทยา ได้ให้คำนิยามว่า อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ (White collar criminals) เป็นอาชญากรอาชีพที่ใช้เทคนิคชั้นสูงในการกระทำความผิด โดยผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพของตนเอง คุณสมบัติที่แตกต่างจากอาชญากรอาชีพธรรมดา ดังนี้

1. อาชญากรทางเศรษฐกิจเป็นอาชญากรรมที่ใช้ความรู้ความสามารถมากกว่าอาชญากรอาชีพธรรมดา รวมถึงมีความเฉลียวฉลาด มีบุคลิกดี เป็นที่ยอมรับนิยมของผู้อื่น

2. อาชญากรทางเศรษฐกิจเป็นการใช้เทคนิคชั้นสูง ซึ่งมีประสิทธิภาพในการกระทำความผิด ดังนั้นเมื่อเกิดการกระทำความผิดแล้วจึงยากแก่การสืบสวนจับกุม

3. อาชญากรทางเศรษฐกิจเป็นอาชญากรรมที่ไม่สะเทือนขวัญของประชาชน

4. อาชญากรทางเศรษฐกิจมีวิธีทำลายหลักฐานได้แนบเนียน เหลือหลักฐานมัดตัวน้อยที่สุด

5. อาชญากรทางเศรษฐกิจเป็นอาชญากรรมที่ให้ผลตอบแทนสูง

ตัวแปรที่นำมาศึกษา

1. ตัวแปรตาม (Y) จำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน

2. ตัวแปรต้น (X) ผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริง (Real GDP) มูลค่าหลักทรัพย์ออกใหม่ภาคเอกชน (Bond) มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (SET) ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) จำนวนการออกหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขข้อบังคับ (Regulation)

การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาแสดงถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อจำนวนผู้กระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน โดยประมาณการสมการถดถอยเชิงเส้นพหุ (Multiple Linear Regressions) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares : OLS) โดยแบ่งแบบจำลองออกเป็น 4 แบบจำลอง ดังนี้

แบบจำลองที่ 1 กำหนดตัวแปรตาม คือ จำนวนผู้กระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน (Y) ครอบคลุมความผิดทุกประเภท

$$Y = \alpha + \beta 1RealGDP + \beta 2Bond + \beta 3SET + \beta 4W + \beta 5Reg + \mu$$

แบบจำลองที่ 2 แบ่งประเภทของตัวแปรกฎระเบียบข้อบังคับ (Regulation) ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ หลักเกณฑ์ในการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ (REG1) หลักเกณฑ์ในการเสนอขายหน่วยลงทุน กองทุน (REG2) หลักเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจตัวกลางซื้อขายหลักทรัพย์ (REG3) หลักเกณฑ์ประเภทอื่นๆ (REG4)

$$Y = \alpha + \beta 1RealGDP + \beta 2Bond + \beta 3SET + \beta 4W + \beta 5REG1 + \beta 6REG2 + \beta 7REG3 + \beta 8REG4\ \mu$$

แบบจำลองที่ 3 แบ่งประเภทของตัวแปรตาม (Y) ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ การกล่าวโทษ (Y1) การดำเนินการเชิงบริหาร (Y2) การเปรียบเทียบปรับ (Y3) และการดำเนินการทางปกครอง (Y4)

$$Yi = \alpha + \beta 1RealGDP + \beta 2Bond + \beta 3SET + \beta 4W + \beta 5Reg + \mu$$

$$i = 1,2,3,4$$

แบบจำลองที่ 4 แบ่งประเภทของตัวแปรตาม (Y) ออกเป็น 4 ประเภท และแบ่งประเภทของตัวแปรกฎระเบียบข้อบังคับ (Regulation) ออกเป็น 4 ประเภท

$$Yi = \alpha + \beta 1RealGDP + \beta 2Bond + \beta 3SET + \beta 4W + \beta 5REG1 + \beta 6REG2 + \beta 7REG3 + \beta 8REG4 + \mu$$

$$i = 1,2,3,4$$

โดยกำหนดให้

Y คือ จำนวนผู้กระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน

RealGDP คือ ผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริง

Bond คือ หลักทรัพย์เอกชนออกใหม่

SET คือ มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด

W คือ ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W)

Regulation คือ จำนวนการออกหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขข้อบังคับตามประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน

μ คือ ค่าความผิดพลาด (Error term)

จากนั้นทำการตรวจสอบปัญหาของข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยการทดสอบ Multicollinearity ที่ใช้การทดสอบทางสถิติหาความสัมพันธ์ (Correlation Matrix) เพื่อศึกษาว่ามีตัวแปรต้นใดที่มีค่าสหสัมพันธ์ในระดับที่รุนแรง (Multicollinerrity) หรือไม่ หากพบว่ามีตัวแปรต้นคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันเกิน 0.80 จะทำการแก้ไขปัญหาด้วยการเลือกตัดตัวแปรต้นที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยที่สุดออก

การตรวจสอบปัญหา Heteroscedasticity เพื่อทดสอบว่าความแปรปรวนของตัวคลาดเคลื่อน (Error) ที่ได้จากสมการประมาณค่ามีค่าคงที่ตามข้อสมมติของวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) หรือไม่ ทั้งนี้หากตัวคลาดเคลื่อนมีความแปรปรวนไม่คงที่ หรือเกิดปัญหาจะทำให้ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของตัวประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยมีค่าแตกต่างไปจากความเป็นจริง โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบปัญหาดังกล่าวโดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบปัญหาดังกล่าวด้วยวิธี White test ในโปรแกรม EVIEW หาก

พบว่าเกิดปัญหา Heteroscedasticity ดำเนินการแก้ไขด้วยวิธีการแปลงข้อมูล วิธี log-log model คือแปลงข้อมูลทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

การตรวจสอบปัญหา Autocorrelation เพื่อทดสอบว่าตัวคลาดเคลื่อนมีการกระจายที่เป็นอิสระต่อกันตามข้อสมมติพื้นฐานของวิธีการกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) โดยใช้วิธีการตรวจสอบจากค่า Durbin-Watson statistic (D.W.) หากพบว่าเกิดปัญหา Autocorrelation ดำเนินการแก้ไขด้วยวิธี Cochrane-Orcutt Iterative Method โดยการหาค่า P ที่แท้จริงเพื่อปรับตัวแปรในสมการถดถอย โดยทำการประมาณค่าหลายๆ รอบจนกว่าการเปลี่ยนแปลงของค่า P จะมีค่าน้อยภายใต้เงื่อนไขทางสถิติที่ยอมรับได้

สรุปผลการศึกษา

แบบจำลองที่ 1 กำหนดตัวแปรตาม คือ จำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน (Y) ครอบคลุมความผิดทุกประเภท ได้แก่ การกล่าวโทษ การเปรียบเทียบปรับ การดำเนินการเชิงบริหาร การดำเนินการทางการปกครอง และการดำเนินการทางแพ่ง

พบว่าแบบจำลองที่ 1 มีปัญหา Multicollinearity คือตัวแปร RealGDP กับ SET เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยได้ตัดตัวแปร SET ออกจากแบบจำลอง เนื่องจากตัวแปรดังกล่าวส่งผลกระทบต่อตัวแปรจำนวนการกระทำผิดที่น้อยกว่าตัวแปร RealGDP โดยผลหลังจากแก้ปัญหา Multicollinearity แสดงในรูปสมการดังต่อไปนี้

$$Y = -141.630311341 + 2.93053759033e\text{-}05(REALGDP) + 6.91959693958e\text{-}06(BOND) + \mu$$
$$\qquad\qquad\qquad\qquad\quad (1.435521) \qquad\qquad\qquad (0.441242)$$
$$0.00574172044725(W) - 0.609194588585(Reg)$$
$$\quad (2.222805)^{**} \qquad\quad (-2.320636)^{**}$$

โดยสามารถสรุปผลจากการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.0057 แสดงให้เห็นว่า เมื่อค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) เปลี่ยนแปลงไป 1 บาทต่อเดือนจะส่งผลให้จำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนเปลี่ยนแปลงไป 0.0057 ครั้งต่อไตรมาส ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ตรงกับสมมติฐาน

2. จำนวนการออกหลักเกณฑ์เงื่อนไขข้อบังคับ (Regulation) มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.6091 แสดงให้เห็นว่า เมื่อจำนวนการออกหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขข้อบังคับ (Regulation) เปลี่ยนแปลงไป 1 ครั้งจะทำให้จำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนเปลี่ยนแปลงไป 0.6092 ครั้งต่อไตรมาส ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ตรงกับสมมติฐาน

แบบจำลองที่ 2 แบ่งประเภทของตัวแปรกฎระเบียบข้อบังคับ (Regulation) ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ หลักเกณฑ์ในการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ (REG1) หลักเกณฑ์ในการเสนอขายหน่วยลงทุน กองทุน (REG2) หลักเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจตัวกลางซื้อขายหลักทรัพย์ (REG3) หลักเกณฑ์ประเภทอื่นๆ (REG4) แสดงในรูปสมการดังต่อไปนี้

Y = -175.406192945+3.66675244927e-05(REALGDP)+1.2569129304e-05(BOND)+

(1.788228)* (0.797136)

0.0062285930665(W) - 1.21610181449(REG1) - 1.89613866106(REG2) + 1.14665693948(REG3) –

(2.382312)** (-2.122257)** (-1.437661) (1.049325)

0.4727791546(REG4) + μ

(-0.265443)

โดยสามารถสรุปผลจากการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริง (Real GDP) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.000037 แสดงให้เห็นว่า เมื่อผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไป 1 ล้านบาทต่อไตรมาสจะทำให้จำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนเปลี่ยนแปลงไป 0.000037 ครั้งต่อไตรมาส ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.10 ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.006229 แสดงให้เห็นว่า เมื่อค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) เปลี่ยนแปลงไป 1 บาทต่อเดือนจะทำให้จำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนเปลี่ยนแปลงไป 0.006229 ครั้งต่อไตรมาส ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. หลักเกณฑ์ในการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ (REG1) ค่าสัมประสิทธิ์มีค่า 1.216102 แสดงให้เห็นว่า เมื่อจำนวนการออกหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการเสนอขายหลักทรัพย์ (REG1) เปลี่ยนแปลงไป 1 ครั้งจะทำให้จำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนเปลี่ยนแปลงไป 1.216102 ครั้งต่อไตรมาส ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ตรงกับสมมติฐาน

แบบจำลองที่ 3 แบ่งประเภทของตัวแปรตาม (Y) ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ การกล่าวโทษ (Y1) การดำเนินการเชิงบริหาร (Y2) การเปรียบเทียบปรับ (Y3) และการดำเนินการทางปกครอง (Y4) แสดงในรูปแบบตารางการแสดงผลดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลแบบจำลองที่ 3

ตัวแปร	กล่าวโทษ	ดำเนินการเชิงบริหาร	เปรียบเทียบปรับ	ดำเนินการทางปกครอง
ผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริง (Real GDP)	0.0000159	-0.0000122	0.0000004	-0.0000002
	(1.3927)	(-1.549626)	(0.023618)	(-0.118376)
หลักทรัพย์เอกชนออกใหม่ (Bond)	-0.0000112	0.0000083	0.0000145	-0.0000012
	(-1.2739)	(1.373529)	(1.13151)	(-1.138932)
ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W)	0.0019	0.001269	0.003644*	0.000111
	(1.3356)	(1.270432)	(1.722343)	(0.622355)
จำนวนการออกหลักเกณฑ์ในการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ (Reg)	-0.2091	-0.113822	-0.28677	-0.2867
	(-1.4237)	(-1.121687)	(-1.33362)	(-1.580824)
R-squared	0.183872	0.149851	0.280796	0.105123
Adjusted R-squared	0.090601	0.052692	0.198601	0.002851
Prob (F-statistic)	0.120462	0.211425	0.018484	0.406559
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	160	160	160	160

ที่มา : จากการคำนวณทดสอบสมการด้วยโปรแกรม EVIEW

หมายเหตุ 1 : ***p<0.01 **p<0.05 *P<0.1

หมายเหตุ 2 : ค่าในวงเล็บ คือค่า t-statistic

ผลการวิเคราะห์พบว่ามีเพียงกรณีความผิดที่ถูกเปรียบเทียบปรับ (Y3) เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ ส่วนแบบจำลองความผิดประเภทอื่นไม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน แสดงในรูปแบบสมการดังต่อไปนี้

Y3 = -71.9394667578+3.94944730525e-07(REALGDP)+1.45350017505e-05(BOND)+
(0.023618) (1.131510)
0.003644293803(W) - 0.286770350408(REG) + μ
(1.722343)* (-1.333620)

โดยสามารถสรุปผลจากการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.003644 แสดงให้เห็นว่า เมื่อค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) เปลี่ยนแปลงไป 1 บาทต่อเดือนจะทำให้จำนวนความผิดที่ถูกเปรียบเทียบปรับ (Y3) เปลี่ยนแปลงไป 0.003644 ครั้งต่อไตรมาส ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.10 ตรงกับสมมติฐาน

แบบจำลองที่ 4 แบ่งประเภทของตัวแปรตาม (Y) ออกเป็น 4 ประเภท และแบ่งประเภทของตัวแปรกฎระเบียบข้อบังคับ (Regulation) ออกเป็น 4 ประเภท แสดงในรูปแบบตารางการแสดงผลดังนี้

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลแบบจำลองที่ 4

ตัวแปร	การกล่าวโทษ	การดำเนินการเชิงบริหาร	การเปรียบเทียบปรับ	การดำเนินการทางปกครอง
ผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริง (Real GDP)	0.0000156	-0.0000105	0.00000888	0.000000036
	(1.282478)	(-1.264799)	(0.569355)	(0.025109)
หลักทรัพย์เอกชนออกใหม่ (Bond)	-0.0000093	0.0000084	0.0000179	-0.0000013
	(-0.990795)	(1.31622)	(1.493968)	(-1.128036)
ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W)	0.002299	0.001154	0.003641*	0.0000909
	(1.484171)	(1.095227)	(1.831665)	(0.49324)
หลักเกณฑ์ในการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ (Reg1)	-0.424965	0.023157	-0.696153	-0.039312
	(-1.251897)	(0.100243)	(-1.598018)	(-0.973743)
หลักเกณฑ์ในการเสนอขายหน่วยลงทุน กองทุน (Reg2)	-0.146199	-0.748938	-1.626781	-0.029131
	(-0.187119)	(-1.408565)	(-1.622425)	(-0.313495)
หลักเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจตัวกลางซื้อขายหลักทรัพย์ (Reg3)	-0.42264	-0.196904	2.189766**	0.107837
	(-0.652882)	(-0.446967)	(2.635866)	(1.400658)
หลักเกณฑ์ประเภทอื่นๆ (Reg4)	0.486614	0.542597	-1.613298	-0.200709
	(0.461196)	(0.755676)	-1.191454	(-1.599445)
R-squared	0.203596	0.194804	0.460545	0.189582
Adjusted R-squared	0.029383	0.018668	0.34254	0.012304
Prob (F-statistic)	0.347759	0.38323	0.003512	0.405186
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	160	160	160	160

ที่มา : จากการคำนวณทดสอบสมการด้วยโปรแกรม EVIEW

หมายเหตุ 1 : ***p<0.01 **p<0.05 *P<0.1

หมายเหตุ 2 : ค่าในวงเล็บ คือค่า t-statistic

ผลการวิเคราะห์พบว่ามีเพียงกรณีความผิดที่ถูกเปรียบเทียบปรับ (Y3) เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ ส่วนแบบจำลองความผิดประเภทอื่นไม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน

อย่างไรก็ตามสมการที่ 4 กรณี การเปรียบเทียบปรับ (Y3) พบปัญหา Autocorrelation จึงได้ทำการแก้ไขปัญหาด้วยวิธี Cochrane-Orcutt Iterative Method โดยภายหลังการแก้ไขปัญหาแสดงในรูปแบบสมการดังต่อไปนี้

Y3 = -122.440373903+2.62644346705e-05(REALGDP)+9.61331152482e-06(BOND)+

(1.326569) (0.543067)

0.00345822763519(W)- 0.679442754084(REG1) - 1.44534653285(REG2) +

2.44086776336(REG3)

(1.858896)* (-0.979131) (-1.177855)

(2.416565)**

- 1.80858800197(REG4) + μ

(-0.834617)

โดยสามารถสรุปผลจากการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) เปลี่ยนแปลงไป 1 บาทต่อเดือนจะทำให้จำนวนการกระทำผิดที่ถูกเปรียบเทียบปรับ (Y3) เปลี่ยนแปลงไป 0.00346 ครั้งต่อไตรมาสในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.10 ตรงกับสมมติฐาน

2. หลักเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจตัวกลางซื้อขายหลักทรัพย์ (REG3) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 2.4409 แสดงให้เห็นว่า เมื่อจำนวนการออกหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการเสนอขายหลักทรัพย์ (REG3) เปลี่ยนแปลงไป 1 ครั้งจะทำให้จำนวนการกระทำผิดที่ถูกเปรียบเทียบปรับ (Y3) เปลี่ยนแปลงไป 2.4409 ครั้งต่อไตรมาส ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ไม่ตรงกับสมมติฐาน

อภิปรายผลการศึกษา

แบบจำลองที่ 1 กำหนดตัวแปรตาม คือ จำนวนกำรกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน (Y) ครอบคลุมความผิดทุกประเภท มีตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนที่มีนัยสำคัญทางสถิติดังนี้

1. ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) มีความสัมพันธ์กับจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 เนื่องจากการกระทำผิดในวิจัยฉบับนี้เป็นอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ ดังนั้น ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคารที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้บุคลากรในตลาดทุนมีโอกาสในการกระทำผิดได้มากขึ้น ตัวแปร W จึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการกระทำผิดในธุรกิจตลาดทุน (สอดคล้องกับงานวิจัยของสโรกาญจน์ เปี่ยมพงษ์สานต์ (2553) : ร้อยตำรวจเอก สมเกียรติ เฉลิมเกียรติ (2543))

2. จำนวนการออกหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขข้อบังคับ (Regulation) มีความสัมพันธ์กับจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนในทิศทางตรงข้ามกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 เนื่องจากการออกกฎระเบียบที่มากขึ้นจะส่งผลให้เกิดการกระทำผิดได้น้อยลง ((สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผศ.ดร.อรุณี ปัญญสวัสดิ์สุทธิ์ 2555 และทฤษฎี Gary Becker ,1968)

แบบจำลองที่ 2 กรณีแยกจำนวนการออกหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขข้อบังคับ (Regulation) ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ หลักเกณฑ์ในการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ (REG1) หลักเกณฑ์ในการเสนอขายหน่วยลงทุนกองทุน (REG2) หลักเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจตัวกลางซื้อขายหลักทรัพย์ (REG3) และหลักเกณฑ์ประเภทอื่นๆ (REG4) มีตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนที่มีนัยสำคัญทางสถิติดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริง (Real GDP) มีความสัมพันธ์กับจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10 ทั้งนี้หาก Real GDP สูงขึ้น แสดงถึงเศรษฐกิจในประเทศเติบโตขึ้น มีการลงทุนสูงขึ้น ส่งผลให้มีการฉวยโอกาสในการกระทำผิดเพิ่มขึ้น ดังนั้นตัวแปร Real GDP จึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนผู้กระทำผิดในธุรกิจตลาดทุน (สอดคล้องกับงานวิจัย สโรกาญจน์ เปี่ยมพงษ์สานต์ (2553). ปัจจัยกำหนดอาชญากรรมในประเทศไทย) (ปรเมศวร์ เอี่ยมวรพงษ์ (2538) .ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลกระทบต่อการเกิดอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ)

2. ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) มีความสัมพันธ์กับจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 เนื่องจากการกระทำผิดในวิจัยฉบับนี้เป็นอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ ดังนั้น ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคารที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้บุคลากรในตลาดทุนมีโอกาสในการกระทำผิดได้มากขึ้น ตัวแปร W จึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการกระทำผิดในธุรกิจตลาดทุน (สอดคล้องกับงานวิจัยของสโรกาญจน์ เปี่ยมพงษ์สานต์ (2553) : ร้อยตำรวจเอก สมเกียรติ เฉลิมเกียรติ (2543))

3. หลักเกณฑ์ในการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ (REG1) มีความสัมพันธ์กับจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนในทิศทางตรงข้ามกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าการออกกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการออกหลักเกณฑ์ในการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ ส่งผลให้เกิดความเกรงกลัวต่อบทลงโทษที่จะได้รับมากที่สุด

แบบจำลองที่ 3 แบ่งประเภทของตัวแปรตาม (Y) ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ การกล่าวโทษ (Y1) การดำเนินการเชิงบริหาร (Y2) การเปรียบเทียบปรับ (Y3) และการดำเนินการทางปกครอง (Y4) พบว่ามีเพียงการเปรียบเทียบปรับ (Y3) ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันดังนี้

1. ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) มีความสัมพันธ์กับการเปรียบเทียบปรับ (Y3) ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10 เนื่องจากการกระทำผิดในวิจัยฉบับนี้เป็นอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ ดังนั้น ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคารที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้บุคลากรในตลาดทุนมีโอกาสในการกระทำผิดได้มากขึ้น ตัวแปร W จึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปรียบเทียบปรับ (Y3) (สอดคล้องกับงานวิจัยของสโรกาญจน์ เปี่ยมพงษ์สานต์ (2553) : ร้อยตำรวจเอก สมเกียรติ เฉลิมเกียรติ (2543))

แบบจำลองที่ 4 แบ่งประเภทของตัวแปรตาม (Y) ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ การกล่าวโทษ (Y1) การดำเนินการเชิงบริหาร (Y2) การเปรียบเทียบปรับ (Y3) และการดำเนินการทางปกครอง (Y4) และแบ่งประเภทของตัวแปรกฎระเบียบข้อบังคับ (Regulation) ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ หลักเกณฑ์ในการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ (REG1) หลักเกณฑ์ในการเสนอขายหน่วยลงทุน กองทุน (REG2) หลักเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจตัวกลางซื้อขายหลักทรัพย์ (REG3) และหลักเกณฑ์ประเภทอื่นๆ (REG4) พบว่ามีเพียงการเปรียบเทียบปรับ (Y3) ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันดังนี้

1. ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) มีความสัมพันธ์กับการเปรียบเทียบปรับ (Y3) ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10 เนื่องจากการกระทำผิดในวิจัยฉบับนี้เป็นอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ ดังนั้น ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคารที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้บุคลากรในตลาดทุนมีโอกาสในการกระทำผิดได้มากขึ้น ตัวแปร W จึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปรียบเทียบปรับ (Y3) (สอดคล้องกับงานวิจัยของสโรกาญจน์ เปี่ยมพงษ์สานต์ (2553) : ร้อยตำรวจเอก สมเกียรติ เฉลิมเกียรติ (2543))

2. หลักเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจตัวกลางซื้อขายหลักทรัพย์ (REG3) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับจำนวนการกระทำผิดในการเปรียบเทียบปรับ (Y3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่ตรงกับสมมติฐาน

ทั้งนี้โดยปกติตัวแปรกฎการออกหลักเกณฑ์ หรือข้อบังคับ จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน แต่สำหรับการกระทำผิดที่ถูกเปรียบเทียบปรับ (Y3) หากผู้กระทำเข้ารับการเปรียบเทียบ และชำระค่าปรับตามคำสั่งคณะกรรมการเปรียบเทียบแล้วสิทธิในการดำเนินคดีอาญากับผู้กระทำความผิดดังกล่าวจะสิ้นสุดลง ดังนั้น การที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุน

ปรับปรุงหลักเกณฑ์หรือข้อบังคับประเภทดังกล่าวสูงขึ้น อาจส่งผลให้บุคลากรในตลาดทุนยังเลือกที่จะกระทำผิดหลังจากได้คำนึงถึงโอกาสที่จะถูกเปรียบเทียบปรับ (REG3) อาจน้อยกว่าผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการกระทำผิด ส่งผลให้เมื่อมีการปรับหลักเกณฑ์ด้านผู้ประกอบธุรกิจตัวกลางซื้อขายหลักทรัพย์จึงพบการกระทำผิดสูงที่ถูกเปรียบเทียบปรับสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุน ทำให้ทราบว่า ผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริง (Real GDP) และค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร (W) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมาย ดังนั้น ในภาวะที่เศรษฐกิจเติบโต และค่าจ้างเฉลี่ยในกลุ่มการเงินเพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้จำนวนการกระทำผิดสูงขึ้นตาม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการออกกฎระเบียบ และจำนวนการออกหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขข้อบังคับ (Regulation) ที่มีผลในการยับยั้งการกระทำผิดในช่วงดังกล่าวเพิ่มขึ้น

ขณะที่พบว่ากฎระเบียบ ข้อบังคับประเภทที่ 1 คือ หลักเกณฑ์ในการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายสูงสุด ดังนั้น ในภาวะเศรษฐกิจที่มีโอกาสเกิดการกระทำผิดในธุรกิจตลาดทุนสูง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรออกกฎระเบียบประเภทดังกล่าวให้เพิ่มสูงขึ้นตาม เพื่อเป็นการหาทางแก้ไข และหาทางป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำผิดขึ้น

นอกจากนี้ พบว่ากฎระเบียบ ข้อบังคับประเภทที่ 3 คือ หลักเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจตัวกลางซื้อขายหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่ากฎระเบียบ ข้อบังคับประเภทดังกล่าวไม่สามารถยับยั้งการกระทำผิดได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับบทลงโทษจากกฎระเบียบ ข้อบังคับ ประเภทดังกล่าวให้สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนในครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ ยังไม่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งอาจมีตัวแปรอิสระอื่นๆ ที่ส่งผลต่อตัวเลขการกระทำผิดที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมายในธุรกิจตลาดทุนในด้านอื่น อาทิ ปัจจัยทางการเมือง

ขณะที่งานวิจัยฉบับนี้ไม่ได้นำตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ตามที่มีการประกาศใช้ อาทิ พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2562 เนื่องจากความจำกัดของข้อมูล โดยการศึกษาครั้งต่อไปหากเพิ่มตัวแปรเหล่านี้อาจส่งผลให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ปรเมศวร์ เอี่ยมวรพงษ์ (2538). ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลกระทบต่อการเกิดอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย บัณฑิตวิทยาลัย

ผศ.ดร.อรุณี ปัญญสวัสดิ์สุทธิ์ (2555). ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่กำหนดอาชญากรรม. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สโรกาญจน์ เปี่ยมพงษ์สานต์ (2553). ปัจจัยกำหนดอาชญากรรมในประเทศไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กมล สุปรียสุนทร (2551). ปัจจัยที่เป็นสาเหตุของการเกิดอาชญากรรมคอปกขาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

ร้อยตำรวจเอก สมเกียรติ เฉลิมเกียรติ (2543). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการก่ออาชญากรรมทางบัตรเครดิต ศึกษาเฉพาะผู้กระทำความผิดในระหว่างจำคุก. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สำนักคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. ตัวแปรตัวเลขการกระทำผิดในธุรกิจตลาดทุนที่ถูกบังคับใช้ทางกฎหมาย. สืบค้นวันที่ 20 เมษายน 2562, จาก https://market.sec.or.th/public/idisc/th/Enforce

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ตัวแปรผลิตภัณฑ์ประชาชาติที่แท้จริง. สืบค้นวันที่ 23 เมษายน 2562, จาก https://www.nesdb.go.th/main.php?filename=QGDP_report

ธนาคารแห่งประเทศไทย. ตัวแปรหลักทรัพย์ภาคเอกชนออกใหม่. สืบค้นวันที่ 23 เมษายน 2562, จาก https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/FinancialMarkets/CapitalMarket/Pages/StatCapitalMarket.aspx

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ตัวแปรมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด หรือ Market Capitalization. สืบค้นวันที่ 24 เมษายน 2562, จาก https://www.set.or.th/th/market/market_statistics.html#quarterly

ธนาคารแห่งประเทศไทย. ตัวแปรค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยจำแนกตามอุตสาหกรรมในกลุ่มการเงินการธนาคาร. สืบค้นวันที่ 24 เมษายน 2562, จาก https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/EconomicAndFinancial/RealSector/Pages/Index.aspx

สำนักคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. ตัวแปรจำนวนการออกหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขข้อบังคับ. สืบค้นวันที่ 24 เมษายน 2562, จาก http://capital.sec.or.th/webapp/nrs/nrs_table_of_contents.php

ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายในการลงโทษผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าไม้และที่ดินสาธารณประโยชน์

Legal Problems and Obstacles in Punishing Intruders of National Forest Forest and Public land

ปิยังกูร มุกดา
Piyungkool Mookda
สาขากฎหมายอาญาและกระบวนการยุติธรรมทางอาญา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม ชลบุรี
Criminal Law and Criminal Justice Administration Graduate School Sripatum University Chonburi
อีเมล์ : bas_3b@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาถึงสภาพปัญหากรณีผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าไม้ หรือที่ดินสาธารณประโยชน์ เฉพาะกรณีประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นั้นๆ ในช่วงระยะเวลาที่กฎหมายประกาศใช้ และรวมถึงผู้ที่สืบสิทธิจากบุคคลด้วย ซึ่งการกำหนดนิยามคำว่า“ป่า” ตามพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 มาตรา 4 (1) หมายความว่าที่ดินที่ยังมิได้มีบุคคลได้มาตามประมวลกฎหมายที่ดิน ทำให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่อหน่วยงานของรัฐและเอกชน โดยที่ในต่างประเทศได้กำหนดความหมายจากสิ่งที่ปกคลุมบนที่ดินโดยขึ้นอยู่กับประเภทและความหนาแน่นของพืชพันธุ์ที่เจริญเติบโตบนที่ดินเท่านั้น จึงควรให้แก้ไขเพิ่มเติมบทนิยามคำว่า “ป่า” ใหม่ ในส่วนของการประกาศเขตป่าสงวนแห่งชาติทับที่อยู่อาศัยและที่ทำกินของประชาชน ทำให้ผู้ที่อาศัยหรือทำกินในพื้นที่ดังกล่าวกลายเป็นผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ซึ่งขัดต่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 26 จึงเห็นควรให้มีการสำรวจพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติใหม่ โดยสำรวจพื้นที่ที่มีผู้อยู่อาศัยมาตั้งแต่ก่อนมีการประกาศให้พื้นที่นั้นเป็นป่าสงวนแห่งชาติ หากพิสูจน์ได้ว่าชาวบ้านอาศัยอยู่มาก่อนจริง ให้รัฐมีมาตรการเยียวยาและจัดหาพื้นที่ใหม่ให้อยู่อาศัย และการลงโทษผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าไม้ และที่ดินสาธารณประโยชน์ เป็นปัญหาว่ามีความยุติธรรมต่อบุคคลเหล่านั้นหรือไม่ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากแนวคิดทฤษฎีและวัตถุประสงค์การกำหนดความรับผิดทางอาญา การลงโทษและการกำหนดโทษแล้ว หากพิสูจน์ได้ว่าผู้กระทำผิดอาศัยในพื้นที่นั้น ก่อนมีการประกาศเป็นป่าสงวนแห่งชาติ หรือผู้กระทำผิดที่เข้าไปเก็บหาของป่าที่กฎหมายไม่ได้กำหนดให้เป็นของป่าหวงห้ามหรือผู้กระทำผิดได้เข้าไปทำประโยชน์ ยึดถือ ครอบครองที่ดินสาธารณประโยชน์โดยสำคัญผิด หรือเป็นผู้สืบสิทธิเช่นว่านั้นทางทายาทให้ชะลอการฟ้องคดี และกำหนดโทษที่เกิดประโยชน์ต่อสังคม

คำสำคัญ : ป่าสงวนแห่งชาติ, ป่าไม้, ที่ดินสาธารณประโยชน์, บุกรุก, ชะลอฟ้อง

ABTRACT

This study examined the problems of intruders in the national forest reserves, forests, or public land, in the case of people living in that area during the period that the law is promulgated and including those who inherited the rights from individuals. The definition of "forest" under the Forest Act, B.E. 2484 (1941), Section 4 (1) means the land that has not been acquired by an individual under the Land Code and this causes problems and affects public and private agencies, while foreign countries have defined the meaning from what covers the land, depending on the type and density of plants that grow on land only. Therefore, the definition of "forest" should be amended. The announcement of national forest reserves area on residential and arable lands of the people makes people living or earning for living in those areas become intruders of the national forest area, which is contrary to the Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2560 (2017), Section 26. Thus, it is advisable to make a new survey of the national forest reserve by surveying areas that have inhabited before the area was declared a national forest reserve. If it is proven that the villagers have lived there before the announcement, the government should have measures to remedy and provide new living areas to them. In addition, there is a question if the penalties for intruders in the national forest reserves, forest and public land are fair to those people or not. Considering the concepts, theories and objectives of determining criminal liability, punishment and determination of punishment, if it can be proven that the offender lived in that area before the area is declared a national forest reserve or the offender entered into the forest to collect the forest product that the law does not stipulate as a restricted forest product or the offender entered the area to benefit or take possession of public land by misunderstanding or be the successor of such rights by being a heir, the prosecution must be deferred and the penalty that benefits society shall be imposed.

Keywords: National Forest Reserve, Forest, Public Land, Invasion, Deferred Prosecution

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นที่ประมาณ 513,115.06 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 320.7 ล้านไร่ ในขณะที่ประเทศไทยมีประชากรประมาณ 70 ล้านคน ซึ่งจากการสำรวจข้อมูล พบว่า เมื่อปี 2539 ประเทศไทยมีประชากรประมาณ 50 ล้านคน ในระยะเวลา 20 ปี มีประชากรเพิ่มขึ้นประมาณ 20 ล้านคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) การเพิ่มขึ้นของประชากรมีอย่างต่อเนื่องในขณะที่พื้นที่ของประเทศไทยยังคงเท่าเดิม ที่ดินส่วนใหญ่มีกฎหมายอนุญาตให้ประชาชนสามารถถือกรรมสิทธิ์ได้ และประเทศไทยก็มีป่าไม้ซึ่งเป็น

ทรัพยากรที่มีความสำคัญอย่างมากต่อประเทศชาติ มีประโยชน์ทั้งการเป็นแหล่งวัตถุดิบของปัจจัยสี่ และยังมีประโยชน์ในการรักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อม ถ้าป่าไม้ถูกทำลายลงไปมากๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ป่ามี 2 ประเภท คือ (1) ป่าไม้ ตามพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 หมายถึง ที่ดินที่ไม่มีบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ครอบครองตามกฎหมายที่ดิน กฎหมายดังกล่าวถูกบัญญัติขึ้นในปี พ.ศ. 2484 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่พลเมืองในประเทศไทยมีไม่เกิน 8 ล้านคน โดยในช่วงเวลาดังกล่าวพลเมืองมีเสรีภาพในการจับจองที่ดินที่ว่างเปล่า และขณะเดียวกันพื้นที่ที่ไม่มีผู้ใดจับจองทำประโยชน์ รัฐจึงเข้าควบคุม และกฎหมายนั้นเน้นในเรื่องไม้ที่โตในพื้นที่ดังกล่าว แต่เมื่อนำกฎหมายนี้มาปรับใช้ในช่วงเวลาปัจจุบัน ย่อมเห็นได้ว่าเป็นอุปสรรคในการบริหารปกครองบ้านเมืองเป็นอันมาก ด้วยเหตุว่าคำนิยาม คำว่า “ป่า” มิได้กำหนดแนวเขตกรอบพื้นที่ใดๆ อันทำให้เกิดความสับสนในการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าว และขณะเดียวกันก็มีประชาชนจำนวนมากที่อาศัยทำกินอยู่บนพื้นที่ที่ตนไม่มีกรรมสิทธิ์ครอบครองตามประมวลกฎหมายที่ดินแต่อย่างใด (2) ป่าสงวนแห่งชาติ คือ ป่าที่พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 ประกาศว่าเป็นป่าสงวนแห่งชาติ ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรฯ ออกกฎกระทรวงให้เป็นป่าสงวนแห่งชาติ โดยพิจารณาจากความจำเป็นเพื่อการรักษาสภาพป่าไม้ ของป่า และทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ และในกฎกระทรวงดังกล่าวจะต้องมีแผนที่แสดงแนวเขตของป่าสงวนด้วย อีกทั้งเมื่อประกาศแล้ว ต้องปิดประกาศสำเนากฎกระทรวงไว้ ณ ที่ทำการอำเภอหรือกิ่งอำเภอ ที่ทำการกำนัน และในหมู่บ้านในเขตที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ประชาชนทราบถึงการประกาศพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาตินั้น มีข้อห้ามว่าต้องไม่เป็นที่ดินของเอกชนที่มีสิทธิครอบครองอยู่แล้วก่อนที่จะมีการประกาศเป็นเขตป่าสงวนแห่งชาติ ซึ่งโดยทั่วไปจะเป็นที่รกร้างว่างเปล่า หรือเป็นที่ที่อยู่ในความครอบครองของรัฐ

การประกาศใช้พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 เพื่อเป็นการอนุรักษ์ป่าสงวนแห่งชาติ การสงวนและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรป่าไม้ เพื่อประโยชน์ในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และได้กำหนดว่าป่าที่เป็นป่าสงวนอยู่แล้วให้ถือเป็นป่าตามพระราชบัญญัติดังกล่าว และหากเห็นสมควรกำหนดป่าอื่นใดเป็นป่าสงวนแห่งชาติให้ทำเป็นกฎกระทรวง และปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด หากบุคคลใดอยู่อาศัยหรือทำกินในพื้นที่ที่ประกาศเป็นป่าสงวนแห่งชาติก่อนวันที่ประกาศกฎกระทรวง ให้ยื่นคำร้องเป็นหนังสือต่อนายอำเภอแห่งท้องที่ภายในกำหนด 120 วัน เพื่อพิจารณากำหนดค่าทดแทนให้ หากล่วงเลยระยะเวลาที่กำหนดถือว่าสละสิทธิ์ หมายความว่าผู้ที่อยู่อาศัยหรือทำกินในพื้นที่ที่ประกาศเป็นป่าสงวนแห่งชาติต้องย้ายออกไปจากพื้นที่ดังกล่าว (ยืนหยัด ใจสมุทร, 2548) การออกกฎหมายฉบับนี้ทำให้ผู้ที่อาศัยหรือทำกินในพื้นที่ดังกล่าวกลายเป็นผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ซึ่งขัดต่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 26 ซึ่งวางหลักไว้ว่า กฎหมายที่ตราขึ้นต้องไม่ขัดต่อหลักนิติธรรม ไม่เพิ่มภาระหรือจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลเกินเหตุสมควร และจะกระทบต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลมิได้

ปัญหาการดำเนินคดีกับผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติก่อนการประกาศเป็นพื้นที่อุทยานแห่งชาติหรือป่าสงวนแห่งชาติ ทำให้ชาวกะเหรี่ยงบางกลอยซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ป่าแก่งกระจานเป็นระยะเวลายาวนานมากกว่า 100 ปี ถูกดำเนินคดีและมีความผิดตามมาตรา 16 (1) (2) และ (3) แห่งพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 (ข่าวสด, 2562) ปัญหาดังกล่าวเป็นที่น่าสังเกตว่า การที่ราษฎรที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยใกล้กับเขตป่าไม้

ตั้งแต่บรรพบุรุษ แต่เมื่อพื้นที่ป่าดังกล่าวมีความอุดมสมบูรณ์รัฐจึงประกาศเป็นพื้นที่ป่าสงวน โดยมีการประกาศแจ้งให้ประชาชนทราบตามวิธีการของรัฐแล้วก็ตาม แต่ด้วยความที่ราษฎรไม่มีความรู้ การศึกษา หรือไม่ทราบและเข้าไม่ถึงประกาศพื้นที่ป่าสงวน ทำให้ไม่ได้แจ้งให้รัฐทราบว่าตนเองอาศัยอยู่ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ทั้งที่ตนเองเป็นผู้อยู่อาศัยมาก่อนมีการประกาศเป็นพื้นที่ป่าสงวนก็ตาม เมื่อรัฐมีการตรวจสอบพื้นที่ดังกล่าว จึงทำให้ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณดังกล่าวมีความผิดฐานบุกรุกพื้นที่ป่าสงวน และต้องโทษทางอาญาตามพระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 ซึ่งการลงโทษดังกล่าวเป็นการลงโทษเพื่อข่มขู่หรือปราบปราม (Deterrence) เพื่อเป็นการป้องกันการกระทำผิดและทำให้ผู้กระทำความผิดเข็ดหลาบไม่กล้ากระทำอีก เมื่อเปรียบเทียบกับข้อเท็จจริงแล้ว การลงโทษชาวบ้านดังเช่นว่านี้ ไม่ได้ทำให้ชาวบ้านเกิดความเกรงกลัวต่อกฎหมายแต่อย่างใดและกลับทำให้เกิดความรู้สึกต่อต้านรัฐ และไม่ได้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ (Public Interest) ทำให้สถิติคดีการกระทำความผิดกฎหมายเกี่ยวกับการป่าไม้เฉพาะกรณีบุกรุกพื้นที่ป่า ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – 2560 มีการฟ้องคดีเกี่ยวกับการบุกรุกพื้นที่ป่าจำนวน 32,182 คดี เฉลี่ย 3,218 คดีต่อปี เฉพาะในปี พ.ศ. 2560 มีการบุกรุกพื้นที่ป่าถึง 52,251 ไร่ 2 งาน 22 ตารางวา (กรมป่าไม้, 2560) ความไม่เป็นธรรมที่ราษฎรได้รับความเดือดร้อนจากข้อกล่าวหาที่กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชแจ้งความดำเนินคดีทางอาญาในฐานความผิดบุกรุกป่าตามกฎหมายป่าไม้ ได้กำหนดบทลงโทษไว้เพียง 2 สถาน คือ จำคุกและปรับหรือชดใช้ค่าเสียหาย

ปัญหาการบุกรุกที่สาธารณประโยชน์ หรือที่ดินอันเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดินสำหรับพลเมืองใช้ร่วมกันนั้น จากนิยาม คำว่า “ที่สาธารณประโยชน์” หมายความว่า ที่ดินที่ทางราชการได้จัดให้หรือสงวนไว้เพื่อให้ประชาชนได้ใช้ประโยชน์ร่วมกันตามสภาพแห่งพื้นที่นั้น หรือที่ดินที่ประชาชนได้ใช้หรือเคยใช้ประโยชน์ร่วมกันมาก่อน ไม่ว่าปัจจุบันจะยังใช้อยู่หรือเลิกใช้แล้วก็ตาม เช่น ที่ทำเลเลี้ยงสัตว์ ป่าชำฝังและเผาศพ ห้วย หนอง ที่ชายตลิ่ง ทางหลวง ทะเลสาบ เป็นต้น และคำว่า “ที่ดินอันเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดินสำหรับพลเมืองใช้ร่วมกัน” หมายความว่า ที่ดินสำหรับประชาชนใช้ประโยชน์ร่วมกัน ไม่ว่าเป็นโดยสภาพธรรมชาติโดยการใช้ร่วมกันของประชาชน โดยทางนิติกรรม หรือโดยผลของกฎหมาย เช่น ที่ชายตลิ่ง ที่ป่าช้า ทางบก ทางน้ำ สวนสาธารณะ ที่เลี้ยงสัตว์ และที่สาธารณะประจำตำบลหรือหมู่บ้าน ปัญหาดังกล่าวเกิดจากหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการดูแลควบคุม คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ว่าราชการจังหวัด กรณีเป็นที่ดินที่ราชพัสดุซึ่งมิได้ควบคุมกวดขันทำให้ประชาชนบุกรุกที่ดินดังกล่าว ทั้งที่ดินนั้นก็ไม่มีหนังสือแสดงสิทธิ์ (โฉนดที่ดินสำหรับที่หลวง) และไม่มีเครื่องหมายกำกับพื้นที่ไว้อย่างชัดเจน ซึ่งโดยปกติแล้วที่ดินใดเป็นที่ดินว่างเปล่ารกร้าง ย่อมหมายถึงที่ดินที่ไม่มีผู้ใดครอบครองถือเอาเป็นเจ้าของ ประชาชนทั่วไปย่อมเข้าจับจองหรือทำประโยชน์ได้ ตามความหมายของสิทธิครอบครองในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ปัญหาการบุกรุกดังกล่าวมีความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งตามสถิติที่ปรากฏจากการสำรวจของกรมที่ดินเมื่อปี 2535 พบว่า ที่ดินสาธารณประโยชน์ทั่วประเทศ มีประมาณ 34,000 แปลง เนื้อที่ประมาณ 17.6 ล้านไร่ ถูกบุกรุกเข้าไปยึดถือครอบครองทำประโยชน์และอ้างสิทธิความเป็นเจ้าของประมาณ 105,000 ราย เนื้อที่ประมาณ 3.5 ล้านไร่ (กรมที่ดิน, 2562) และที่ผ่านมาการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการบุกรุกที่สาธารณประโยชน์นั้น แม้ว่าภาครัฐจะได้ใช้มาตรการทางกฎหมายเชิงบังคับแล้ว เช่น ออกคำสั่งให้ผู้บุกรุกออกไปจากพื้นที่

สาธารณประโยชน์ หรือดำเนินคดีกับผู้บุกรุกแล้วก็ตาม นอกจากจะไม่ประสบผลสำเร็จในการแก้ไขปัญหาเท่าที่ควรแล้ว ในบางพื้นที่กลับกลายเป็นการสร้างปัญหาให้เกิดความขัดแย้งระหว่างรัฐกับประชาชน และระหว่างประชาชนด้วยกันเอง ซึ่งตามพระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2497 ได้กำหนดให้ผู้ที่ครอบครองและทำประโยชน์ในที่ดินอยู่ก่อนวันที่ประมวลกฎหมายที่ดินใช้บังคับ ให้แจ้งการครอบครองที่ดินต่อนายอำเภอท้องที่ภายใน 180 วัน หากไม่แจ้งภายในกำหนดจะถือได้ว่าบุคคลที่ครอบครองและทำประโยชน์เป็นผู้บุกรุกต้องระวางโทษจำคุกหรือปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ และประเทศไทยก็มีแผนปฏิบัติการยุทธศาสตร์เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนของกระทรวงยุติธรรม พ.ศ. 2562 – 2566 ได้สรุปแนวทางการพัฒนาแผนสิทธิในส่วนของกลุ่มผู้ต้องขัง ดังนี้ (1) การใช้การเบี่ยงเบนคดีอาญาออกจากกระบวนการยุติธรรม (Diversion) (2) กระบวนการยุติธรรมทางเลือก ซึ่งเป็นแนวทางที่นำไปสู่การลดปริมาณคดีที่เข้าสู่ศาลและลดปริมาณผู้ต้องขัง (กระทรวงยุติธรรม, 2562)

จากการศึกษายังพบว่ายังมีมาตรการชะลอฟ้องซึ่งเป็นกฎหมายที่เปิดโอกาสให้ผู้ต้องหาที่สำนึกในการกระทำความผิดของตนได้บรรเทาผลร้ายแห่งความผิดตามแนวคิดกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ (Restorative Justice) และเปิดโอกาสให้ผู้ต้องหาและผู้เสียหายได้มีการให้อภัยต่อกัน เพื่อความสมานฉันท์ในสังคม โดยการร้องต่ออัยการ ขอให้มีคำสั่งชะลอการฟ้องไว้ช่วงเวลาหนึ่ง เพื่อให้ผู้ต้องหาได้กลับตัวเป็นคนดีและมีเวลาเพียงพอที่จะชดใช้เยียวยาผู้เสียหายที่ได้ตกลงไว้ (น้ำแท้ มีบุญสล้าง, 2554) ในหลายประเทศที่ใช้วิธีการชะลอการฟ้องคดีโดยดุลยพินิจของพนักงานอัยการ ได้ให้เหตุผลที่ไม่แตกต่างกันมากนักไม่ว่าจะเป็นญี่ปุ่น เกาหลี หรืออิหร่าน ว่าการที่พนักงานอัยการสั่งชะลอฟ้องในคดีบางประเภทนั้น จะช่วยลดปัญหาคนล้นคุก (overcrowded prison) ลดปัญหาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการดูแลนักโทษ ลดปัญหาของผลข้างเคียงจากการส่งนักโทษเข้าเรือนจำ โดยเฉพาะนักโทษระยะสั้นที่ต้องไปอยู่ในเรือนจำร่วมกันนักโทษฉกรรจ์ ซึ่งอาจได้เรียนรู้วิธีการในการทำความผิดเพิ่มมากขึ้น การที่ไม่ส่งคนเข้าไปเป็นนักโทษในกรณีที่ไม่จำเป็นจริงๆ จะทำให้คนไม่ต้องถูกลดคุณค่าลง (degradation) เพราะผลกระทบสำหรับคนที่เคยเป็นคนคุกจะเป็นตราบาปและส่งผลต่อนักโทษไปตลอดชีวิต เช่น การขาดคุณสมบัติในการทำงานบางประเภท อันจะส่งผลให้บุคคลเหล่านั้นกลับคืนสู่สังคมได้ยาก (ศิริชัย วิชชุวัชรากร, 2561) ซึ่งจากข้อมูลสถิติของผู้ถูกดำเนินคดี กรณีผู้บุกรุกที่ดินสาธารณประโยชน์และที่ดินอันเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดินสำหรับพลเมืองใช้ร่วมกันข้างต้น จะเห็นได้ว่าผู้กระทำความผิดต้องถูกดำเนินคดีอาญาและต้องรับโทษทางอาญา หากพิเคราะห์จากฐานความผิดอันเกิดจากพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 และพระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2497 แล้วจะเห็นว่าจากการกระทำดังกล่าวเป็นเครื่องสร้างความขัดแย้งในสังคม โดยผู้กระทำผิดก็ยังโต้แย้งว่าบรรพบุรุษของตนได้อาศัยอยู่ในบริเวณนั้นก่อนมีการประกาศเป็นป่าไม้หรือป่าสงวน และมีการสืบทอดมรดกต่อๆ กันมา ในขณะเดียวกันนิยามคำว่า “ป่า” และ “ป่าไม้” อีกทั้งกระบวนการสร้างป่าไม้ตามกฎหมายดังกล่าวเป็นการสร้างภาระให้แก่ประชาชนที่ขัดต่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 26 และหากเปรียบเทียบกับความผิดอื่นๆ จะเห็นว่าความร้ายแรงตามเจตนาของผู้กระทำผิดในกรณีนี้ ต่างไปจากความผิดทั่วไป ดังนั้น หากใช้การลงโทษตามทฤษฎีข่มขู่ยับยั้งมาใช้แก่บุคคลเหล่านี้ ย่อมไม่ก่อให้เกิดประโยชน์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นมา แนวความคิดและทฤษฎีทางกฎหมายเกี่ยวกับมาตรการลงโทษ ผู้ที่บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติและที่ดินสาธารณประโยชน์และการชะลอฟ้อง

2. เพื่อศึกษาหลักกฎหมายที่ใช้บังคับโดยเปรียบเทียบระหว่างกฎหมายไทย และกฎหมายต่างประเทศในการบังคับใช้กฎหมายกับผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติและที่ดินสาธารณประโยชน์

3. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาข้อกฎหมายเกี่ยวกับการลงโทษทางอาญาแก่ผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติและที่ดินสาธารณประโยชน์ที่บังคับใช้ในปัจจุบันเปรียบเทียบกฎหมายต่างประเทศ

4. เพื่อสรุปบทวิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางและวิธีแก้ไขปัญหาในเรื่องมาตรการลงโทษผู้ที่บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติและที่ดินสาธารณประโยชน์แทนการฟ้องคดีอาญา

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

ดำเนินการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) โดยการวิเคราะห์จากตำรา บทความต่างๆ วารสาร บทบัญญัติของกฎหมาย วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัย ข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต ตลอดจนแนวคำวินิจฉัยของศาล ทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เพื่อหาข้อสรุปและเสนอแนะแนวทางแก้ไข โดยศึกษาถึงสภาพปัญหากรณีผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนหรืออุทยานแห่งชาติหรือที่ดินสาธารณประโยชน์ ที่ยังอยู่ในเงื่อนไขขัดแย้งระหว่างรัฐกับประชาชน โดยวิเคราะห์บทบัญญัติของกฎหมายที่ใช้บังคับในปัจจุบันเกี่ยวกับบทลงโทษผู้บุกรุกพื้นที่ป่าและที่ดินสาธารณประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นพระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 พระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 ตามพระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2497 และบทบัญญัติกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นศึกษากรณีผู้กระทำความผิดบุกรุกป่าสงวน หรือที่ดินสาธารณประโยชน์ ด้วยความสุจริต หรืออยู่อาศัยมาก่อนมีการประกาศป่าสงวนแห่งชาติ หรือพื้นที่อุทยานแห่งชาติหรือที่ดินสาธารณประโยชน์ที่ยังอยู่ในเงื่อนไขขัดแย้งระหว่างรัฐกับประชาชน โดยจะมีการบังคับใช้มาตรการลงโทษผู้ที่บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติและที่ดินสาธารณประโยชน์แทนการฟ้องคดีอาญาอย่างไรและเพียงใด

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าถึงการบริหารจัดการ คุ้มครองและป้องกันป่าไม้ตามกฎหมายป่าไม้อันเกี่ยวกับกรณีคำนิยามหรือความหมายของคำว่า “ป่า” การกำหนดพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติและการลงโทษผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าไม้ และที่ดินสาธารณประโยชน์ ทำให้เข้าใจถึงแนวคิดในการกำหนดนิยามคำว่า “ป่า” แนวคิดการกำหนดพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติตามกฎหมายป่าไม้ และบทกำหนดโทษผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่าไม้ และที่ดินสาธารณประโยชน์ตามกฎหมายของประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศ โดยนำมาวิเคราะห์ปรับใช้เพื่อให้การดำเนินการตามกฎหมายของประเทศไทยมีรูปแบบที่เหมาะสมและเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น ซึ่งพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 ที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันพบว่ายังมีปัญหา โดยที่บทบัญญัติ มาตรา 4 (1)

นิยามคำว่า “ป่า” ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่อหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่จะเข้าดำเนินการใดๆ กับพื้นที่บางส่วนที่ไม่มีสภาพเป็นป่าแล้ว แต่ยังถือว่าเป็นป่าตามนิยามในพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 และยังเป็นปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย ในการประกาศเขตป่าสงวนแห่งชาติตามพระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 มาตรา 6 วรรคสอง กำหนดให้การประกาศกำหนดบริเวณใดเป็นป่าสงวนแห่งชาติให้ทำโดยตราเป็นกฎกระทรวง ซึ่งกฎกระทรวงนั้นในทางกฎหมายมีฐานะเป็นกฎที่ต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี แต่เมื่อมีการประกาศบังคับใช้กฎหมายแล้ว ยังคงมีปัญหาตามมาคือ การประกาศเขตป่าสงวนและเขตอุทยานทับที่อยู่อาศัยและที่ทำกินของประชาชนในประเทศไทย ซึ่งอาศัยมาอยู่ตั้งแต่บรรพบุรุษ และแน่นอนว่าต้องอาศัยอยู่มาก่อนจะมีการประกาศเป็นป่าสงวนแห่งชาติ จึงทำให้บุคคลเหล่านั้นตกเป็นผู้กระทำความผิดฐานบุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ดังนั้น การลงโทษผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าไม้ และที่ดินสาธารณประโยชน์ จึงเป็นปัญหาว่ามีความยุติธรรมต่อบุคคลเหล่านั้นหรือไม่ สมควรได้รับโทษตามพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 หรือพระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2497 หรือควรกำหนดวิธีการลงโทษอย่างอื่น

1. ปัญหาคำนิยามคำว่า “ป่า” ตามพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 ควรมีการปรับปรุงแก้ไขหรือไม่ จากการศึกษาพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 ทำให้ทราบว่า ได้มีการกำหนด นิยามคำว่า “ป่า” ไว้ในมาตรา 4 (1) หมายความว่าที่ดินที่ยังมิได้มีบุคคลได้มาตามประมวลกฎหมายที่ดิน ซึ่งตามกฎหมายป่าไม้มีความหมายที่กว้าง และไม่มีหลักวิชาการเป็นการกล่าวอ้างไปถึงที่ดินตามกฎหมายที่ดิน โดยไม่กล่าวถึงป่าว่าคืออะไร ต้องมีต้นไม้หรือไม่ จึงจำเป็นต้องพิจารณาดูว่าที่ดินอย่างไรบ้าง จะถือว่าเป็นที่ดินที่ยังมิได้มีบุคคลได้มาตามกฎหมายที่ดิน อันจะถือว่าเป็นป่าตามความในพระราชบัญญัติป่าไม้นี้ ซึ่งคณะกรรมการกฤษฎีกา (คณะที่ 7) ได้พิจารณาให้ความเห็นสรุปได้ว่า “ป่า” หมายถึงที่ดินที่ยังมิได้มีบุคคลใดได้กรรมสิทธิ์หรือได้สิทธิครอบครอง ซึ่งรวมไปถึงที่ดินรกร้างว่างเปล่า ที่ชายตลิ่ง ภูเขา ห้วย หนอง คลอง บึง บาง ลำน้ำ ทะเลสาบ เกาะ และที่ชายทะเลที่เป็นที่ดินของรัฐด้วย สำหรับคำว่า “แม่น้ำลำคลอง” โดยสภาพย่อมถือได้ว่าเป็นทางซึ่งสาธารณชนใช้สัญจรไปมา จึงเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดินประเภทพลเมืองใช้ร่วมกัน ตามมาตรา 1304 (2) แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ดังนั้น “แม่น้ำลำคลอง” จึงเป็น “ป่า” ตามมาตรา 4 (1) แห่งพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 ด้วย

ในต่างประเทศ เช่น องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ อนุสัญญาว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ พิธีสารเกียวโต และประเทศสวีเดน ได้กำหนดความหมายคำว่า “ป่า” จากสิ่งที่ปกคลุมบนที่ดิน เป็นการกำหนดความหมายโดยขึ้นอยู่กับประเภทและความหนาแน่นของพืชพันธุ์ที่เจริญเติบโตบนที่ดิน โดยหลักแล้วการกำหนดความหมายของคำว่า “ป่า” ในกลุ่มนี้เป็นการกำหนดโดยพิจารณาจากพื้นที่ที่มีการเจริญเติบโตของต้นไม้บนพื้นที่นั้น โดยพื้นที่ดังกล่าวจะประกอบด้วยจำนวนของต้นไม้ต่อพื้นที่ (ความหนาแน่น) พื้นที่ของดินที่อยู่ใต้การปกคลุมของต้นไม้ (Canopy Cover) หรือส่วนของที่ดินที่มีลำต้นของต้นไม้ที่ถูกตัดติดอยู่กับที่ดินนั้น (Basal Area) ภายใต้การกำหนดความหมายโดยพิจารณาจากสิ่งที่ปกคลุมบนที่ดินนี้เฉพาะพื้นที่ของที่ดินที่มีการเจริญเติบโตของต้นไม้เท่านั้น จึงจะถูกกำหนดให้เป็นป่า พื้นที่ใดที่ไม่เป็นไปตามองค์ประกอบที่กล่าวมาอาจยังถือเป็นป่าได้ หากพื้นที่นั้นมีต้นไม้ที่ยังไม่เจริญเติบโตเต็มที่ และคาดว่าต้นไม้เหล่านั้นจะเจริญเติบโตเต็มที่ ในอนาคต

หากพิจารณาจากแนวคิดทฤษฎีในส่วนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบกับทฤษฎีว่าด้วยความสมานฉันท์ของสังคมของลีออง ดิวกิต (Leon Duguit) ทั้งแนวคิดของรูดอร์ฟ ฟอน เยียริ่ง (Rudolf Von Jhering) ในส่วนของประโยชน์ของรัฐ รวมทั้งแนวคิดของรอสโค พาวด์ (Roscoe Pound) ในส่วนของผลประโยชน์ของสังคมแล้ว นิยามคำว่า “ป่า” ตามพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 จึงควรนำบทบาทของนิติศาสตร์เชิงสังคมวิทยาที่มีการจัดองค์ประกอบหรือการจัดความสมดุลของผลประโยชน์ทั้ง 3 ประเภท ให้อยู่ร่วมกันได้ ไม่ให้มีการเหลื่อมล้ำหรือเอารัดเอาเปรียบมากเกินไป ซึ่งขบวนการในการสร้างความสมดุลของผลประโยชน์ที่แตกต่างกันนั้นเป็นเรื่อง “อรรถประโยชน์เชิงสังคม” คือ บรรลุสิ่งที่เป็นประโยชน์ของสังคมมนุษย์ที่จะอยู่ร่วมกันได้เป็นสำคัญ

2. ปัญหาการกำหนดพื้นที่ป่าไม้ตามพระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 ควรมีการกำหนดใหม่หรือไม่ การประกาศเขตป่าสงวนและเขตอุทยานทับที่อยู่อาศัยและที่ทำกินของประชาชนในประเทศไทย เป็นปัญหาที่มีการกล่าวถึงมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน ประชาชนจำนวนมากที่อยู่ในพื้นที่ทับซ้อนกับเขตป่าสงวนและเขตอุทยานแห่งชาติ โดยที่สถานะทางกฎหมายของประกาศเขตป่าสงวนแห่งชาติตามพระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 มาตรา 6 วรรคสอง กำหนดให้การประกาศกำหนดบริเวณใดเป็นป่าสงวนแห่งชาติ ให้ทำโดยตราเป็นกฎกระทรวง ซึ่งกฎกระทรวงนั้นในทางกฎหมายมีฐานะเป็นกฎที่ต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ประกาศเขตป่าสงวนแห่งชาติ มีฐานะทางกฎหมายเป็นกฎที่ต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี ซึ่งหากประสงค์จะฟ้องคดีต่อศาลปกครอง จำเป็นต้องนำคดีไปฟ้องยังศาลปกครองสูงสุด ซึ่งผู้เสียหายหรืออาจจะได้รับความเดือดร้อนเสียหายที่มีสิทธินำคดีมาฟ้องขอให้เพิกถอนประกาศดังกล่าวได้ ศาลปกครองสูงสุดวางแนวคำพิพากษาไว้ว่า ผู้ฟ้องคดีเพื่อขอให้เพิกถอนประกาศเขตอุทยานหรือเขตป่าสงวนแห่งชาติ ต้องยื่นฟ้องภายใน 90 วันนับแต่วันที่รู้เหตุแห่งการฟ้องคดี แต่ประชาชนที่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติหรือป่าสงวนไม่อาจอาศัยการฟ้องคดีปกครองโดยอ้างการครอบครองมาก่อน เพื่อขอให้เพิกถอนเขตอุทยานและเขตป่าสงวนแห่งชาติได้ หากไม่มีเอกสารราชการรับรองการครอบครองมาก่อน ซึ่งหากพิจารณาถึงบริบทสังคมไทยแล้วย่อมเห็นได้ว่า ไม่เป็นธรรมต่อประชาชนหรือชุมชนที่อยู่อาศัยในพื้นที่ซ้อนทับกับเขตอุทยานและเขตป่าสงวนแห่งชาติ เพราะเป็นการพิพากษาคดีโดยเพิกเฉยละเลยต่อข้อเท็จจริงที่ว่า มีประชาชนจำนวนมากในประเทศไทยอาศัยอยู่ในเขตป่าโดยพวกเขาไม่อยู่ในเงื่อนไขที่จะไปดำเนินการให้ได้มาซึ่งเอกสารราชการตามที่ศาลปกครองวางบรรทัดฐานไว้ได้

จากการวิเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดและการจัดการพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติประกอบกับทฤษฎีว่าด้วยความสมานฉันท์ของสังคมของลีออง ดิวกิต (Leon Duguit) ทั้งแนวคิดของรูดอร์ฟ ฟอน เยียริ่ง (Rudolf Von Jhering) ในส่วนของประโยชน์ของรัฐ รวมทั้งแนวคิดของรอสโค พาวด์ (Roscoe Pound) ในส่วนของผลประโยชน์ของสังคมแล้วเห็นว่า ประกอบกับศึกษากฎหมายของสหรัฐอเมริกาและประเทศอินโดนีเซียซึ่งมีความแตกต่างกัน โดยทั้งสองประเทศมีความมุ่งหมายที่จะคุ้มครอง ป้องกัน อนุรักษ์พื้นที่ป่าเพื่อให้ประชาชนสามารถอยู่ร่วมกันกับป่า และยังคำนึงถึงเพื่อประโยชน์สาธารณะ และความรื่นรมย์โดยไม่รบกวนความสามารถในการใช้งาน และเข้าถึงประโยชน์ของคนในอนาคต และหลักสิทธิของชุมชนที่มีอยู่ตามกฎหมายและได้รับการยอมรับโดยไม่ขัดต่อผลประโยชน์โดยรวมของประเทศอีกด้วย จึงควรมีการสำรวจพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติใหม่ เพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อผู้อยู่อาศัยมาก่อน

3. ปัญหาการลงโทษผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าไม้ และที่ดินสาธารณประโยชน์ (1) ป่าสงวนแห่งชาติ พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 มาตรา 31 ได้กำหนดโทษผู้ฝ่าฝืนมาตรา 14 ซึ่งลงโทษการกระทำผิดหลายประการ ได้แก่ ยึดถือ ครอบครอง ทำประโยชน์หรืออยู่อาศัยในที่ดิน ก่อสร้าง แผ้วถาง เผาป่า ทำไม้ เก็บหาของป่าหรือกระทำด้วยประการใดๆ อันเป็นการเสื่อมเสียแก่สภาพป่าสงวนแห่งชาติ เว้นแต่ เป็นการกระทำตามมาตรา 15 มาตรา 16 มาตรา 16 ทวิ มาตรา 16 ตรี มาตรา 17 มาตรา 18 มาตรา 19 หรือมาตรา 20 จะเห็นได้ว่า การกระทำที่เป็นการฝ่าฝืนตามมาตรา 14 ย่อมเป็นความผิดตามพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 ด้วย ซึ่งบทลงโทษตามมาตราดังกล่าวต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หนึ่งปีถึงสิบปีและปรับตั้งแต่สองหมื่นบาทถึงสองแสนบาท ถ้าได้กระทำเป็นเนื้อที่เกิด 25 ไร่ หรือก่อให้เกิดความเสียหายแก่ (1) ถึง (4) ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่สี่ปีถึงยี่สิบปี และปรับตั้งแต่สองแสนบาทถึงสองล้านบาท ในกรณีมีการยึดถือหรือครอบครองที่ดินในเขตป่าสงวนแห่งชาติ ศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้กระทำผิดรื้อถอนสิ่งปลูกสร้างภายในระยะเวลาที่กำหนด (2) ป่าไม้ พระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 มาตรา 72 ตรี ซึ่งเป็นบทกำหนดโทษ ใช้ลงโทษผู้กระทำความผิดในการแผ้วถางป่า หรือทำการก่นสร้างป่า หรือเผาป่า ยึดถือครอบครอง หรือกระทำด้วยประการใดๆ อันเป็นการทำลายป่าโดยการกระทำดังกล่าวมิได้กระทำภายในเขตที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา และได้กระทำโดยมิได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งโทษตามมาตรานี้ได้แยกออกเป็น 2 อัตรา โดยโทษตามวรรคแรกเบากว่าโทษตามวรรคสอง บุคคลจะได้รับโทษตามวรรคสองนี้ได้ บุคคลนั้นจะต้องรู้ด้วยว่าตนได้แผ้วถางป่าเกินกว่า 25 ไร่ ซึ่งต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่สองปีถึงสิบห้าปี และปรับตั้งแต่หนึ่งหมื่นบาทถึงหนึ่งแสนบาท และวรรคท้ายได้กำหนดให้ศาลมีอำนาจสั่งในคำพิพากษาได้ด้วยว่า ให้จำเลยออกจากป่าที่จำเลยยังครอบครองอยู่นั้น โดยที่อัยการโจทก์ไม่จำต้องไปฟ้องขับไล่ขึ้นเป็นคดีใหม่อีก (3) ที่ดินสาธารณประโยชน์ ประมวลกฎหมายที่ดิน ได้มีบทกำหนดโทษในมาตรา 108 ทวิ กำหนดความผิดไว้ 3 กรณี คือ (1) กรณีที่ผู้หนึ่งผู้ใดเข้าไปยึดถือครอบครอง ก่นสร้าง เผาป่า ฯลฯ โดยมิได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 9 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 5,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (2) การกระทำความผิดตาม (1) หากได้กระทำแก่ที่ดินซึ่งเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดินที่ประชาชนใช้ร่วมกันหรือที่ใช้เพื่อประโยชน์ของแผ่นดินโดยเฉพาะ ผู้กระทำผิดต้องระวางโทษหนักขึ้น คือจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (3) ถ้าการกระทำความผิดตาม (2) ได้กระทำเป็นเนื้อที่เกินกว่า 50 ไร่ ผู้กระทำผิดต้องระวางโทษหนักขึ้นอีก คือจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้กระทำผิด ออกไปจากที่ดิน หรือริบทรัพย์

เมื่อพิจารณาจากแนวคิดทฤษฎีและวัตถุประสงค์การกำหนดความรับผิดทางอาญา การลงโทษและการกำหนดโทษ แนวคิดในการนำกระบวนการยุติธรรมทางเลือกมาใช้ในคดีอาญา และการชะลอการฟ้องคดี จะเห็นได้ว่า ยังมีมาตรการของการอำนวยความยุติธรรมที่มีข้อบกพร่องน้อยที่สุด ซึ่งในต่างประเทศได้นำกระบวนการยุติธรรมทางเลือกมาใช้ เช่น สหประชาชาติได้ประกาศแนวทางว่าด้วยบทบาทของพนักงานอัยการโดยให้พนักงานอัยการใช้กระบวนการยุติธรรมทางเลือก สมาคมอัยการระหว่างประเทศ ได้ประกาศว่าด้วยสิทธิและหน้าที่อันสำคัญยิ่งของพนักงานอัยการ โดยได้ให้แนวทางกระบวนการยุติธรรมทางเลือกไว้ว่า การยุติการ

ดำเนินคดีโดยมีเงื่อนไขหรือไม่มีเงื่อนไข หรือการใช้มาตรการอื่นแทนการดำเนินคดีอาญาในคดีที่ผู้ต้องหาเป็นเยาวชนโดยนำออกจากระบบการดำเนินคดีอาญาตามรู้แบบปกติ ให้เคารพต่อสิทธิของผู้เสียหายและผู้ต้องหา และสำนักงานอัยการสูงสุดอังกฤษและเวลส์ ได้ประกาศประมวลแนวปฏิบัติของอัยการ ให้แนวทางไว้ว่าการใช้วิธีการแทนการฟ้องร้องคดีอาญาในผู้ใหญ่ใช้การว่ากล่าวตักเตือนหรือกำหนดเงื่อนไขให้ต้องปฏิบัติ และกระบวนการยุติธรรมทางเลือกยังมีวิธีการชะลอการฟ้องคดี โดยที่การชะลอฟ้องเป็นการบริหารงานกระบวนการยุติธรรมแนวใหม่ ซึ่งมุ่งให้เกิดประโยชน์แก่คุณค่าต่อสาธารณชน โดยคำนึงถึงผู้ต้องหา ผู้เสียหายที่ควรจะได้รับการเยียวยาให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้ด้วยความสมานฉันท์ตามนโยบายรัฐบาล ซึ่งประเทศญี่ปุ่นก็ได้นำกฎหมายชะลอฟ้องมาปรับใช้ โดยพนักงานอัยการจะพิจารณาจากเงื่อนไขพฤติการณ์ของผู้กระทำความผิด การกระทำความผิด และพฤติการณ์ของผู้กระทำภายหลังการกระทำความผิด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการ คุ้มครอง และการป้องกันป่าไม้ตามกฎหมายป่าไม้ อันเกี่ยวกับกรณีคำนิยามหรือความหมายของคำว่า “ป่า” การกำหนดพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติและการลงโทษผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าไม้ และที่ดินสาธารณประโยชน์ คือ

1) เห็นควรให้แก้ไขเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 มาตรา 4 (1) เกี่ยวกับบทนิยามคำว่า “ป่า” ดังนี้

(1) “ป่า” หมายความว่า ที่ดินที่ยังมิได้มีบุคคลใดได้มาตามกฎหมายที่ดิน และเป็นพื้นที่ที่มีต้นไม้ปกคลุม หรือมีต้นไม้อยู่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของพื้นที่นั้น

2) เห็นควรให้มีการสำรวจพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติใหม่ โดยสำรวจพื้นที่ที่ชาวบ้านซึ่งอยู่อาศัยมาตั้งแต่ก่อนมีการประกาศให้พื้นที่เป็นป่าสงวนแห่งชาติ หากพิสูจน์ได้ว่าชาวบ้านอาศัยอยู่มาก่อนจริง ให้รัฐมีมาตรการเยียวยาและจัดหาพื้นที่ใหม่ให้อยู่อาศัย

3) เห็นควรให้แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 และพระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2498 ในส่วนของบทกำหนดโทษผู้บุกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าไม้ และที่ดินสาธารณประโยชน์ หากพิสูจน์ได้ว่าผู้กระทำผิดอาศัยในพื้นที่นั้นๆ ก่อนมีการประกาศเป็นป่าสงวนแห่งชาติ หรือผู้กระทำผิดที่เข้าไปเก็บหาของป่าที่กฎหมายไม่ได้กำหนดให้เป็นของป่าหวงห้ามเพื่อใช้ในการการดำรงชีวิต หรือผู้กระทำผิดเข้าไปทำประโยชน์ ยึดถือ ครอบครองที่ดินสาธารณประโยชน์โดยสำคัญผิด หรือเป็นผู้สืบสิทธิเช่นว่านั้นทางทายาท โดยการชะลอการฟ้องคดี และให้กำหนดโทษที่เกิดประโยชน์ต่อสังคม เช่น บำเพ็ญสาธารณประโยชน์ บำรุงรักษาผืนป่าโดยความควบคุมของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ เป็นต้น โดยให้เพิ่มเติมข้อความ ดังนี้

3.1) แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 มาตรา 72 ตรี โดยเพิ่มข้อความดังต่อไปนี้เป็นวรรคสี่ ดังนี้

หากพิสูจน์ได้ว่าผู้กระทำผิดอาศัยในพื้นที่นั้น ก่อนมีการประกาศเป็นป่าสงวนแห่งชาติ หรือผู้กระทำผิดที่เข้าไปเก็บหาของป่าที่กฎหมายไม่ได้กำหนดให้เป็นของป่าหวงห้ามหรือผู้กระทำผิดได้เข้าไปทำประโยชน์ ยึดถือ ครอบครองที่ดินสาธารณประโยชน์โดยสำคัญผิด หรือเป็นผู้สืบสิทธิเช่นว่านั้นทางทายาทให้ชะลอการฟ้องคดี และกำหนดโทษที่เกิดประโยชน์ต่อสังคม

3.2) แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 มาตรา 31 โดยเพิ่มข้อความดังต่อไปนี้เป็นวรรคสี่ ดังนี้

หากพิสูจน์ได้ว่าผู้กระทำผิดอาศัยในพื้นที่นั้น ก่อนมีการประกาศเป็นป่าสงวนแห่งชาติ หรือผู้กระทำผิดที่เข้าไปเก็บหาของป่าที่กฎหมายไม่ได้กำหนดให้เป็นของป่าหวงห้ามหรือผู้กระทำผิดได้เข้าไปทำประโยชน์ ยึดถือ ครอบครองที่ดินสาธารณประโยชน์โดยสำคัญผิด หรือเป็นผู้สืบสิทธิเช่นว่านั้นทางทายาทให้ชะลอการฟ้องคดี และกำหนดโทษที่เกิดประโยชน์ต่อสังคม

3.3) แก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายที่ดิน มาตรา ๑๐๘ ทวิ โดยเพิ่มข้อความดังต่อไปนี้เป็นวรรคหก ดังนี้

หากพิสูจน์ได้ว่าผู้กระทำผิดอาศัยในพื้นที่นั้น ก่อนมีการประกาศเป็นป่าสงวนแห่งชาติ หรือผู้กระทำผิดที่เข้าไปเก็บหาของป่าที่กฎหมายไม่ได้กำหนดให้เป็นของป่าหวงห้ามหรือผู้กระทำผิดได้เข้าไปทำประโยชน์ ยึดถือ ครอบครองที่ดินสาธารณประโยชน์โดยสำคัญผิด หรือเป็นผู้สืบสิทธิเช่นว่านั้นทางทายาทให้ชะลอการฟ้องคดี และกำหนดโทษที่เกิดประโยชน์ต่อสังคม

เอกสารอ้างอิง

ยืนหยัด ใจสมุทร. (2560). **คำอธิบายรวมกฎหมายเกี่ยวกับป่าไม้และสัตว์ป่า**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์นิติธรรม.

กรมป่าไม้. (2550). **ป่าไม้ก่อตั้งเพื่อความมั่นคงใน 111 ปี กรมป่าไม้ ก้าวอย่างมั่นคงใต้ร่มพระบารมี**. กรุงเทพฯ : กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

สถาบันพระปกเกล้า. (2552). **อำนาจอธิปไตย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2562, จากเว็บไซต์ : http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=อำนาจอธิปไตย.

น้ำแท้ มีบุญสล้าง. (2554). **กระบวนการยุติธรรมทางอาญาเปรียบเทียบ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สูตรไพศาล.

ศิริชัย วิชชุวัชรากร. (2561). **มาตรการแทนการฟ้องคดีอาญา : บทวิเคราะห์ร่างพระราชบัญญัติมาตรการแทนการฟ้องคดีอาญา พ.ศ. ... และกรณีศึกษาต่างประเทศ**. กรุงเทพฯ : สถาบันพระปกเกล้า.

อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

The Influence of Social Marketing Communication through Online Media on Using Cloth Bags for Shopping among Consumers

กนิษฐ์นาถ สุขสวัสดิ์ชน
Kanitnat Suksawaschon
นิสิตปริญญาโทสาขาวิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Master Student in Communication Arts and Information, Faculty of Humanities, Kasetsart University
รองศาสตราจารย์ ดร. นธกฤต วันต๊ะเมล์
Associate Professor Nottakrit Vantamay, Ph. D.
ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University
อีเมล์: kanitnat.s@ku.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับข่าวสารการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ทัศนคติต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า การคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า และพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค 2) อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อทัศนคติต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค 3) อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อการคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค 4) อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค 5) อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค และ 6) อิทธิพลร่วมของทัศนคติ การคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือผู้บริโภคเพศชายและหญิง อายุระหว่าง 25-60 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยผ่านการตอบแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เฟสบุ๊ค (Facebook) ($\overline{X}$= 3.90, S.D. = 0.80) และยูทูป (YouTube) ($\overline{X}$= 3.83, S.D. = 1.01) อยู่ในระดับมาก ในขณะที่อินสตาแกรม (Instagram) ($\overline{X}$= 2.54, S.D. = 0.91), เว็บไซต์ (Websites) ($\overline{X}$= 2.47, S.D. = 1.06), Line Official Account ($\overline{X}$= 2.42, S.D.= 0.97) และ ทวิตเตอร์ (Twitter) ($\overline{X}$= 2.20, S.D. = 1.17) อยู่ในระดับน้อย ทัศนคติที่มีต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า ($\overline{X}$= 4.20, S.D.= 0.54) การคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ($\overline{X}$= 3.57, S.D.= 0.57) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า ($\overline{X}$= 3.94, S.D.= 0.76) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับน้อยครั้ง ($\overline{X}$= 9.15, S.D.= 8.59) 2) เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้ถุงผ้า ได้แก่ เฟสบุ๊ค (Facebook) (β = .460) และยูทูป (YouTube) (β = .157) 3) เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ได้แก่เฟสบุ๊ค (Facebook) (β = .158) และ เว็บไซต์ (Website) (β = .141) 4) เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า คือ ทวิตเตอร์ (Twitter) (β = .259) 5) เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า คือ เว็บไซต์ (Website) (β =.163) และ 6) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า (β =.278)

คำสำคัญ: การตลาดเพื่อสังคม, การตลาดออนไลน์, พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า

Abstract

The objectives of quantitative based research were regarding to the study of 1) The exposure of social marketing communication through online media, attitudes, subjective norms and perceived behavioral controls on using cloth bags for shopping among consumers, 2) The influence of social marketing communication through online media towards attitude on using cloth bags for shopping, 3) The influence of social marketing communication through online media towards subjective norms on using cloth bags for shopping, 4) The influence of social marketing communication through online media towards the perceived behavioral control on using cloth bags for shopping, 5) The influence of social marketing communication through online media

regarding to consumer's behavioral towards the use of cloth bags for shopping and 6) Influences regarding to attitude, subjective norms and perceived behavioral control towards the use of cloth bags for shopping. This research was conducted through questionnaire and gathering the information by 400 samples including male and female, aged between 25-60 years old who live in Bangkok. The analytical of the results are referred to Descriptive Statistical Analysis and Inferential Statistic Analysis through frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis with the statistical significance at .05.

According to the research results, showed that 1) Most of the samples are exposed to social marketing communication highly through Facebook ($\overline{X}$= 3.90, S.D.= 0.80) and YouTube ($\overline{X}$= 3.83, S.D.= 1.01) while the remaining social marketing communication such as Instagram ($\overline{X}$= 2.54, S.D.= 0.91), Website ($\overline{X}$= 2.47, S.D.= 1.06), Line Official Account ($\overline{X}$= 2.42, S.D. = 0.97) and Twitter ($\overline{X}$= 2.20, S.D.=1.17) are low, the attitude ($\overline{X}$= 4.20, S.D.= 0.54), subjective norms ($\overline{X}$= 3.57, S.D.= 0.57), perceived behavioral controls ($\overline{X}$= 3.94, S.D.= 0.76) towards using cloth bags for shopping are high, and the average of consumer behavior using cloth bags within a month is low ($\overline{X}$= 9.15, S.D.= 8.59), 2) The social marketing communications which have influenced toward the attitude are Facebook) (β = .460) and YouTube (β = .157), 3.) The social marketing communications which have influenced toward the subjective norms are Facebook (β = .158) and Website (β = .141), 4.) The social marketing communication which has influenced towards the perceived behavioral control on using cloth bags for shopping is Twitter (β = .259), 5.) The social marketing communication which has influenced on consumer's behavioral towards using cloth bags for shopping is website (β =.163) and 6.) Perceived behavioral control has an influenced on consumer's behavioral towards using cloth bags for shopping (β =.278).

Keywords: Social Marketing, Online Marketing, Using Cloth Bags for Shopping

บทนำ

ถุงพลาสติก นับเป็นหนึ่งในนวัตกรรมที่ถูกคิดค้นขึ้นเมื่อ 50 ปีก่อน โดยจุดประสงค์ดั้งเดิมของการคิดค้นในครั้งนั้นเพื่อต้องการลดการตัดไม้ทำลายป่า เนื่องจากสมัยก่อนมนุษย์ได้ใช้ถุงกระดาษในการจับจ่ายสินค้ากันเป็นจำนวนมาก ทำให้การตัดไม้ทำลายป่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การคิดค้นถุงพลาสติกประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว ความนิยมในการหันมาใช้ถุงพลาสติกเพื่อนำมาใส่ของจึงมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเช่นกันในเวลาต่อมา เนื่องจาก

ถุงพลาสติกมีความแข็งแรง น้ำหนักเบา ทนทาน มีต้นทุนในการผลิตต่ำ ความต้องการจึงเพิ่มสูงขึ้น ก่อให้เกิดการผลิตถุงพลาสติกที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว (BBC News, 2019) และด้วยความเข้าใจที่ผิดบวกกับการใช้งานของถุงพลาสติกที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของผู้คิดค้น โดยมุ่งหวังว่ามนุษย์จะใช้ถุงพลาสติกใบเดิมซ้ำแล้วซ้ำเล่า แต่กลับกลายเป็นการใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง จึงทำให้ประเทศทั่วโลกเผชิญกับปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น ภาวะโลกร้อน เป็นต้น เพราะกระบวนการผลิตตลอดไปจนถึงกระบวนการทำลายถุงพลาสติก ล้วนเป็นขั้นตอนของการผลิตก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกินความจำเป็น ทำให้เกิดการขาดความสมดุลทางธรรมชาติ อีกทั้งยังทำลายชั้นบรรยากาศที่ทำหน้าที่เสมือนกระจกที่ปกคลุมผิวโลก อันเป็นสาเหตุทำให้อุณหภูมิของโลกสูงขึ้น และเป็นที่มาของการเกิดภาวะโลกร้อนในที่สุด (ศูนย์ภูมิอากาศ กรมอุตุนิยมวิทยา, 2562)

จากสาเหตุดังกล่าว ทำให้หลายๆ ประเทศหันมาให้ความสนใจในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น โดยมีการกำหนดมาตรการ เช่น การเพิ่มภาษีหรือการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการใช้ถุงพลาสติก รวมถึงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคหันมาใช้ถุงผ้าในการจับจ่ายสินค้าแทนการใช้ถุงพลาสติก แต่เนื่องจากประเทศไทยเรานั้นไม่ได้มีการออกกฎหมายควบคุม หรือการกำหนดมาตรการด้านการใช้ถุงพลาสติกอย่างเคร่งครัด อีกทั้งพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคยังไม่เป็นที่แพร่หลายและประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งการสร้างความเข้าใจและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นอาจมีประสิทธิภาพมากขึ้น หากผู้บริโภคได้รับข่าวสารด้านการรณรงค์การใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าได้อย่างถูกต้องและต่อเนื่อง

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าทั้งองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนได้เริ่มมีการจัดทำการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมด้านการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากขึ้น เพราะการตลาดเพื่อสังคมเป็นเครื่องมือการตลาดชนิดหนึ่งที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและมุ่งเน้นวิธีการแก้ไข เปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ ความเชื่อ อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548) จากงานวิจัยด้านการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมในอดีตที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นการรณรงค์ด้านการเลิกสูบบุหรี่ การรณรงค์ด้านการเลิกบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ล้วนพัฒนาคุณภาพชีวิตในสังคมให้ดียิ่งขึ้น (สิริสุดา สุยะลา, 2560) และด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี บวกกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ที่ผันมาสู่เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) อย่างเต็มรูปแบบ จึงทำให้การจัดทำการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมอยู่ในรูปแบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น เพราะนอกจากจะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วแล้ว ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมากขึ้นด้วย ในขณะเดียวกัน ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า รวมถึงการคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าอยู่ในระดับสูง ก็จะยิ่งช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการหันมาใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

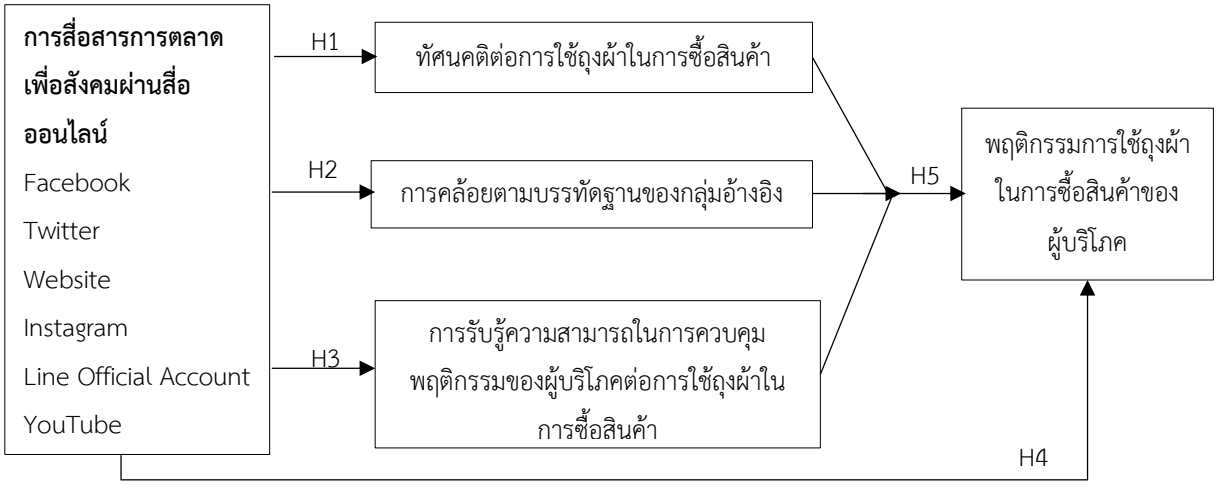
ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพื่อจะนำผลมาวิเคราะห์ถึงอิทธิพลของสื่อออนไลน์

ในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถนำมาเป็นประโยชน์ต่อองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ให้มีความเข้าใจถึงข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าและนำมาพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ทัศนคติต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า การคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า และพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อทัศนคติต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อ การคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค
5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค
6. เพื่อศึกษาอิทธิพลร่วมของทัศนคติต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า การคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคเพศชายและหญิง อายุระหว่าง 25-60 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) โดยทำการแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ด้านการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (MRA: Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

<u>การวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนา</u>

1) ข้อมูลทั่วไปพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง มีจำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 มีอายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และส่วนมากมีรายได้มากกว่า 35,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3

2) ข้อมูลที่แสดงถึงการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า

ตารางที่ 1 ข้อมูลการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า

เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เฟสบุ๊ค (Facebook)*	3.90	0.80
ทวิตเตอร์ (Twitter)*	2.20	1.17
อินสตาแกรม (Instagram)*	2.54	0.91
Line Official Account*	2.42	0.97
ยูทูป (YouTube)*	3.83	1.01
เว็บไซต์ (Website)*	2.47	1.06

หมายเหตุ: *มาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ

3) ข้อมูลที่แสดงถึงทัศนคติ การคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าและพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า

ตารางที่ 2 ข้อมูลทัศนคติ การคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า และพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า

ตัวแปรตาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ทัศนคติต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า*	4.20	0.54
การคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง*	3.57	0.57
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม*	3.94	0.76
พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า**	9.15	8.56

หมายเหตุ: *มาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ **จำนวนครั้งต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าต่อเดือน

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

สมมติฐานที่ 1 พบว่าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ทั้ง 6 รูปแบบ สามารถอธิบายการแปรผัน ได้ร้อยละ 33.9 (Adjusted R^2 = 0.339) และเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นๆ ให้คงที่แล้ว มีเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์สองรูปแบบที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ เฟสบุ๊ค (Facebook) (β = .460) และ ยูทูป (YouTube) (β = .157)

สมมติฐานที่ 2 พบว่าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ทั้ง 6 รูปแบบ สามารถอธิบายการแปรผัน ได้ร้อยละ 6.3 (Adjusted R^2 = 0.063) และเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นๆ ให้คงที่แล้ว มีเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์สองรูปแบบที่มีอิทธิพลต่อการคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ เฟสบุ๊ค (Facebook) (β = .158) และ เว็บไซต์ (Website) (β = .141)

สมมติฐานที่ 3 พบว่าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ทั้ง 6 รูปแบบ สามารถอธิบายการแปรผันได้ร้อยละ 4.3 (Adjusted R^2 = 0.043) และเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นๆ ให้คงที่แล้ว มีเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพียงเครื่องมือเดียว คือ ทวิตเตอร์ (Twitter) (β = .259) ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4 พบว่าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ทั้ง 6 รูปแบบ สามารถอธิบายการแปรผันได้ร้อยละ 1.8 (Adjusted R^2 = 0.018) และเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นๆ ให้คงที่แล้ว มีเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพียงเครื่องมือเดียว คือ เว็บไซต์ (Website) (β = .163) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 5 พบว่าเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นๆ ให้คงที่ มีเพียงตัวแปรอิสระเพียงตัวเดียว คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้า (β = .278) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจกลุ่มของตัวแปรอิสระ สามารถอธิบายการแปรผันของพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า ได้ร้อยละ 7.2 (Adjusted R^2 = 0.072)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ในส่วนของการอภิปรายผล ผู้วิจัยได้อภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ทัศนคติ การคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า และพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เฟสบุ๊ค (Facebook) ($\overline{X}$= 3.90, S.D.= 0.80) และยูทูป (YouTube) ($\overline{X}$= 3.83, S.D.= 1.01) ในระดับมาก ส่วนการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์อื่นๆ เช่น อินสตาแกรม (Instagram) ($\overline{X}$= 2.54, S.D.= 0.91), เว็บไซต์ (Websites) ($\overline{X}$= 2.47, S.D. =1.06), Line Official Account ($\overline{X}$= 2.42, S.D.= 0.97) และ ทวิตเตอร์ (Twitter) ($\overline{X}$= 2.20, S.D.= 1.17) อยู่ในระดับน้อย กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า ($\overline{X}$= 4.20, S.D.= 0.54) การคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ($\overline{X}$= 3.57, S.D.= 0.57) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$= 3.94, S.D.= 0.76) โดยมีพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าต่อเดือนในจำนวนน้อยครั้ง ($\overline{X}$= 9.15, S.D.= 8.59) ซึ่งจากการวิจัยผู้วิจัยสามารถรับรู้ถึงระดับของการเปิดรับข่าวสาร เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะการเปิดรับการรณรงค์เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ที่จัดทำโดยองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนยังไม่มากพอ อีกทั้งเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่นำมาใช้ รวมถึงเนื้อหาในการนำเสนอยังไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมและวัตถุประสงค์ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่ง พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2547) ได้กล่าวว่า ในการนำเสนอแนวทางการตลาดเพื่อสังคมนั้น จะต้องเป็นลักษณะของการให้ข้อมูลถึงประโยชน์ และอาจจะต้องใช้ระยะเวลานานกว่าที่ผู้บริโภคจะเห็นถึงประโยชน์ที่นำเสนอ ซึ่งการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้านั้น อาจจะต้องใช้ระยะเวลาในการรณรงค์ให้มีความต่อเนื่อง เพื่อที่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายจะได้มีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ มากไปกว่านั้น อิทธิวัฒน์ รัตนพองบู่ (2555) ยังได้กำหนดลักษณะสำคัญของการตลาดออนไลน์ว่าเป็นการทำตลาดเฉพาะเจาะจง ซึ่งหมายความว่าในการเข้าสู่ฐานข้อมูลออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้น ล้วนมีจุดประสงค์ของการเข้าไว้อยู่ก่อนแล้ว ว่าต้องการอะไร ต้องการหาข้อมูลด้านใด ซึ่งถ้าหากกลุ่ม

ผู้บริโภคเป้าหมายไม่ได้มีเจตนาที่จะค้นหาข้อมูลด้านการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้ามาก่อน การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการรณรงค์การใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าก็จะไม่ได้รับความสนใจเช่นกัน

2. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อทัศนคติต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค พบว่า เฟสบุ๊ค (Facebook) และ ยูทูป (YouTube) มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า เนื่องจากว่าสื่อออนไลน์ทั้งสองรูปแบบนี้ค่อนข้างเป็นที่นิยมมากที่สุด เพราะสามารถเข้าถึงได้ง่าย น่าสนใจ และไม่ซับซ้อน โดยการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) นั้นจะอยู่ในรูปแบบของรูปภาพ ในส่วนของยูทูป (YouTube) จะเป็นการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านรายการข่าว โฆษณา วิดีโอ และซีรี่เป็นจำนวนบ่อยครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริสุดา สุยะลา (2560) ที่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของการรณรงค์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการออมเงินยามเกษียณของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการรณรงค์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบ เฟสบุ๊ค (Facebook) และยูทูป (YouTube) อยู่ในระดับมากสุด อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2562) ที่ระบุว่าประชากรส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงที่สุด ในส่วนของเฟสบุ๊ค (Facebook) และ ยูทูป (YouTube) เป็นสื่อออนไลน์ยอดนิยมใน 3 อันดับแรกของคนไทยในยุคนี้ นอกจากนี้การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุดนั้น องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องมีการกำหนดรูปแบบการตลาดออนไลน์ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่ารูปแบบการตลาดออนไลน์ระหว่างธุรกิจสู่ผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) และ การตลาดออนไลน์ระหว่างองค์กรภาครัฐไปยังผู้บริโภค (Government to Consumer: G to C) ที่นำเสนอโดย นันทสารี สุขโต และคณะ (2555) และ นธกฤต วันต๊ะเมล์ (2557) มีความสอดคล้องกับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้ามากที่สุด เพราะเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง ทำให้การรับส่งข่าวสารด้านการรณรงค์ การประชาสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนสามารถเชื่อมกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้ทันทีโดยไม่มีระยะเวลากำหนด อีกทั้งการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมที่มีการดำเนินการรณรงค์อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนทางความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม หรือ ทัศนคติต่อพฤติกรรม ซึ่ง วุฒิ สุขเจริญ (2559) ได้อธิบาย ทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมหมายถึง ความเชื่อว่าการกระทำหรือพฤติกรรมนั้นดีหรือไม่ดี หากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้รับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยการหันมาใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้านั้นมีข้อดีและให้ประโยชน์กับตนมากน้อยเพียงไร อาจนำมาสู่การเพิ่มทัศนคติเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

3. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อการคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค พบว่า เฟสบุ๊ค (Facebook) และเว็บไซต์ (Website) มีอิทธิพลต่อการคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง สอดคล้องกับ อิทธิวัฒน์ รัตนพองบู่ (2555) ภาวุธ พงษ์วิทย

ภานุ (2551) และ ณัฐพล ใยไพโรจน์ (2562) ที่ร่วมกันอธิบายเครื่องมือการสื่อสารการตลาดสองรูปแบบนี้ว่า เฟสบุ๊ค (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดทั่วโลก เป็นตัวกลางในการแจ้งข่าวสาร โปรโมชั่น และสามารถเชื่อมโยงบุคคลหรือกลุ่มสังคมหลายๆ กลุ่มที่มีความสนใจหรือมีความชอบคล้ายๆ กัน ให้สื่อสารและเชื่อมโยงถึงกันได้โดยผ่านข้อความ การโพสต์รูปภาพ วิดีโอ วิดีโอการ์ตูนกราฟิก หรือการพูดคุยกันสดๆ ผ่าน Live ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารจากบุคคลหนึ่งกระจายออกไปยังบุคคลอื่นในวงกว้าง เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานง่าย ครองใจผู้คนในทุก Generation ยิ่งไปกว่านั้น เฟสบุ๊ค (Facebook) มีการพัฒนาระบบใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ใช้งานไม่รู้สึกเบื่อและสนุกต่อการใช้งานในแต่ละครั้ง เว็บไซต์ (Website) คือ สื่อออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีมาอย่างช้านาน เป็นช่องทางการสื่อสารการตลาดที่สำคัญในการสร้างการรับรู้ข่าวสารการรณรงค์จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือบุคคลทั่วไปได้เป็นอย่างดี องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนสามารถผลักดัน ส่งเสริมการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ หากนำบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลเหนือกลุ่มเป้าหมาย มาเป็นตัวแทนการรณรงค์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าผ่านเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ให้มากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Fishbein and Ajzen (2010) ที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนว่า การกระทำพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากความเชื่อ 3 ประการ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative Belief) ซึ่งเป็นความเชื่อที่เกิดจากการที่บุคคลได้เห็นหรือรับรู้ว่าบุคคลที่มีความสำคัญหรือมีความเกี่ยวข้อง ที่เรียกว่า บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ได้กระทำพฤติกรรมนั้น จะมีแนวโน้มที่คล้อยตามและกระทำตามพฤติกรรมดังกล่าวสูงขึ้น

4. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค พบว่า ทวิตเตอร์ (Twitter) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค สอดคล้องกับ อิทธิวัฒน์ รัตนพองบู่ (2555) ภาวุธ พงษ์วิทยภานุ (2551) และ ณัฐพล ใยไพโรจน์ (2562) ที่ได้ร่วมกันอธิบายเครื่องมือการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ทวิตเตอร์ (Twitter) ว่า เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังเริ่มเป็นที่นิยม และมีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งทำหน้าที่ให้บริการสมาชิกในรูปแบบของ Blogger ขนาดสั้น เน้นการสื่อสารในรูปแบบของข้อความแบบเรียลไทม์ (Real-time) ซึ่งข้อความส่วนมากจะเกี่ยวเนื่องกับประเด็นร้อน เรื่องเด่น ของกระแสสังคมในปัจจุบัน และการรณรงค์การใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้านั้นถือเป็นหนึ่งในประเด็นที่ถูกพูดถึงมากที่สุดตั้งแต่ปลายปีที่ผ่านมาในสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรัตน์ เชาว์ไว (2560) ที่ได้ทำการศึกษาแนวทางการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพื่อลดพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของเยาวชนชาย ในระดับอุดมศึกษา ผลของการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับข่าวสารการณรงค์พฤติกรรมเสี่ยงทางเพศผ่าน ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นอันดับสองรองลงมาจาก เฟสบุ๊ค (Facebook) โดยกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นว่าการเปิดรับข่าวสารด้านการรณรงค์ต่างๆ

ควรอยู่ในรูปแบบข้อความสั้นๆ กระชับ เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนและเป็นข้อมูลที่ให้แง่คิดผ่านข้อความตลกๆ เป็นที่น่าติดตามมากกว่าข้อมูลเชิงบทความ

5. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค พบว่า เว็บไซต์ (Website) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค สอดคล้องกับ อิทธิวัฒน์ รัตนพองบู่ (2555) ภาวุธ พงษ์วิทยภานุ (2551) และ ณัฐพล ใยไพโรจน์ (2562) ที่ได้ร่วมกันอธิบายถึงเครื่องมือการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์เว็บไซต์ (Website) ว่า คือ การบริการของระบบอินเทอร์เน็ต ที่เป็นที่นิยมอย่างมากในผู้นิยมโลกออนไลน์ โดยเฉพาะองค์กรหรือหน่วยงานที่ต้องการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเว็บไซต์ทั่วไปจะเปิดให้บริการฟรี และมีข้อมูลการนำเสนอข่าวสารที่ค่อนข้างหลากหลาย ผ่านข้อความ ภาพกราฟิกสวยงามทันสมัยและมีการแสดงผลทางภาพ เสียง การเคลื่อนไหวอย่างสมจริง รวมถึงเครื่องมือช่วยค้นหาซึ่งเป็นการใช้งานที่ง่ายและรวดเร็ว อีกทั้งเว็บไซต์เป็นสื่อออนไลน์อันดับแรกๆที่มีมาอย่างช้านาน การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้านับว่าเป็น การรณรงค์ที่ริเริ่มกันมานานแล้ว หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนมักมีการนำเสนอข้อมูลต่างๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ การจัดโปรโมชั่นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเปิดรับข่าวสารผ่านเครื่องมือการสื่อสารการตลาดในรูปแบบนี้ได้มากกว่าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ในรูปแบบอื่นๆ

6. อิทธิพลร่วมของทัศนคติต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า การคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค สอดคล้องกับแนวคิดของ Fishbein และ Ajzen (2010) ผู้คิดค้นทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยมีปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สามารถมีอิทธิพลทั้งต่อความตั้งใจและพฤติกรรมได้โดยตรง เป็นการรับรู้ความยากง่ายของบุคคลต่อการกระทำปฏิบัติพฤติกรรมนั้นๆ และขึ้นอยู่กับความเชื่อเกี่ยวกับการควบคุม ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ เช่น ประสบการณ์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับพฤติกรรมนั้นๆ การสังเกตจากประสบการณ์คนคุ้นเคย ต้นทุนที่อาจเกิดขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังนั้นถ้ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารที่มากพอ สามารถรับรู้ถึงประโยชน์และข้อดีต่อการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า รวมถึงการจัดหาถุงผ้ามาใช้เพื่อซื้อสินค้าได้อย่างง่าย พฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าย่อมเป็นไปในทิศทางบวกมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ผลจากงานวิจัยครั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ เป็นแนวทางในการจัดทำแคมเปญการรณรงค์การใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการกำหนด

ข้อกฎหมายและการจัดตั้งมาตรการให้มีความเคร่งครัด ที่สามารถนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อไปได้

2. หน่วยงานภาคเอกชน สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยครั้งนี้เพื่อนำไปต่อยอด คิดค้นการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด หรือการจัดทำการตลาดโดยมุ่งเน้นด้านการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมทางการตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้า รวมถึงการสร้างแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น การทำโปรโมชั่นที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าโดยใช้ถุงผ้า อีกทั้งควรมีการจัดทำการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง และเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ให้มีความหลากหลายเพื่อจะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

3. ด้านการรณรงค์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ควรมีการเพิ่มความถี่ของการโพสต์ข้อมูลข่าวสารด้านการณรงค์การใช้ถุงผ้าในการซื้อสินค้าผ่านเฟสบุ๊ค (Facebook), ยูทูป (YouTube) และ ทวิตเตอร์ (Twitter) ให้มากขึ้น และการนำเสนอควรอยู่ในรูปแบบข้อความสั้น กระชับ หรือเป็นวิดีโอ วิดีโอกราฟิก ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ หรืออาจนำบุคคลที่มีชื่อเสียง มาร่วมรณรงค์และจัดทำคลิปวีดิโอเพื่อเพิ่มความดึงดูดให้แก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

4. สำหรับนักวิจัยที่มีความสนใจจะจัดทำงานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สามารถเปลี่ยนจากการใช้ถุงผ้าเป็นสิ่งทดแทนอื่นได้ เช่น การรณรงค์ด้านการใช้ถุงพลาสติกซ้ำ หรือการรณรงค์ลดรับหลอดพลาสติก โดยปรับช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง และเพิ่มการทำการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กันไปเพื่อให้เกิดผลการวิจัยเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ณัฐพล ใยไพโรจน์. 2562. *Digital Marketing Concept & Case Study*. พิมพ์ครั้งที่ 6. นนทบุรี : บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด

นธกฤต วันต๊ะเมล์. 2557. *การสื่อสารการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นันทสารี สุขโต และคณะ. 2555. *หลักการตลาด.* กรุงเทพมหานคร. เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.

พรทิพย์ สัมปัตตวนิช. 2547. *การตลาดเพื่อสังคม.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาวุธ พงษวิทยภานุ. 2551. *E-Marketing เจาะเทคนิคการตลาดออนไลน์.* กรุงเทพมหานคร: พงษวรินการพิมพ์.

วุฒิ สุขเจริญ. 2559. *พฤติกรรมผู้บริโภค.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จี.พี. ไซเบอร์พรินท์.

ศูนย์ภูมิอากาศกรมอุตุนิยมวิทยา. 2562. *ภาวะเรือนกระจก (Greenhouse effect).* (Online) Retrieved from http://climate.tmd.go.th/content/article/10, 20 กรกฎาคม 2562.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). 2562. *Thailand User Internet Profile 2018 รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561*. (Online). Retrieved from https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html, 1 สิงหาคม 2552

สิริสุดา สุยะลา. 2560. *อิทธิพลของการรณรงค์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการออมเงินยามเกษียณของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร.* ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุภาภรณ์ พลนิกร. 2548. *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : บริษัท โฮลิสติกพลับบลิชิ่ง จำกัด

อมรรัตน์ เชาว์ไว. 2560. *แนวทางการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพื่อลด พฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของเยาวชนชาย ในระดับอุดมศึกษา*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อิทธิวัฒน์ รัตนพองบู่. 2555. *E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์.* กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ วิตตี้ กรุ๊ป.

Ajzen, I. and Martin F. 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, United States of America: Prentice-Hall.

BBC News. 2019. *สิ่งแวดล้อม: ชายผู้คิดค้นถุงพลาสติกกับความตั้งใจรักษาโลก.* (Online) Retrieved from https://www.bbc.com/thai/features-50263671), 24 ธันวาคม 2562.

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิล ไปยังประเทศญี่ปุ่น

Factors affecting the export of Brazilian instant coffee to Japan

พงษ์พิชัย ทองนวล*

Pongpichai Thongnual*

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Business Economics Faculty of Economics University of the Thai Chamber of Commerce*

อีเมล์ : **pongpichai.economist@gmail.com**

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศญี่ปุ่น ราคากาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิล ราคากาแฟสำเร็จรูปของประเทศโคลอมเบีย ซึ่งศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเป็นรายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2539 ถึง ไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2560 รวมทั้งสิ้น 85 ไตรมาส โดยการใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) มาทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการศึกษาพบว่า ราคากาแฟเร็จรูปของประเทศบราซิล มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่นที่ระดับนัยยะความสำคัญ 0.01 ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศญี่ปุ่น และราคากาแฟสำเร็จรูปของประเทศโคลอมเบีย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่น ที่ระดับนัยยะความสำคัญ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ในด้านค่าความยืดหยุ่นพบว่า ค่าความยืดหยุ่นของราคากาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลมีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่ากาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลเป็นสินค้าที่ความยืดหยุ่นต่ำ (Inelastic) ในด้านของอุปสงค์ต่อรายได้พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศญี่ปุ่นมีค่าเป็นบวก และมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่ากาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลเป็นสินค้าปกติและสินค้าฟุ่มเฟือย ส่วนความยืดหยุ่นของสินค้าอื่น พบว่าราคากาแฟสำเร็จรูปของประเทศโคลอมเบียมีค่าเป็นบวก แสดงว่ากาแฟสำเร็จรูปของประเทศโคลอมเบียเป็นสินค้าทดแทนกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิล

Abstract

The purpose of this study is to study affecting factors on Brazilian instant coffee export quantity to Japan. Using the Ordinary Least Squares (OLS) method with relevant time series. Secondary data in quarter is from the second quarter of 1996 to the second quarter of 2017; a total of 85 quarters.

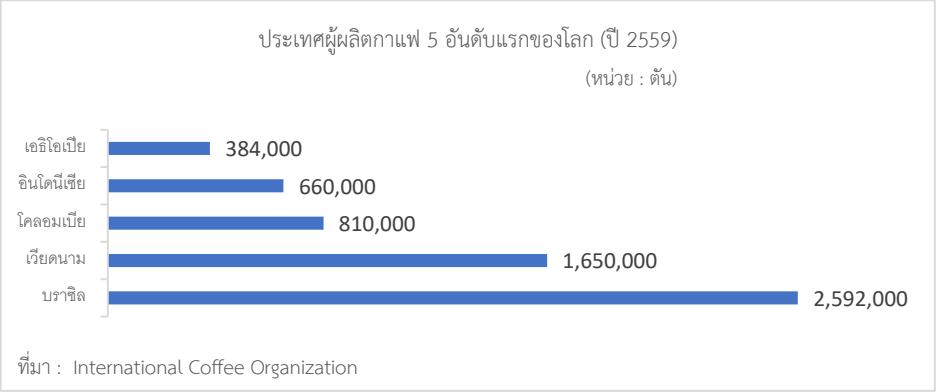
The result shows that Brazilian instant coffee price is in the opposite direction at 0.01 level of statistical significance. On the other hand, Japan's GDP and Colombian instant coffee price are in the same direction at 0.01 and 0.05 level of statistical significance respectively.

The elasticity of Brazilian instant coffee export price is less than 1 showing that Brazilian instant coffee is Inelastic. The elasticity of Japan's GDP is more than 1 showing that Brazilian instant coffee is a normal goods and luxury goods. On the other hand, the elasticity of Colombian instant coffee price is minus showing that Colombian instant coffee is substitute goods.

บทนำ

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในช่วงเวลาที่ผ่านมา นอกจากนี้กาแฟยังเป็นพืชเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก ดังนั้นกาแฟจึงเป็นสินค้าเกษตรอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญในการค้าระหว่างประเทศ หากพิจารณาในแง่ของการผลิต จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่าประเทศบราซิลเป็นผู้ผลิตกาแฟเป็นอันดับหนึ่งของโลก ด้วยปริมาณการผลิตกาแฟประมาณ 2,592,000 ตัน ในปี 2559 โดยร้อยละ 70 ของผลผลิต เป็นกาแฟพันธุ์อาราบิก้า ส่วนผู้ผลิตที่มีผลผลิตกาแฟรองลงมาคือเวียดนาม โดยร้อยละ 95 ของผลผลิต เป็นกาแฟพันธุ์โรบัสต้า อย่างไรก็ตามหากพิจารณาที่ความมีชื่อเสียงของกาแฟพบว่าหลายประเทศ อาทิเช่น อินโดนีเซีย เอธิโอเปีย เยเมน และเคนยา แม้มีปริมาณผลผลิตน้อยกว่าประเทศผู้ผลิตหลักอย่างบราซิล แต่ก็ถือเป็นแหล่งเพาะปลูกกาแฟที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงเป็นอันดับต้นๆ ของโลก[1]

[1] ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าของประเทศไทย, แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสำคัญในตลาดกาแฟโลก, (ออนไลน์) แหล่งเข้าถึงข้อมูล: http://www.exim.go.th/eximenews/enews_october2015/enews_october2015_tip.html (14 เมษายน 2662).



ภาพที่ 1 ประเทศผู้ผลิตกาแฟ 5 อันดับแรกของโลก (ปี 2559)

เมื่อพิจารณาในด้านการบริโภค จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าประเทศที่บริโภคกาแฟสูงที่สุดโดยคิดตามมูลค่าการนำเข้าในปี พ.ศ. 2560 ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้า 6,300 ล้านดอลล่าร์สหรัฐ อันดับสองได้แก่เยอรมัน ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้า 3,500 ล้านดอลล่าร์สหรัฐ ส่วนประเทศในเอเชีย ประเทศที่บริโภคกาแฟสูงที่สุดในเอเชียได้แก่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าสูงถึง 1,400 ล้านดอลล่าร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2560



ภาพที่ 2 15 อันดับประเทศที่นำเข้าแฟสูงที่สุดในโลก (ปี 2560)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่ากาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในการค้าระหว่างประเทศ โดยมีประเทศบราซิลเป็นผู้ผลิตกาแฟรายใหญ่ที่สุดของโลก และประเทศที่ที่มีการบริโภคกาแฟสูงที่สุดในเอเชียได้แก่

ประเทศญี่ปุ่น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่น

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลา (Time Series) และใช้วิธีทางเศรษฐมิติในการศึกษา วิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนาเบื้องต้น และใช้สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) มาประมาณค่าสัมประสิทธิของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares : OLS) ซึ่งในการเขียนสมการโดยสามารถใช้แบบจำลองของสมการถดถอยเชิงซ้อนของการสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่น แสดงได้ดังนี้

$$Q = B_0 + B_1GDP_t + B_2REER_t + B_3PRICE_t + B_4PRICECOMPET_t + U$$

B_0 คือ ค่าสัมประสิทธิคงที่หรือสัมประสิทธิ์จุดตัดแกนตั้ง (Intercept term)

B_i คือ ค่าสัมประสิทธิของตัวแปรอิสระที่แสดงถึงร้อยละของการเปลี่ยนแปลง เมื่อตัวแปรอิสระเปลี่ยนแปลงไปจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลง หรือเรียกอีกอย่างว่า สัมประสิทธิ์ความชัน (Slope term)

U คือ ค่าความคลาดเคลื่อน (Error term) หรือค่า Residuals หรือ E ($\boldsymbol{\varepsilon}$) = 0

Q คือ ปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่น (หน่วย: กิโลกรัม)

GDP_t คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศญี่ปุ่น (หน่วย: พันล้านเยน)

$REER_t$ คือ ดัชนีค่าเงินเยนที่แท้จริง

$PRICE_t$ คือ ราคากาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิล (หน่วย: เยน)

$PRICECOMPET_t$ คือ ราคากาแฟสำเร็จรูปของประเทศโคลอมเบีย (หน่วย: เยน)

โดยรายละเอียดขั้นตอนในการศึกษามีดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทดสอบตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกันในระดับสูง (Serious multicollinearity) โดยพิจารณาจาก Correlation matrix ของตัวแปรอิสระทั้งหมด แล้วพิจารณาค่าของ Correlation ระหว่างตัวแปรต้องไม่เกินค่าตั้งแต่ +0.80 ถึง +1.00 หรือตั้งแต่ -0.80 ถึง -1.00 ซึ่งหากตัวแปรมีค่า Correlation เกินค่าดังกล่าว แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูง เกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกันในระดับสูง และจะแก้ไขปัญหาโดยตัดตัวแปรอิสระทีมีความสัมพันธ์กันเองออก

ตารางที่ 1 การตรวจสอบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกันในระดับสูงหรือไม่

	$lnGDP_t$	$lnPRICE_t$	$lnPRICECOMPET_t$	$lnREER_t$
$lnGDP_t$	1	-0.175515231	0.581390983	**-0.856409076**
$lnPRICE_t$	-0.175515231	1	0.10331764	-0.15210182
$lnPRICECOMPET_t$	0.581390983	0.10331764	1	-0.618459573
$lnREER_t$	**-0.856409076**	-0.15210182	-0.618459573	1

จากตารางที่ 1 พบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกันในระดับสูง ได้แก่ตัวแปรอิสระ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศญี่ปุ่นและดัชนีค่าเงินเยนที่แท้จริง ผู้ศึกษาจึงทำการแก้ไขปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกันในระดับสูง (Serious multicollinearity) โดยการตัดตัวแปรดัชนีค่าเงินเยนที่แท้จริงออก เมื่อตัดตัวแปรดัชนีค่าเงินเยนที่แท้จริงออกพบว่าไม่มีค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระคู่ใดๆเลย ที่มีค่ามากกว่า 0.8 นั่นคือตัวแปรอิสระในแบบจำลองไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกันในระดับสูง

ขั้นตอนที่ 2 การทดสอบปัญหาเรื่องความแปรปรวนของตัวแปร (Heteroskedasticity) ของ Error term โดยพิจารณาจาก White Heteroskedasticity โดยใช้แบบมี No Cross-terms เนื่องจากไม่ใช่กลุ่มขนาดใหญ่ซึ่งหากพบปัญหา Heteroskedasticity แก้ปัญหาโดยใช้ White correction standard error

ตารางที่ 2 การทดสอบปัญหาเรื่องความแปรปรวนของตัวแปร ของ Error term

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	2.682253	Prob. F(3,81)	**0.0522**
Obs*R-squared	7.681071	Prob. Chi-Square(3)	0.0531
Scaled explained SS	14.3454	Prob. Chi-Square(3)	0.0025

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่า Prob. F(3,81) = 0.0522 มากกว่า ระดับนัยสำคัญ ($\propto$) 0.01 แสดงว่า แบบจำลองนี้ความแปรปรวนของ Error term คงที่ (ไม่เกิด Heteroscedasticity)

ขั้นตอนที่ 3 การทดสอบปัญหาเรื่องสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ของ Error term และพิจารณาจาก Breusch-Godfrey test สามารถเลือกจำนวน lag ในการทดสอบได้ตามความต้องการ โดยข้อมูลที่สุ่มทดสอบเป็นแบบรายไตรมาส หากพบปัญหา Autocorrelation จะแก้ปัญหาโดยใช้ Newey-West correction standard error

ตางรางที่ 3 การทดสอบปัญหาเรื่องสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation)

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	1.832496	Prob. F(2,79)	0.1667
Obs*R-squared	3.768517	Prob. Chi-Square(2)	0.1519

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่า Prob ของ Prob. Chi-Square (2) มากกว่า ระดับนัยสำคัญ ($\propto$) 0.01 แสดงว่า แบบจำลองนี้ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อน (Autocorrelation)

ขั้นตอนที่ 4 เมื่อทดสอบปัญหาของตัวแปรตามขั้นตอนที่ 1-4 จนไม่พบปัญหาใดๆ แล้ว ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลอนุกรมเวลาของตัวแปร ไปวิเคราะห์ผลในโปรแกรม Eviews และผู้ศึกษาจะสร้างแบบจำลองพยากรณ์ โดยใช้สมการที่ได้จากการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares : OLS) เพื่อกำหนดทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งหากเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระเป็นบวก แสดงว่าตัวแปรตามกับตัว

แปรอิสระมีความสัมพันธ์ในทางทิศทางเดียวกัน ในทางกลับกันหากเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระเป็นลบ แสดงว่าตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ในทางทิศทางตรงกันข้าม แล้วจึงดำเนินการเขียนสมการอธิบายความสัมพันธ์ ตีความค่าสัมประสิทธิ์ และค่า R-squared

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่นโดยโปรแกรม Eviews

Dependent Variable: LOG(Q)
Method: Least Squares
Date: 11/17/19 Time: 12:48
Sample: 1996Q2 2017Q2
Included observations: 85

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-31.04647	7.329054	-4.236081	0.0001
LOG(GDP_JP)	3.63681	0.561507	6.476875	0.0000
LOG(PRICE_BR)	-0.621131	0.121429	-5.115171	0.0000
LOG(PRICE_CO)	0.18067	0.073749	2.449787	0.0165

R-squared	0.637332	Mean dependent var	13.69729
Adjusted R-squared	0.6239	S.D. dependent var	0.319315
S.E. of regression	0.195826	Akaike info criterion	-0.37726
Sum squared resid	3.10618	Schwarz criterion	-0.26232
Log likelihood	20.03367	Hannan-Quinn criter.	-0.33103
F-statistic	47.44832	Durbin-Watson stat	1.392357
Prob(F-statistic)	0		

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์สมการปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่น ตามแบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธีกาลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square) แสดงผลในรูป Natural Log ได้ดังนี้

$\ln Q = -31.04647 + 3.63681 \ln GDP_t - 0.621131 \ln PRICE_t + 0.18067 \ln PRICECOMPET_t + U$

se	(7.329054)	(0.561507)	(0.561507)	(0.121429)
t-Statistic	(-4.236081)	(6.476875)	(-5.115171)	(2.449787)
p-value	(0.0001)	(0.000)***	(0.000)***	(0.0165)**
	N=85	R^2=0.637332		

หมายเหตุ * นัยสำคัญที่ร้อยละ 10 ** นัยสำคัญที่ร้อยละ 5 *** นัยสำคัญที่ร้อยละ 1

จากการประมาณค่าสมการข้างต้น ผลการทดสอบพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวกำหนด (R^2) เท่ากับ 0.637332 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศญี่ปุ่น ราคากาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิล และราคากาแฟสำเร็จรูปของประเทศโคลอมเบีย สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ 63.73% และจากการทดสอบข้อมูลพบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปร เป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่นอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ โดยที่ราคากาแฟเร็จรูปของประเทศบราซิลมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่นที่ระดับนัยยะความสำคัญ 0.01 ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศญี่ปุ่น และราคากาแฟสำเร็จรูปของประเทศโคลอมเบีย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลไปยังประเทศญี่ปุ่น ที่ระดับนัยยะความสำคัญ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

และจากการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่น จากการประมาณค่าสมการพบว่า ค่าค่าสัมประสิทธ์ของราคากาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลมีค่า -0.621131 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่ากาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลเป็นสินค้าที่ความยืดหยุ่นต่ำ (Inelastic) ในด้านของอุปสงค์ต่อรายได้พบว่า ค่าสัมประสิทธ์ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศญี่ปุ่นมีค่า 3.63681 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่ากาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลเป็นสินค้าปกติและสินค้าฟุ่มเฟือย ส่วนความยืดหยุ่นของสินค้าอื่น พบว่าค่าสัมประสิทธ์ของราคากาแฟสำเร็จรูปของประเทศโคลอมเบียมีค่า 0.18067 ซึ่งมีค่าเป็นบวกแสดงว่ากาแฟสำเร็จรูปของประเทศโคลอมเบียเป็นสินค้าทดแทนกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิล

ข้อเสนอแนะ

กาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาต่ำในตลาดประเทศญี่ปุ่นดังนั้นการใช้กลยุทธ์ด้านราคาจึงไม่สามารถกระตุ้นยอดขายได้มากนัก และจากการศึกษาพบว่ากาแฟจากประเทศบราซิลเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion) แทน ถึงแม้ว่า

กาแฟสำเร็จรูปของประเทศโคลอมเบียเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทน หรือคู่แข่งของกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิล แต่ถึงอย่างไรก็ตามอัตราการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาคู่แข่งมีความยืดหยุ่นต่ำ (Inelastic) กาแฟสำเร็จรูปของประเทศโคลอมเบียจึงไม่ได้เป็นคู่แข่งที่น่ากลัวของกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิล นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นอีกว่า ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมีความภักดีต่อกาแฟสำเร็จรูปของประเทศบราซิลอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

ธรรณพ ศุภกิจ. (2543). การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของกาแฟในประเทศไทย, (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วัญกมล ดอนขวา. (2550). การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของเมล็ดกาแฟในประเทศไทย. (รายงานผลการวิจัย). นครราชสีมา: มหาวิทยาเทคโนโลยีสุรนารี.

Atmadji, E., Sri Astuti S.A.,E.,& Suhardiman, Y.H. (2018). Comparison analysis of imported coffee of Malaysia from Indonesia and Vietnam. Economic Journal of Emerging Markets, 10(1), 93-98.

Daloonpate, A.,& Gebrehiwot, W. (2012). Demand Analysis of Ethiopian Coffee in Japan. Kasetsart J. (Soc. Sci), 33, 142-151.

ผลกระทบของการจัดการความรู้ที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม
The Impact of Knowledge Management on Production Efficiency in an Industrial Factory

หัตถชัย สามารถ[1]*
Hattachai Samart[1]*
นิสิตโครงการบัณฑิตศึกษา สาขาบริหารธุรกิจ(ภาคปกติ) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์[1]*
Graduate Student, Regular MBA Program, Faculty of Business Administration, Kasetsart University[1]*
e-mail: hattachai.sa@ku.th

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หฤทัย นำประเสริฐชัย[2]
Assistant Professor Haruthai Numprasertchai[2], Ph.D.
ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์[2]
Department of Management, Faculty of Business Administration, Kasetsart University[2]
e-mail: haruthai.p@ku.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการความรู้ที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม การศึกษาใช้ขั้นตอนการจัดการความรู้ 4 ขั้นตอนดังนี้ 1.การถ่ายทอดความรู้ 2.การสร้างองค์ความรู้ 3.การจัดเก็บความรู้ 4.การประยุกต์ความรู้ เพื่อสร้างเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการทดลอง เปรียบเทียบผลกระทบของการจัดการความรู้ที่มีต่อองค์ประกอบประสิทธิภาพตามทฤษฎีของ Peterson and Plowman โดยวัดจากต้นทุนการดำเนินงาน คุณภาพของการปฏิบัติงาน ปริมาณงาน เวลาในการปฏิบัติงาน ก่อนและหลังการทดลอง และใช้วิธีการ Data Envelopment Analysis (DEA) ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการผลิต จากผลการทดลองพบว่า ต้นทุนการดำเนินงานลดลง 3.1% ชิ้นงานเสียลดลง 15.32% ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้น 3.05% เวลาในการปฏิบัติงานลดลง 3.05% และ ช่วงเวลารอคอย ลดลง 25.59% ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าประสิทธิภาพการผลิตโดยรวมของสายการผลิตเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลกระทบจากการจัดการความรู้

คำสำคัญ : การจัดการความรู้ ประสิทธิภาพการผลิต โรงงานอุตสาหกรรม

Abstract

The objective of this research was to study the impact of knowledge management on production efficiency in an industrial factory. The study applies knowledge management of 4 processes: 1. Knowledge Transfer, 2. Knowledge Creation, 3. Knowledge Storage, and 4. Knowledge Application, to create a research tool used in the experiment. A comparison of knowledge management impacts on efficiency components based on the Peterson and Plowman's theory before and after the experiment was conducted. The measurement used for a before-and-after comparison included operational costs, quality and quantity of work, and operating time. Data Envelopment Analysis (DEA) was also utilized for production efficiency analysis. From the results, it was found that costs decreased by 3.1%, defects decreased by 15.32%, productivity increased by 3.05%, operating time decreased by 3.05%, and waiting time decreased by 25.59%. Therefore, it can be concluded that the overall production efficiency of the production line had been increased, which was the impact of knowledge management.

Keywords : Knowledge Management, Production Efficiency, Industrial

บทนำ

โรงงานอุตสาหกรรมในประเทศไทยมีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นแหล่งจ้างงานของแรงงานไทยกว่า 4,009,337 คน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2561) ซึ่งแรงงานเหล่านี้ต้องใช้ประสบการณ์การทำงาน และความชำนาญในวิชาชีพ ทั้งยังมีแนวโน้มสูงที่จะต้องใช้ทักษะภาษาต่างประเทศในการสื่อสารอันเนื่องมาจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Association of Southeast Asian Nation, 2015) การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ส่งผลกระทบให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีในกลุ่มประเทศสมาชิก ทำให้มีอัตราการหมุนเวียนของแรงงานสูง ง่ายต่อการเปลี่ยนงาน ในสถานการณ์ที่พนักงานมีอัตราการหมุนเวียนสูง ถ้าไม่มีการจัดการความรู้ การถ่ายโอนความรู้ และจัดเก็บความรู้ไว้ในหน่วยความจำขององค์กร จะทำให้องค์กรต้องเผชิญกับการสูญเสียต้นทุนมนุษย์ ซึ่งอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการผลิต และประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานที่เหลือ (Reddy, 2004)

การจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพจะทำให้พนักงานและองค์กร สามารถนำความรู้ไปพัฒนาและนำไปใช้ได้อย่างมีคุณค่า สามารถทำได้โดยการจัดการความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ของพนักงานระดับบุคคล (Yang, 2004, and Kim and Lee, 2013) ซึ่งหมายถึงกระบวนการสร้าง การจัดหา การจัดเก็บ และประยุกต์ใช้ความรู้ (Nonaka and Takeuchi, 1995, and Rowley, 2000) ปัจจุบันในประเทศไทยมี

วรรณกรรม งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ออกมามากมาย ทั้งในอุตสาหกรรมการบริการซึ่งการจัดการความรู้มีส่วนสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ (สมจิตร์ สุวรักษ์, 2554) และการทำการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ในโรงงานอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการเห็นถึงความสำคัญของการจัดการความรู้

เมื่อกล่าวถึงอุตสาหกรรมจึงควรคำนึงถึง อุตสาหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เนื่องจาก SMEs ถือว่าเป็นกลุ่มของผู้ประกอบการที่มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็น 99.79% เมื่อเทียบกับวิสาหกิจทั้งหมดของทั้งประเทศ และมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2562) จากที่ผ่านมารัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมและพัฒนา SMEs หรือ START UP เป็นอย่างมาก ซึ่งแม้ว่ารัฐบาลจะได้ทุ่มเทงบประมาณจำนวนมหาศาล ตลอดจนได้มีการแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของ SMEs แล้วก็ตาม แต่ SMEs ในปัจจุบันจำนวนมาก ก็ยังประสบปัญหาต่างๆ ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

จากการศึกษาพบว่าในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ในผู้บริหารส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จ รู้จักและเข้าใจระบบการจัดการความรู้ แต่มีข้อจำกัดอยู่หลายประการ จึงขาดการจัดการความรู้อย่างมีระบบในองค์กร ซึ่งมีส่วนในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร ดังนั้นองค์กรส่วนใหญ่จึงหันมาให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ในองค์กร เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน สำหรับผู้ประกอบการ SMEs แล้วการจัดการความรู้สามารถช่วยให้พัฒนาศักยภาพขององค์กร ในการรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้เป็นอย่างดี (สมชาย นำประเสริฐชัย, 2555)

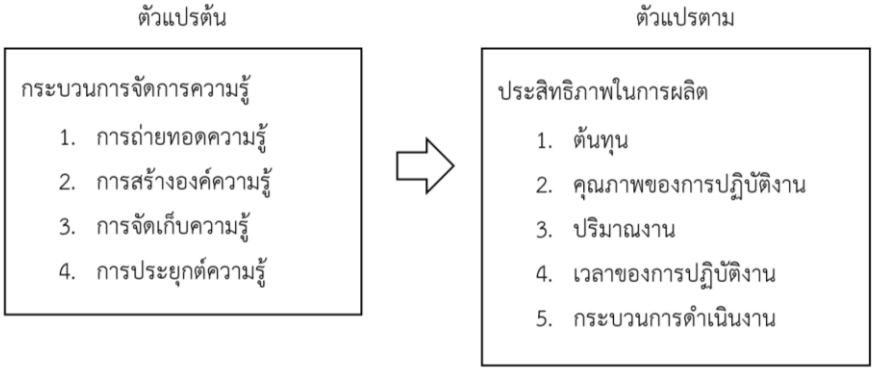
ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงได้ให้ความสนใจถึงผลกระทบของการจัดการความรู้ ที่มีต่อประสิทธิภาพในการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การจัดการความรู้ในกระบวนการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อม โดยศึกษาจากกรณีศึกษา บริษัท พี ที เค วู้ด จำกัด โดยการศึกษานี้จะใช้กระบวนการสร้างความรู้ ในการจัดการความรู้ขององค์กร เพื่อจัดเก็บ ปรับปรุง และนำความรู้ไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยในการผลิตของพนักงาน และสนใจในผลกระทบของการจัดการความรู้ ที่สามารถทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานดีขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อย่างมีนัยสำคัญ โดยการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการผลิตก่อนการจัดการความรู้ และหลังการจัดการความรู้ขององค์กร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการของพนักงานที่ใช้ในการผลิต ทำการจัดการความรู้ ประยุกต์ใช้ และเผยแพร่ให้แก่พนักงานในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน
2. เพื่อวิเคราะห์ผลของการจัดการความรู้ที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม

วิธีการดำเนินงานวิจัย

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยก่อนหน้า ผู้วิจัยนำเอาแนวคิดการจัดการความรู้ของ Nonaka and Takeuchi (1995), Cepeda-Carrion et al. (2017), และ Alavi and Leidner (2001) ซึ่งสรุปไว้ 4 ขั้นตอนได้แก่ การถ่ายทอดความรู้ การสร้างองค์ความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการประยุกต์ความรู้ มาใช้เพื่อศึกษาผลกระทบที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิต โดยอ้างอิงองค์ประกอบที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพการผลิตตามทฤษฎีของ Peterson and Plowman (1953) ประกอบด้วย ต้นทุนการดำเนินงาน คุณภาพของการปฏิบัติงาน ปริมาณงาน เวลาของการปฏิบัติงาน และกระบวนการดำเนินงาน สรุปเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานกลุ่มงานปฏิบัติของบริษัท พี ที เค วู้ด จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม้คุณภาพมามากกว่า 40 ปี ซึ่งปัจจุบันบริษัทเป็นโรงงานผลิตไม้อัดคุณภาพชั้นแนวหน้าของประเทศไทย โดยมีมาตรฐานควบคุมคุณภาพ ISO-9001:2008 จากสถาบัน UKAS ของประเทศอังกฤษ และ NAC ของประเทศไทยเป็นกรณีศึกษา โดยใช้สายการผลิตไม้อัดซึ่งจำเป็นต้องใช้ความรู้ ความเชี่ยวชาญในการผลิตเป็นตัวอย่างในการศึกษาของงานวิจัย ผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคัดเลือกจากผู้ที่มีประสบการณ์ตรงในการทำงานด้านการผลิตในกรณีศึกษา กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล คือพนักงานในสายการผลิตไม้อัดที่มีประสบการณ์การทำงานผ่านเกณฑ์การทดลองงานของบริษัทแล้ว และเลือกกลุ่มตัวอย่างในการทดลองโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างการทดลองที่ได้ทำการจัดการความรู้ของงานการผลิต และยังไม่ได้ทำการจัดการความรู้ของงานการผลิต โดยเก็บข้อมูลการศึกษาในช่วงเดือนพฤษภาคม และ กรกฎาคม 2561

รูปแบบในการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและขั้นตอนต่างๆ ในสายงานการผลิตไม้อัด ก่อนและหลังการดำเนินการจัดการความรู้ในสายการผลิต โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือควบคุม และบันทึกผลการทดลองเปรียบเทียบผลกระทบที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิต ผู้วิจัยดำเนินการโดย 1) ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ เรื่องการจัดการ

ความรู้ และประโยชน์จากการจัดการความรู้ ที่มีต่อประสิทธิภาพในการผลิต 2) จัดการสนทนา ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญของบริษัทกรณีศึกษาตามกระบวนการจัดการความรู้ เพื่อศึกษาความรู้กระบวนการผลิตของสายการผลิตไม้อัด และสรุปความรู้ของกระบวนการผลิต 3) สร้างเอกสารการปฏิบัติงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญโดยใช้วิธีการศึกษาการทำงาน 4) ใช้วิธีการจัดการความรู้สร้างมาตรฐานการทำงานของสายการผลิตร่วมกับผู้เชี่ยวชาญของบริษัทกรณีศึกษา 5) สร้างข้อจำกัดการทำงานจากเอกสารการปฏิบัติงาน และมาตรฐานการผลิต เพื่อใช้ในการควบคุม และเก็บบันทึกข้อมูลที่ใช้ในการวัดผลของงานวิจัย

2. ขั้นตอนการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้ 1) อธิบายรายละเอียด วิธีการ และแนวทางการวิจัยกับผู้เกี่ยวข้องในกรณีศึกษา 2) สร้างแบบฟอร์มบันทึกข้อมูลการทดลอง 3) เก็บข้อมูลตัวแปรตามในเดือนพฤษภาคม 2561 ก่อนใช้การจัดการความรู้ในการผลิต และศึกษากระบวนการผลิต 4) สรุปกระบวนการผลิตและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานตามกระบวนการจัดการความรู้ 5) ใช้การจัดการความรู้จัดอบรมพนักงานระดับปฏิบัติงานของสายการผลิตที่ใช้ในการทดลอง 6) เก็บข้อมูลตัวแปรตามในเดือนกรกฎาคม 2561 หลังใช้การจัดการความรู้ในการผลิต

3. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้หลักการจากทฤษฎีการจัดการความรู้ โดยมีขั้นตอนตามแนวคิดของ Alavi and Leidner (2001) ดังนี้ 1) การสร้างความรู้ (Knowledge Creation) 2) การจัดเก็บความรู้ (Knowledge Storage) 3) การถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer) 4) การประยุกต์ความรู้ (Knowledge application) และใช้การคำนวณทางสถิติค่าเฉลี่ยของปัจจัยความมีประสิทธิภาพ และวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยเปรียบเทียบสัดส่วนร้อยละของข้อมูลการวิจัยก่อน และหลังการจัดการความรู้ในสายการผลิต เพื่ออธิบายผลการศึกษาการจัดการความรู้ที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิต และลงรหัสข้อมูลในโปรแกรมสำเร็จรูป DEA (Data envelopment analysis) เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการผลิต

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษากระบวนการผลิต และการจัดการความรู้ในสายการผลิต การสัมภาษณ์ และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในสายการผลิตกรณีศึกษา คุณนเรศ จิตรกสิวัฒนา ผู้จัดการฝ่ายควบคุมคุณภาพ สามารถวิเคราะห์การจัดการความรู้ที่มีต่อประสิทธิภาพในการผลิตของอุสาหกรรมผลิตไม้อัดกรณีศึกษาได้ผลสรุปดังต่อไปนี้

กระบวนการผลิตกรณีศึกษาสายการผลิตไม้อัดมีขั้นตอนการผลิตแบ่งออกเป็น 4 กระบวนการใหญ่ได้ดังนี้ 1) การเตรียมชิ้นส่วนตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ปะไส้และอัดความดันขึ้นรูปแกนไม้อัด 2) การโป๊วไม้ คือกระบวนการที่ทำการตรวจสอบไม้ ตำหนิ ตาไม้ ฯลฯ เพื่อทำการซ่อมแซม เพราะโดยธรรมชาติของไม้แต่ละต้นไม่เหมือนกัน จึงจำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในการปฏิบัติงาน 3) การปะผิววีเนียร์เป็นกระบวนการขึ้นรูปไม้อัดขั้นที่ 3 ใช้วัตถุดิบไม้วีเนียร์ที่ผ่านกระบวนการเตรียมวัตถุดิบตามคำสั่งซื้อของลูกค้า โดยมีกระบวนการการเตรียมไม้วีเนียร์ 2 ช่องทาง คือการผลิตไม้วีเนียร์เองจากวัตถุดิบไม้ตั้งต้น และการสั่งซื้อจากผู้ผลิตภายนอก นำมาปะผิวกับแกนของไม้อัด และนำไปอัดความดันขึ้นรูปเป็นไม้อัดแผ่น 4) การ

ตรวจสอบและจัดเก็บผลิตภัณฑ์ เป็นขั้นตอนการผลิตขั้นสุดท้าย และตรวจสอบผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานคำสั่งซื้อของลูกค้า

สาเหตุที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อปัจจัยของประสิทธิภาพในการผลิตมีผลมาจาก การสื่อสารที่ไม่ตรงกัน การถ่ายทอดความรู้จากพนักงานผู้ให้ความรู้ และผู้รับสารมีความเข้าใจไม่ตรงกัน รวมไปถึงการกระจายความรู้ในสายการผลิต ทำให้เกิดปัญหาความล่าช้าของการผลิต หรือการทำงานในกระบวนการผลิตที่เกินความจำเป็น เมื่อทราบสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตแล้ว จึงนำการจัดการความรู้มาประยุกต์ใช้ตามขั้นตอน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ด้านการถ่ายทอดความรู้ ทำให้พนักงานสามารถส่งต่อความรู้ ความเข้าใจ เทคนิควิธีการที่ส่งเสริมให้ประสิทธิภาพการผลิตดีขึ้น หรือวิธีการที่พัฒนาใหม่ที่ส่งผลดีต่อการผลิตให้กระจายสู่พนักงานคนอื่นได้อย่างครอบคลุม เกิดการปฏิสัมพันธ์กันต่อพนักงาน การส่งต่อความรู้มีมากขึ้น ความเข้าใจในการทำงานของพนักงานดีขึ้น จึงสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งเสริมให้ประสิทธิภาพการผลิตสูงขึ้น

2) ด้านการสร้างองค์ความรู้ จากการปฏิสัมพันธ์กันของพนักงาน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ เทคนิค วิธีการ และเกิดการสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ จากประสบการณ์ที่ต่างกันของแต่ละบุคคล ที่จะช่วยให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

3) ด้านการจัดเก็บความรู้ ความรู้ที่ส่งต่อกันเป็นระยะเวลาหนึ่ง จะทำให้เกิดการเรียนรู้ และจดจำเกิดเป็นความรู้แบบฝังลึกของพนักงานได้ การจัดการอบรม การประชุมประจำเดือนของสายการผลิตทำให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ที่ได้จากการทำงาน แลกเปลี่ยนความคิด และบันทึกความรู้ใหม่ที่ได้จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนลงในบันทึกการประชุม สรุปการประชุม แล้วจัดเก็บลงในฐานข้อมูลของบริษัท ปรับเปลี่ยน และพัฒนาฐานข้อมูล มาตรฐานการผลิต วิธีการในการผลิตใหม่ เป็นพื้นฐานความรู้ของบริษัทที่จะสามารถเผยแพร่ให้กับพนักงานต่อไป เกิดเป็นวัฏจักรกระบวนการจัดการความรู้

4) ด้านการประยุกต์ใช้ความรู้ พนักงานสามารถศึกษาความรู้ใหม่ๆ ได้ตลอดเวลาจากฐานข้อมูลความรู้ของบริษัท และมาตรฐานการทำงานที่ทางผู้ควบคุมการผลิต ทำการเผยแพร่ให้ความรู้ที่ได้จากการสรุปในการประชุม แล้วทำการส่งต่อความรู้ให้กับพนักงาน ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ตลอดเวลา และสามารถนำความรู้มาใช้ในการทำงานได้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของตัวเอง

2. ผลการศึกษาการจัดการความรู้ต่อประสิทธิภาพในการผลิต โดยเปรียบเทียบจากข้อมูลองค์ประกอบที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพการผลิตพบว่าองค์ประกอบต่างๆ มีประสิทธิภาพดีขึ้นตามแนวคิดทฤษฎีของ Peterson and Plowman (1953) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบข้อมูลองค์ประกอบประสิทธิภาพการผลิตจากการทดลองการใช้การจัดการความรู้ในโรงงานอุตสาหกรรม

องค์ประกอบประสิทธิภาพ	พฤษภาคม 2561	หน่วย	กรกฎาคม 2561	หน่วย	เปรียบเทียบ
1. ต้นทุน	0.88	บาท/หน่วย	0.85	บาท/หน่วย	ลดลง 3.1%
2. คุณภาพของการปฏิบัติงาน (ชิ้นงานเสีย)	0.63	เปอร์เซ็นต์	0.54	เปอร์เซ็นต์	ลดลง 15.32%
3. ปริมาณงาน	42.88	แผ่น/ชม.	44.19	แผ่น/ชม.	เพิ่มขึ้น 3.05%
4. เวลา					ลดลง
4.1 เวลาในการปฏิบัติงาน	1.41	นาที/แผ่น	1.37	นาที/แผ่น	3.05%
4.2 เวลาสูญเสียไปเนื่องจากกระบวนการผลิตก่อนหน้า	362.86	นาที/วัน	270	นาที/วัน	ลดลง 25.59%

1) ต้นทุน (Cost) ที่เกิดขึ้นจากการผลิตในงานวิจัยกรณีศึกษาที่นำมาใช้ คือต้นทุนแรงงาน (Labor Cost) โดยประมาณจากค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท/วัน หรือ 8 ชั่วโมงทำงาน และคิดแยกตามเวลาที่ใช้ในการผลิตจริง จากตารางที่ 1 พบว่าหลังจากทำการทดลองจัดการความรู้ในสายการผลิต ต้นทุนในการผลิตลดลง 0.03 บาท/หน่วย คิดเป็น 3.1% ของต้นทุนในการผลิตเดิม ชี้ให้เห็นว่าหลังจากการทำการจัดการความรู้ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยในการผลิตที่ปริมาณเท่ากันที่ 1 หน่วยการผลิต จะใช้ต้นทุนในการผลิตลดลง 3.1% สอดคล้องกับทฤษฎีของ Peterson and Plowman (1953) เรื่องการบริหารจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด อย่างคุ้มค่า ประหยัด เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร และลดต้นทุนในการผลิต

2) คุณภาพของการปฏิบัติงาน (Quality) ในงานวิจัยกรณีศึกษาตรวจวัดการควบคุมคุณภาพโดยพนักงานคัดแยกงานดี และงานเสียที่ต้องการซ่อมแซม หรือนำกลับมาผลิตซ้ำ ซึ่งบันทึกออกมาในรูปของผลผลิต และงานเสีย ดังนั้นจึงวัดประสิทธิภาพจากคุณภาพของการปฏิบัติงานโดยใช้จำนวนของงานเสียในการคำนวณ จากตารางที่ 1 พบว่าหลังจากทำการทดลองงานเสียในการผลิตลดลง 0.09% ชี้ให้เห็นว่าหลังการจัดการความรู้ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพจากคุณภาพของการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น โดยในการผลิตที่ปริมาณเท่ากันจะมีงานเสียในการผลิตลดลง 15.32% ของปริมาณงานเสียเดิมต่อปริมาณการผลิตทั้งหมด สอดคล้องกับทฤษฎีของ Peterson and Plowman (1953) ในเรื่องคุณภาพของการปฏิบัติงาน สามารถสร้างสรรค์ผลงาน หรือผลผลิตที่ผ่านกระบวนการผลิตออกมามีความถูกต้อง สมบูรณ์ และได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมจิตร์ สุวรักษ์ (2554) และ Shamim, Cang and Yu (2017) ว่าการจัดการความรู้มีผลต่อคุณภาพ และประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในองค์กร

3) ปริมาณงาน (Quantity) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการผลิตจากองค์ประกอบตามทฤษฎีของ Peterson and Plowman (1953) ในงานวิจัยกรณีศึกษา คือผลผลิตงานดี หรือ Output ที่ได้จากการผลิต จากตารางที่ 1 พบว่าหลังจากทำการทดลองจัดการความรู้ในสายการผลิต ปริมาณงานที่ผลิตได้เพิ่มขึ้น 1.31 แผ่นต่อชั่วโมง ชี้ให้เห็นว่าหลังจากการทำการจัดการความรู้ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยในการผลิตที่ปริมาณเท่ากันทรัพยากรต่างๆ ที่ใช้จะลดลงเช่น เวลา แรงงาน ต้นทุน เนื่องจากหลังการจัดการความรู้ทรัพยากรที่ใช้เท่ากันสามารถผลิตผลผลิตออกมาได้เพิ่มขึ้นคิดเป็น 3.05% ของปริมาณการผลิตเดิม กล่าวคือในการผลิตเดิมหนึ่งหน่วยเวลาสามารถผลิตได้ 100 แผ่น หลังจากทำการจัดการความรู้การผลิตในหนึ่งหน่วยเวลาจะสามารถผลิตได้ 103.05 แผ่น สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่างๆ เช่น Peterson and Plowman (1953) ประสิทธิภาพ คือการผลิตสินค้าและบริการในปริมาณตามที่ต้องการ Millett (1954) ประสิทธิภาพหมายถึงผลปฏิบัติงานที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ Simon (1980) ประสิทธิภาพคือสัดส่วนระหว่างการลงทุน และผลที่ได้รับจากการลงทุน ซึ่งงานใดที่จะมีประสิทธิภาพสูงสุดจึงพิจารณาได้จากปัจจัยนำเข้า และผลลัพธ์ที่ออกมา Certo (2000) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเป็นวิธีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้เกิดความสิ้นเปลืองน้อยที่สุด แต่บรรลุจุดหมายที่กำหนดไว้สูงสุด ดังนั้นจากผลการทดลองปริมาณงานที่สามารถผลิตได้เพิ่มขึ้นหลังจากทำการจัดการความรู้ จึงทำให้สรุปได้ว่าการจัดการความรู้ส่งผลกระทบให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตเพิ่มขึ้น ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Michaelis, Wagner and Schweizer (2015) ว่าการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพสามารถทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและกำลังการผลิตของบริษัทได้

4) เวลาในการปฏิบัติงาน (Time) เนื่องจากข้อจำกัด และเพื่อควบคุมปัจจัยแวดล้อมที่สามารถส่งผลถึงผลของการทดลอง จึงจำกัดเวลาของการปฏิบัติงานที่ใช้ในการวิเคราะห์เพียงเวลาที่พนักงานในสายการผลิตใช้ในการผลิตผลผลิตเพียงอย่างเดียว ยังไม่รวมถึงเวลาที่สูญเสียไประหว่างการปฏิบัติงานที่เกิดจากการล่าช้าในกระบวนการผลิตก่อนหน้า จากตารางที่ 1 พบว่าหลังจากทำการทดลองจัดการความรู้ในสายการผลิต เวลาของการปฏิบัติงานลดลง 0.04 นาทีต่อแผ่น ชี้ให้เห็นว่าการจัดการความรู้ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยในการผลิตผลผลิตหนึ่งหน่วย เวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงานลดลง 3.05% ของเวลาของการปฏิบัติงานเดิม กล่าวคือในการผลิตที่ปริมาณเท่ากันที่ใช้เวลาในการปฏิบัติงาน 100 นาที หลังจากทำการจัดการความรู้การผลิตจะใช้เวลาของการปฏิบัติงานลดลง 3.05 นาที หรือใช้เวลาของการปฏิบัติงานเพียง 96.95 นาที

เวลาที่สูญเสียไปเนื่องจากกระบวนการผลิตก่อนหน้าหรือ waiting time เป็นอีกปัจจัยหนึ่งของเวลาที่ถูกใช้ไปในกระบวนการผลิตอย่างไม่เกิดประโยชน์ ซึ่งส่งผลต่อการผลิตที่ช้าลง กระบวนการจัดการความรู้สามารถช่วยให้พนักงานจัดสรรเวลา และเรียงลำดับขั้นตอนในการผลิตได้อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เวลาที่

สูญเสียไปเนื่องจากกระบวนการผลิตก่อนหน้าลดลง และมีผลดีต่อประสิทธิภาพการผลิต จากตารางที่ 1 พบว่าหลังจากการทดลองใช้การจัดการความรู้ในสายการผลิตเวลาที่สูญเสียไปเนื่องจากกระบวนการผลิตก่อนหน้าทั้งหมดลดลง 92.86 นาทีต่อวัน คิดเป็น 25.59% ของเวลาที่สูญเสียไปเนื่องจากกระบวนการผลิตก่อนหน้าทั้งหมดต่อวันในช่วงเวลาก่อนการทดลอง กล่าวคือในกระบวนการผลิตจะมีต้นทุนด้านเวลาต่อวันเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้สามารถผลิตผลผลิตได้เพิ่มมากขึ้นจากเดิม จากการจัดสรรทรัพยากรดังกล่าว กล่าวได้ว่าในสายการผลิตมีประสิทธิภาพในการผลิตที่จะสามารถใช้ทรัพยากรได้คุ้มค่ามากยิ่งขึ้น

สอดคล้องกับทฤษฎีประสิทธิภาพการผลิตของ Peterson and Plowman (1953) ว่าประสิทธิภาพเกิดจากการปฏิบัติงานตามกระบวนการได้แล้วเสร็จอยู่ภายในเวลามาตรฐานที่กำหนดไว้ และไม่สูญเสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์ และแนวคิดของ Certo (2000) กล่าวว่าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เป็นวิธีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้เกิดความสิ้นเปลืองน้อยที่สุด โดยสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายโดยการใช้ทรัพยากรต่ำที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมจิตร์ สุวรักษ์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาการจัดการความรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร

การวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการผลิตโดยวิธีการ Data Envelopment Analysis (DEA) ตามแนวคิดในงานวิจัยของ ณัฐพร เมี่ยงชม (2550) ได้ผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบคะแนนประสิทธิภาพการผลิตที่ได้จากโปรแกรมคำนวณประสิทธิภาพ DEA

คะแนนประสิทธิภาพ	Average	max	min	St Dev
ก่อนการจัดการความรู้	0.9922	1	0.9504	0.0141
หลังการจัดการความรู้	0.9966	1	0.9733	0.0076

จากตารางที่ 2 ก่อนการทดลองมีประสิทธิภาพการเฉลี่ยเท่ากับ 0.9922 และหลังการทดลองมีประสิทธิภาพเฉลี่ยเท่ากับ 0.9966 ซึ่งหลังการใช้การจัดการความรู้ส่งผลให้ประสิทธิภาพการผลิตเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 0.44% ก่อนการทดลองมีประสิทธิภาพเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 0.9504 และหลังการทดลองมีประสิทธิภาพเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 0.9733 ซึ่งหลังการใช้การจัดการความรู้ส่งผลให้ประสิทธิภาพการผลิตเฉลี่ยต่ำสุดเพิ่มขึ้น 2.29% ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิภาพการผลิต ก่อนการทดลองเท่ากับ 0.0141 และหลังการทดลองเท่ากับ 0.0076 โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิภาพการผลิตหลังทำการทดลองลดลง 0.0065 หรือ 0.65% ส่งผลให้หลังทำการทดลองประสิทธิภาพการผลิตในกรณีศึกษามีการกระจายของข้อมูลลดลง ชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการรักษา และควบคุมประสิทธิภาพการผลิตของพนักงานในสายการผลิตกรณีศึกษาที่เพิ่มขึ้น

สรุปผล

ผลของการศึกษา การใช้การจัดการความรู้กับกระบวนการผลิตในสายการผลิต ทำให้พนักงานในสายการผลิตได้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ส่งต่อ กระจาย ประเมิน และประยุกต์ใช้ความรู้ที่มีการปรับปรุงสร้างวิธีการใหม่ในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตที่สูงขึ้น โดยผ่านการวินิจฉัยของผู้ควบคุมคุณภาพและการผลิต ทำให้สายการผลิตของกรณีศึกษา สร้างมาตรฐานของการผลิตขึ้นมาใช้ เป็นตัวกลางในการกำหนดวิธีการ และกระบวนการผลิตในสายการผลิต ดังนั้นความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิต จึงเป็นระเบียบขั้นตอน ที่สามารถบันทึก และจัดเก็บไว้ในฐานข้อมูลของบริษัท เพื่อใช้ในกระบวนการจัดการความรู้ เผยแพร่ให้แก่พนักงานใหม่ และพัฒนาองค์ความรู้ของบริษัทในอนาคต ส่งผลให้พนักงานมีมาตรฐานเดียวกันในการทำงาน ลดความล่าช้าที่เกิดจากการสื่อสารที่ไม่ตรงกัน ลดกระบวนการผลิตที่ไม่จำเป็น และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตของสายการผลิตกรณีศึกษา ซึ่งผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตทางสถิติ สอดคล้องตามทฤษฎีของ Peterson and Plowman (1953) จึงกล่าวได้ว่าการจัดการความรู้ส่งผลกระทบให้ประสิทธิภาพการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมกรณีศึกษาเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดการความรู้ควรเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการปฏิบัติงานขององค์กร บุคลากร พนักงานที่เกี่ยวข้องควรตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ ให้ความร่วมมือ และมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการความรู้ องค์กรควรมีการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ ซึ่งในงานวิจัยได้ทำตามกระบวนการจัดการความรู้ 4 ขั้นตอนคือ 1) ถ่ายทอดความรู้โดยจัดการประชุมเป็นประจำ เพื่อปรึกษา แลกเปลี่ยน และส่งต่อความรู้ 2) สร้างองค์ความรู้จากการถ่ายทอดความรู้ เพื่อพัฒนาความรู้ใหม่ และสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) จัดเก็บความรู้ลงในฐานข้อมูลของบริษัทเพื่อการพัฒนาในอนาคต และการส่งต่อความรู้ให้กับพนักงานใหม่ 4) ประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้ในการทำงาน ซึ่งกระบวนการจัดการความรู้นี้สามารถทำซ้ำได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาความรู้ให้ใหม่อยู่เสมอ และสามารถนำความรู้ไปใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้สูงสุด

2. ในการจัดการความรู้การสื่อสารเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกระจายความรู้ และแบ่งปันข้อมูลความรู้ภายในองค์กร ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี จัดทำสื่อที่บุคลากรสามารถเข้าถึง ทำความเข้าใจได้ง่าย ครอบคลุมเนื้อหาของความรู้ และกระจายข้อมูลความรู้ได้อย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเพียงผลกระทบของการจัดการความรู้ที่มีต่อประสิทธิภาพการผลิต โดยผู้วิจัยใช้เพียงปัจจัยองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพตามแนวคิดของ Peterson and Plowman (1953) เท่านั้น แต่ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพนั้นยังมีอีกหลายปัจจัย ซึ่งสามารถศึกษาค้นคว้าได้อีกจากแนวคิดต่างๆ ของผู้วิจัยอื่น และสามารถนำปัจจัยเหล่านั้นมาใช้วิเคราะห์ เพื่อความแม่นยำในการหาผลกระทบที่เกิดขึ้นได้

2. การวิจัยดังกล่าวได้ทำการทดลองในโรงงานอุตสาหกรรมไม้อัดเพียงอย่างเดียว ซึ่งในโรงงานอุตสาหกรรมอื่น อาจจะมีปัจจัยสิ่งแวดล้อม สินค้า และกระบวนการผลิตที่แตกต่างกัน จึงอาจมีการศึกษาในบริบทของโรงงานอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีความแตกต่างกันได้

เอกสารอ้างอิง

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2561). *สถิติโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการขยายกิจการและเลิกกิจการ ในรอบปี 2551-2560 และสถิติสะสมของโรงงานอุตสาหกรรม ณ สิ้นปีนั้น ๆ*. สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2561, จาก http://www.diw.go.th/hawk/intranet

ณัฐพร เมี่ยงชม. (2550). *การวัดประสิทธิภาพโดยใช้ DEA ในกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมอุตสาหการและการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สมจิตร์ สุวรักษ์. (2554). *การจัดการความรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สมชาย นำประเสริฐชัย. (2555). *Knowledge Management กับ SMEs ในการพัฒนานวัตกรรมระดับรากหญ้า*. สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2561, จาก http://doi.nrct.go.th

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2562). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2562*. สืบค้นเมื่อ กันยายน 2562, จาก www.sme.go.th

Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. *MIS Quarterly,* 25(1), 107-136.

Association of Southeast Asian Nations. (2015). ASEAN COMMUNITY. In *About ASEAN*. Retrieved April 9, 2019, from https://asean.org/asean/about-asean

Cepeda-Carrion, I., Martelo-Landroguez, S., Leal-Rodríguez, A. L., & Leal-Millána, A. (2017). Critical processes of knowledge management: An approach toward the creation of customer value. *European Research on Management and Business Economics*, 23(1), 1–7.

Certo, S. (2000). *Modern Management 8th Ed*. New Jersey: Prentice-Hall.

Kim, T. T., & Lee, G. (2013). Hospitality employee knowledge-sharing behaviors in the relationship between goal orientations and service innovative behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 324–337.

Michaelis, B., Wagner, J. D., and Schweizer, L. (2015). Knowledge as a key in the relationship between high-performance work systems and workforce productivity. *Journal of Business Research*, 68(5), 1035–1044.

Millett, J. D. (1954). *Management in the Public Service. The quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill Book.

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: how Japanese companies create the dynamics of innovation / Ikujiro Nonaka and Hirotaka Takeuchi*. New York: Oxford University Press.

Peterson, E. & Plowman, G. E. (1953). *Business Organization and Management*. Homewood, Ill: R. D. Irwin.

Reddy, M. (2004). Economic Cost of Human Capital Loss from Fiji: Implications for Sustainable Development. *International Migration Review*, 38(4), 1447-1461.

Rowley, J. (2000). From learning organisation to knowledge entrepreneur. *Journal of Knowledge Management*, 4(1), 7-15.

Shamim, S., Cang, S., and Yu, H. (2017). Supervisory orientation, employee goal orientation, and knowledge management among front line hotel employees. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 21–32.

Simon, H. A. (1980). *The Role of the Leader in Public Administration*. New York: McMillan.

Yang, J. T., & Wan, C. S. (2004). Advancing organizational effectiveness and knowledge management implementation. *Tourism Management*, 25(5), 593-601.

เงื่อนไขทางสังคมที่ส่งผลต่อการสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

Social Conditions that Affect the Strength Creation of Thungthong-Yangyeun Community Enterprise, U Thong District, Suphan Buri Province

พัชรพร จิรแพศยสุข
Phatcharaporn Jirapeatsayasuk
สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Social Development and Administration, Kasetsart University
อีเมล์ : pj1442oil@gmail.com
รองศาสตรจารย์ ดร. กังสดาล เชาว์วัฒนกุล
Assistant Professor Kangsadan Chowathanakun, Ph.D.
ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Department of Sociology and Anthropology, Faculty of Social Science, Kasetsart University
อีเมล์ : fsockdc@ku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเงื่อนไขที่สนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เกิดความเข้มแข็ง และศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงศึกษาแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน ซึ่งเป็นศูนย์การเรียนรู้และเพิ่มประสิทธิภาพสินค้าทางการเกษตรของอำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นกรณีศึกษา โดยเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับผู้นำและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และหาข้อสรุปจากการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์

ผลจากการศึกษาพบว่าเงื่อนไขที่สนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืนเกิดความเข้มแข็งประกอบไปด้วย ทุนทางกายภาพ ได้แก่ การจัดสรรผลกำไรที่ดีให้กับสมาชิก การทำให้สมาชิกมีรายได้ที่ดี มีช่องทางการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกหลากหลายช่องทาง และ ทุนทางธรรมชาติ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนมีการสนับสนุนให้สมาชิกใช้ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ของตนเองให้เกิดประโยชน์ และ ทุนทางสังคม ได้แก่ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สมาชิกเคารพในกฎกติกาของวิสาหกิจชุมชน การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเป็นไปอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมถึงมีการนำภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาใช้ทั้งในการทำเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และมีการสร้างเครือข่ายกับทางเอกชน ภาครัฐ ชุมชนและ

สถานศึกษา และ ทุนมนุษย์ ได้แก่ ผู้นำวิสาหกิจชุมชนมีความเสียสละ คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม และมีความมุ่งมั่นที่จะทำเกษตรอินทรีย์ วิสาหกิจชุมชนมีการสนับสนุนความรู้ให้กับสมาชิกจากการเรียนรู้ทฤษฎีและปฏิบัติจริง ทำให้สมาชิกสามารถนำองค์ความรู้มาใช้ประกอบการทำเกษตรอินทรีย์จนเกิดผลผลิต ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนยังมีการเรียนรู้และพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ ในส่วนปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน ได้แก่ การมีเงินทุนไม่เพียงพอสำหรับการลงทุนในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนยังคงขาดอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิต ผลจากการศึกษาแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนสู่ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน พบว่าวิสาหกิจชุมชนมีแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืน โดยแบ่งแนวทางการพัฒนาออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนมีการวางแนวทางให้สมาชิกสามารถพึ่งพาตนเองได้ จากการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ของตนเองในการทำเกษตร และ ด้านสังคมยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนมีการสนับสนุนให้สมาชิกเกิดการพัฒนาความรู้อยู่เสมอ และด้านสิ่งแวดล้อม วิสาหกิจชุมชนมีการวางแนวทางให้สมาชิกทำเกษตรแบบไม่ใช้สารเคมี และสร้างระบบนิเวศที่ดีให้เกิดขึ้นในแปลง

คำสำคัญ : วิสาหกิจุชมชน, เกษตรอินทรีย์, ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน

Abstract

The objective of this research is to study the conditions that support the Thungthong-Yangyeun Community Enterprise in U Thong District, Suphan Buri Province to be strong and study the problems and obstacles that affect the strength of the Thungthong-Yangyeun Community Enterprise, U Thong District, Suphan Buri Province Including studying the guidelines for developing the strength of community enterprises towards sustainability of the Thungthong-Yangyeun Community Enterprise, U Thong District, Suphan Buri Province by choosing the Thungthong-Yangyeun Community Enterprise, U Thong District, Suphan Buri Province, which is a center to learn and increase the efficiency of agricultural products of U Thong District Suphan Buri province is a case study by collecting field data from informal interviews with leaders and members of community enterprises, the data was analyzed using descriptive data analysis and conclude an objective analysis.

The result of the study shows that the conditions that support the Thungthong-Yangyeun Community Enterprise in U Thong District, Suphan Buri Province to strengthen, consisting of physical capital, which is to allocate good profits to members make the

members have a good income and the enterprise still has many ways of generating income for its members. Another channel is natural capital, that is to say, the enterprise encourages its members to use resources in their area for benefits and social capital. Community enterprise leaders sacrifice, think about the common good and intend to do organic farming .They have good relationships between members. Members have respect for the rules of the community enterprise and the operations are transparent and verifiable. Including the use of local wisdom in both organic farming and product processing and establishing a network with the private sector, government, communities, and educational institutions and there is also another channel is human capital, which is a member of a community enterprise that learns from practical application able to apply the knowledge that is used in rational decisions, However, there is always learning and self-improvement as for the problems and obstacles affecting the strength of the Thungthong-Yangyeun Community Enterprise, U Thong District, Suphan Buri Province, such as insufficient funds for investment in community enterprises resulting in community enterprises still lacking necessary equipment for operations. The result of the study of guidelines for developing the strength of community enterprises towards sustainability of the Thungthong-Yangyeun Community Enterprise, U Thong District, Suphan Buri Province found that the community enterprises have guidelines to develop the strength of community enterprises to be sustainable by dividing the development guidelines into 3 ways, there is the economy, where community enterprises have set the guidelines for members to be self-reliant from the use of resources in their areas for agriculture and society, the enterprise has always supported it by educating its members in which community enterprises have set guidelines for members to do agriculture without using chemicals and create good ecosystems in the field.

Keywords : Community Enterprise, Organic Farming, Strength of Community Enterprise

บทนำ

ปัจจุบันเกษตรกรในประเทศไทยกำลังประสบปัญหาการยังชีพ เนื่องจากขาดต้นทุนในการผลิต ขาดเงินทุนในการประกอบอาชีพ มีความรู้ทางการเกษตรที่ไม่ทันสมัย และขาดความรู้ในด้านการตลาด ทำให้สินค้าทางการเกษตรถูกขายไปในราคาที่ไม่คุ้มทุนและขายได้จำนวนน้อย (บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน), 2561) จากปัญหาที่เกิดขึ้นจะเห็นได้ว่าเกษตรกรกำลังแบกรับปัญหาหลายด้านในการดำรงชีวิต ทั้งในด้านความรู้และรายได้ ดังนั้นองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม จึงควรให้ความสนใจในการร่วมมือกันแก้ไข

ปัญหาให้กับเกษตรกร ให้สามารถหลุดพ้นจากปัญหาความยากจนและภาระหนี้สินไปได้ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเป็นองค์กรภาคประชาชนรูปแบบหนึ่งที่จะเข้ามาช่วยเหลือชุมชนและเกษตรกรในการยังชีพ มีการดำเนินการผลิตสินค้าและให้บริการ โดยบุคลากรในชุมชนที่รวมตัวกันประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เกิดการพึ่งพาตนเองในครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน (คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2562) ซึ่งเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้เกษตรกรเกิดการรวมตัวกัน แบ่งปันความรู้ และร่วมมือกันในการจัดการทุนของชุมชน ได้แก่ เงินทุน ผลผลิต ภูมิปัญญา ความรู้ ทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรม ให้เกิดประโยชน์ สร้างความมั่นคงแก่ชุมชน สร้างระบบเศรษฐกิจของชุมชนให้เข้มแข็ง นำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้ของชุมชน และพร้อมที่จะพัฒนาสู่การแข่งขันทางการค้าในอนาคต ซึ่งขณะนี้ในประเทศมีวิสาหกิจชุมชนจำนวน 87,100 แห่ง ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2562) ซึ่งจากข้อมูลพบว่าวิสาหกิจชุมชนในประเทศหลายกลุ่มประสบกับความล้มเหลวและต้องปิดกิจการ เนื่องจากปัญหาหลายประการ ได้แก่ การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายของวิสาหกิจุชมชนยังมีจำนวนไม่มาก วิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินการคล้ายคลึงกันหรือยู่ในประเภทเดียวกันเป็นจำนวนมากเกินไป และยังมีข้อจำกัดทางด้านกฎหมายว่าด้วยพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้คนในชุมชนประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชน แต่ไม่ได้เปิดโอกาสให้เกิดการสร้างความเข้มแข็งในเชิงธุรกิจ เนื่องจากมีการระบุในมาตราที่ 3 และ 10 ว่าวิสาหกิจชุมชนจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ถือเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์จะไม่สามารถถือครองทรัพย์สินและกระทำนิติกรรมสัญญากับองค์การอื่นไม่ได้ ส่งผลให้ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนในการผลิตสินค้าและบริการเท่าที่ควร ซึ่งการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ทำให้มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินงาน และเกิดความเข้มแข็งในเชิงธุรกิจได้ (อุทัย ปริญญาสุทธินันท์, 2560)

วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2548 (เลมอนฟาร์ม, 2562) โดยมีผู้นำกลุ่มคือ นายปัญญา ใคร่ครวญ ผู้ชักชวนชาวนาในพื้นที่ที่กำลังประสบกับปัญหาภาระหนี้สิน ปัญหาสุขภาพและต้นทุนการผลิตสูงจากการใช้สารเคมีในการทำเกษตร ได้รวมตัวกันจัดตั้ง “กลุ่มเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี” ขึ้น เพื่อเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตการทำนาจากที่เคยพึ่งพาสารเคมีเป็นหลัก มาทำการเกษตรแบบอินทรีย์ที่เกื้อกูลธรรมชาติ พึ่งพาตนเองได้และอยู่อย่างพออยู่พอกินตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ โดยแบ่งประเด็นในการศึกษาออกเป็น เงื่อนไขที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อช่วยให้อัตราความล้มเหลวของวิสาหกิจชุมชนที่จะเกิดขึ้นในประเทศไทยมีจำนวนลดลง และมีแนวโน้มของความสำเร็จในการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนที่สูงขึ้น อีกทั้งเป็นแนวทางในการส่งเสริมความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย ช่วยให้เกษตรกรในชุมชนทราบถึงวิธีการจัดการวิสาหกิจชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาองค์กรให้มีความสามารถในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน มีศักยภาพในการแข่งขันและอยู่ได้ด้วยตนเอง สมาชิกเกษตรกรพึ่งพาตนเองได้และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และ

เป็นสื่อในการกระจายความรู้ที่ช่วยพัฒนาชีวิตคนในชุมชน นอกจากนี้ผลการศึกษาที่ได้จะสามารถนำไปเป็นแนวทางสำหรับการกำหนดนโยบายหรือวางแนวทาง เพื่อส่งเสริมการทำงานของวิสาหกิจชุมชนให้มีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเงื่อนไขที่สนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เกิดความเข้มแข็ง

2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบประกอบการสัมภาษณ์สำหรับใช้พูดคุยกับผู้ให้ข้อมูล แบ่งประเด็นคำถามออกเป็น
   - คำถามเกี่ยวกับเงื่อนไขที่สนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เกิดความเข้มแข็ง
   - คำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
   - คำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. อุปกรณ์สำหรับการเก็บข้อมูล ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป และ สมุดบันทึก

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยแบ่งขั้นตอนการทำงาน ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร อันได้แก่ ข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี แนวคิดของวิสาหกิจชุมชน แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน กฎหมายและระเบียบเกี่ยวกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2. กำหนดกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษาในพื้นที่

3. ดำเนินการสำรวจข้อมูลในพื้นที่ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

4. วิเคราะห์ข้อมูล

โดยผู้วิจัยจะยึดหลักปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ทั้ง 3 ข้อ ได้แก่ หลักความเคารพในบุคคล (Respect for person) โดยการให้ข้อมูลการวิจัยอย่างครบถ้วนจนผู้ที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมในการวิจัยเข้าใจเป็นอย่างดี และตัดสินใจอย่างอิสระในการให้ความยินยอมเข้าร่วมในการวิจัย ผู้วิจัยจะเคารพความเป็นส่วนตัวและการเก็บรักษาความลับของอาสาสมัครผู้รับการวิจัย โดยในแบบบันทึกข้อมูลจะไม่มีข้อมูลที่บ่งชี้ (Identifiers) ถึงอาสาสมัครผู้รับการวิจัย และ หลักการให้ประโยชน์และไม่ก่อให้เกิดอันตราย (Beneficence/non-maleficence) โดยผู้วิจัยจะเก็บรักษาความลับของอาสาสมัครผู้รับการวิจัยเป็นอย่างดี และหลักความยุติธรรม (Justice) คือ มีเกณฑ์การคัดเข้าและเกณฑ์การคัดออกชัดเจน มีการกระจายประโยชน์และความเสี่ยงอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีอคติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร การสัมภาษณ์และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ดังนี้

การรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ข้อมูลของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี แนวคิดของวิสาหกิจชุมชน แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน กฎหมายและระเบียบเกี่ยวกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย และเอกสารที่ได้จากการสำรวจข้อมูลในพื้นที่

การสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในลักษณะไม่เป็นทางการกับคำถามในเชิงบริบทของวิสาหกิจชุมชนและการดำเนินการ โดยเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อเปิดรับข้อมูล และการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเจาะจงไปยังประเด็นที่ต้องเจาะลึก อย่างการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนมาจากจุดเริ่มต้นอย่างไร เกิดปัญหาหรืออุปสรรคหรือไม่ มีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างไร และแนวทางการดำเนินงานในอนาคตเป็นอย่างไร

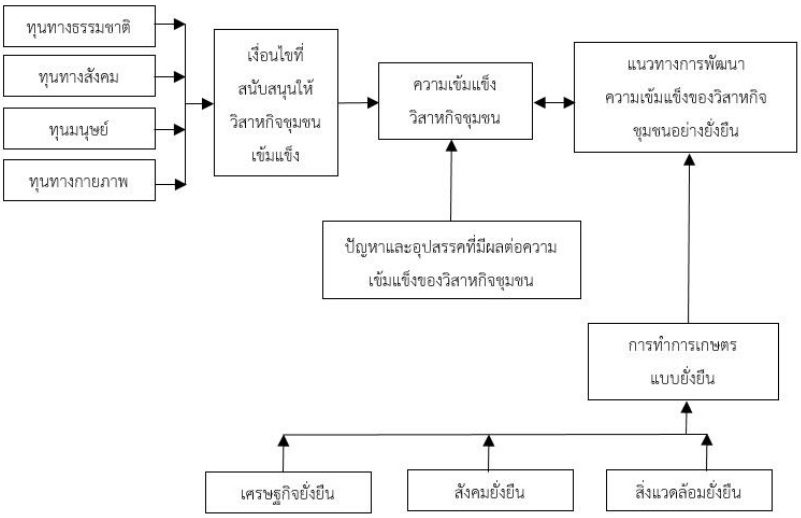
การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผู้วิจัยศึกษาโดยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เข้าไปสังเกตการดำเนินงานภายในองค์กรของวิสาหกิจชุมชน ปฏิกิริยาของผู้นำกลุ่ม สมาชิกและคนในชุมชน สภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและจดบันทึกประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา บอกเล่าผลการศึกษาจากข้อเท็จจริงที่ได้จากการวิจัย โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีจากการตรวจเอกสารมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อเท็จจริงที่ได้ ดังภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย และหาข้อสรุปจากการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยแบ่งเป็น

1. การวิเคราะห์หาเงื่อนไขที่สนับสนุนความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน จากแนวคิดความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน (จินตนา กาญจนวิสุทธ์, 2558) ซึ่งแบ่งเงื่อนไขที่สนับสนุนความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ ทุนทางกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ ทุนทางสังคม และทุนมนุษย์
2. การวิเคราะห์หาปัญหาหรืออุปสรรคที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน

3. การสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนให้มีความยั่งยืน จากแนวคิดการทำเกษตรแบบยั่งยืน (กรมวิชาการเกษตร, 2536) เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน โดยแบ่งประเด็นการศึกษาออกเป็น ด้านเศรษฐกิจยั่งยืน ด้านสังคมยั่งยืน และด้านสิ่งแวดล้อมยั่งยืน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาเงื่อนไขที่สนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เกิดความเข้มแข็ง

1. ทุนทางกายภาพ

วิสาหกิจชุมชนรับผลผลิตทางการเกษตรจากสมาชิกในวิสาหกิจชุมชน นำมารวบรวมและขายให้กับผู้ซื้อ โดยผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวหอมปทุม ผักคะน้า ผักกาดขาวปลี ผักโขม ผักสลัดขึ้นฉ่าย แทงโก้ บัตเตอร์เฮด ถั่วฝักยาว มะเขือยาว มะเขือม่วง ข่า ต้นหอม ผักบุ้งจีน ฟักเขียว ผักกวางตุ้ง และกล้วย เป็นต้น ซึ่งวิสาหกิจชุมชนมีการหักรายได้ของสมาชิกจากการส่งสินค้า ในส่วนสมาชิกที่ส่งข้าวมาขายกับวิสาหกิจชุมชนจะหักกิโลกรัมละ 1 บาท และสมาชิกที่นำผักมาส่งขายที่วิสาหกิจชุมชนก็จะมีการหักค่าน้ำมันที่นำผักไปส่งบริษัทผู้รับซื้อ ค่าใช้จ่ายในกระบวนการบรรจุผัก ค่าถุง ค่าอุปกรณ์ในการดำเนินงานต่างๆ และค่าไฟ หลังจากการหักค่าใช้จ่ายตามข้างต้นรายได้ที่เหลือจะมอบให้สมาชิกทั้งหมดตามจำนวนสินค้าที่สมาชิกส่งขาย ทำให้สมาชิกมีรายได้ที่มากกว่าการส่งขายในตลาดทั่วไป เพราะวิสาหกิจชุมชนหักค่าใช้จ่ายดังกล่าวน้อยกว่าที่มีการรับซื้อจากพ่อค้าคนกลางในตลาด และราคารับซื้อที่ทางบริษัทคู่ค้ารับซื้อผักอินทรีย์ก็สูงกว่าในตลาดอยู่มาก โดยมีผู้ซื้อหลักคือ บริษัท สังคมสุขภาพ จำกัด และ บริษัท ซองเดอร์ ไทยออร์กานิคฟูด จำกัด ซึ่งนอกจากจะให้ราคารับซื้อผลผลิตทางการเกษตรที่สูงกว่าตลาด ยังรับซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้สมาชิกมี

รายได้ที่ดีและได้รับรายได้อย่างต่อเนื่องตามจำนวนผลผลิตที่ส่งวิสาหกิจชุมชน ซึ่งรายได้ที่สมาชิกได้รับมีความเห็นสอดคล้องกันว่ารายได้นี้ทำให้สมาชิกพึ่งพาตนเองได้ โดยมีทั้งกลุ่มที่ทำเกษตรอินทรีย์เป็นรายได้หลักและทำเป็นรายได้เสริม และจากแนวทางของวิสาหกิจชุมชนในการส่งเสริมให้สมาชิกใช้ปัจจัยในการแปลงให้เกิดประโยชน์สูงสุดก็เป็นส่วนที่ช่วยให้สมาชิกมีรายจ่ายลดลง ส่วนรายได้ของวิสาหกิจชุมชนมาจากค่าสมัครเข้าเป็นสมาชิก การซื้อหุ้นของสมาชิก และการหักรายได้เข้าวิสาหกิจชุมชนจากการขายสินค้า โดยรายได้นี้ใช้ในการดำเนินงานในวิสาหกิจชุมชน ซื้ออุปกรณ์เครื่องมือ และพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เติบโต โดยรายได้ของวิสาหกิจชุมชน มาจากการขายสินค้าให้กับเลมอนฟาร์ม หรือ บริษัท สังคมสุขภาพ จำกัด และบริษัท ซองเดอร์ ไทยออร์กานิคฟูด จำกัด เป็นหลัก และขายให้กับลูกค้ารายย่อย ตลาดนัด รวมถึงมีการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น กล้วยกรอบ ข้าวต้มมัด ขนมเทียน ขนมไข่ปลา ขนมต้ม และขนมตาล เป็นต้น เพื่อจำหน่ายเป็นรายได้เสริมให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ยังมีการเข้าหุ้นถือหุ้นภายในวิสาหกิจชุมชน การปล่อยกู้และเก็บดอกเบี้ยภายในกลุ่ม เพื่อให้สมาชิกสามารถกู้ยืมเงินในวิสาหกิจชุมชนในการประกอบกิจการส่วนตัวได้ในวงเงินที่ไม่มากนักขึ้นอยู่กับการพิจารณาของคณะกรรมการร่วมกับสมาชิกภายในกลุ่ม โดยการดำเนินการใดๆในวิสาหกิจชุมชนสมาชิกสามารถตรวจสอบการทำงานและขอดูรายละเอียดได้

ผลจากการวิจัยที่ได้จากข้อสรุปในด้านทุนทางกายภาพ กล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน มีการจัดสรรผลกำไรที่ดีให้กับสมาชิก ทำให้สมาชิกมีรายได้ที่ดีและมีความต่อเนื่อง โดยการจัดสรรผลกำไรในวิสาหกิจชุมชนที่เกิดขึ้นเป็นไปอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมถึงวิสาหกิจชุมชนยังมีช่องทางการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกอยู่หลายช่องทาง ได้แก่ การขายให้กับบริษัทคู่ค้า ตลาดนัด การค้าปลีก และการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

2. ทุนทางธรรมชาติ

วิสาหกิจชุมชนให้ความรู้แก่สมาชิกในการทำเกษตรอินทรีย์โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายในพื้นที่ของสมาชิกเองในการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ ฮอร์โมนพืช และสารไล่แมลง เพื่อนำไปใช้ในแปลงของสมาชิกเอง โดยวัตถุดิบที่จะนำมาผลิตเป็นปุ๋ยอินทรีย์ ฮอร์โมนพืช และสารไล่แมลงสามารถหาได้ทั่วไป ได้แก่ ฟางข้าว กิ่งไม้ ใบไม้ ต้นไม้ และต้นหญ้า เป็นต้น ซึ่งทำให้สมาชิกสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ของตนเองโดยไม่ต้องไปซื้อจากภายนอกหรือซื้อจากภายนอกน้อยลง และให้ความรู้แก่สมาชิกในการสร้างระบบนิเวศภายในพื้นที่แปลงอินทรีย์ โดยสร้างระบบธรรมชาติเกื้อกูลธรรมชาติในพื้นที่ เพื่อช่วยป้องกันศัตรูพืช รักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน สร้างร่วมเงาให้กับพืช สร้างแนวกันชนให้กับแปลงเกษตร และป้องกันการปนเปื้อนสารเคมีจากแปลงเกษตรข้างเคียง เป็นต้น

ผลจากการวิจัยที่ได้จากข้อสรุปในด้านทุนทางธรรมชาติกล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน สนับสนุนให้สมาชิกใช้ทรัพยากรในพื้นที่ของตนเองในการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ ฮอร์โมน และสารไล่แมลงใช้เอง ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรในพื้นที่โดยไม่ต้องซื้อจากภายนอกหรือซื้อจากภายนอกลดลง รวมถึงสนับสนุนให้สมาชิกสร้างนิเวศที่เอื้อต่อการเจริญเติบโตของผลผลิตทางการเกษตรในแปลง ในลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์ในเชิงสนับสนุนเกื้อกูลกัน

3. ทุนทางสังคม

วิสาหกิจชุมชนมีการตั้งกฎกติกาในการทำงานร่วมกัน และสมาชิกมีการปฏิบัติตามข้อตกลงภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นอย่างดีในการไม่ใช้สารเคมีทำการเกษตร ทั้งนี้ความสัมพันธ์ของสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้พบปะกันอยู่เป็นประจำทุกสัปดาห์ โดยทางวิสาหกิจชุมชนมีการจัดประชุมทุกๆสัปดาห์ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ตามความสะดวกของสมาชิก แต่ทั้งกลุ่มสมาชิกที่ทำผักและข้าวก็จะมีการได้พบปะหรือประชุมกันอยู่แล้วสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ประกอบกับการทำงานที่เกิดขึ้นในวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืนเป็นไปอย่างโปร่งใส สมาชิกทุกคนในวิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าขอดูรายการและบัญชีการประกอบกิจการของวิสาหกิจุชมชนได้ โดยทางวิสาหกิจชุมชนมีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นตั้งแต่ประบวนการทำเกษตรอินทรีย์ การผลิตปุ๋ยอินทรีย์ ฮอร์โมนพืช และสารไล่แมลงใช้เองจากวัตถุดิบที่หาได้ในแปลงผักและนาข้าว และมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น กล้วยกรอบ ข้าวต้มมัด ขนมเทียน และขนมไข่ปลา เป็นต้น โดยยึดแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในการทำงาน ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนยังมีการสร้างเครือข่ายกับทางผู้ค้าเอกชน ภาครัฐ ชุมชน และสถานศึกษา และให้ความช่วยเหลือตามที่เอกชน ภาครัฐ ชุมชน และสถานศึกษาร้องขอเป็นอย่างดี เช่น การจัดงานภายในวิสาหกิจชุมชนเพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ การช่วยเหลือชุมชนในการเป็นศูนย์ให้ความรู้ทางด้านการทำเกษตรอินทรีย์ และเข้าร่วมโครงการต่างๆกับทางมหาวิทยาลัย รวมถึงมีการติดต่อกับผู้ค้าเอกชนในการส่งสินค้าทางการเกษตรเข้าจัดจำหน่ายในห้างร้าน

ผลจากการวิจัยที่ได้จากข้อสรุปในด้านทุนทางสังคมกล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี มีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิก และสมาชิกมีการเคารพในกฎกติกาของวิสาหกิจชุมชน การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้และมีการนำภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาใช้ทั้งในการทำเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ มีการสร้างเครือข่ายที่สามารถช่วยเหลือวิสาหกิจในด้านต่างๆ ซึ่งทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นมีส่วนทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง

4. ทุนมนุษย์

ผู้นำวิสาหกิจชุมชนมีส่วนช่วยเหลือสมาชิกในการทำเกษตรอินทรีย์อย่างมาก ตั้งแต่เริ่มต้นและคอยให้การช่วยเหลือสนับสนุนสมาชิกอยู่ตลอด ผู้นำเป็นผู้วางแนวทางการดำเนินวิสาหกิจชุมชน ติดต่อทำการตลาดกับผู้ค้า ขอความช่วยเหลือจากภาครัฐและสถานศึกษา รวมถึงจัดตั้งคณะกรรมการดูแลวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ผู้นำเป็นผู้ให้ความรู้การทำเกษตรอินทรีย์ทั้งในด้านทฤษฎีและการปฏิบัติจริง สมาชิกสามารถเข้ามาพูดคุยปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้นำ โดยพื้นที่ตัวอย่างการสาธิตแปลงเกษตรให้กับสมาชิกเป็นแปลงเกษตรของผู้นำที่ให้สมาชิกเข้ามาดูและนำกลับในปฏิบัติจริงในแปลงของตนเอง รวมถึงพื้นที่ที่จัดตั้งสำนักงานวิสาหกิจชุมชนก็เป็นพื้นที่ของผู้นำวิสาหกิจเองด้วย ซึ่งการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในการให้ความรู้ให้แก่สมาชิก ช่วยให้สมาชิกทุกคนสามารถกลับไปทำเกษตรอินทรีย์ในแปลงของตนเองได้ และสามารถผลิตผลผลิตทั้งสำหรับการรับประทานในครัวเรือนและสามารถผลิตเพื่อจำหน่ายได้ สมาชิกส่วนใหญ่นำความรู้ที่ได้กลับไปปฏิบัติตามคำแนะนำแล้วบางส่วนก็นำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่ของตนเองตามความเหมาะสม แต่ก็มีสมาชิกบางส่วน

ที่ไม่ได้นำไปปฏิบัติจริงทำให้ไม่เกิดผลผลิต และบางคนที่ใช้สารเคมีทางการเกษตร ซึ่งในสมาชิกกลุ่มนี้จะค่อยๆ หายไปจากการที่ไม่ได้ส่งผลผลิตมาจำหน่าย และวิสาหกิจชุมชนเองที่ไม่รับผลผลิตที่ปนเปื้อนสารเคมี โดยสมาชิกที่ยังร่วมดำเนินการอยู่กับวิสาหกิจชุมชนในปัจจุบันเป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นและนำความรู้ไปปฏิบัติจนเกิดผลอย่างต่อเนื่อง

ผลการวิจัยที่ได้จากข้อสรุปในด้านทุนมนุษย์กล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนมีการให้ความรู้แก่สมาชิกในการทำเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่เริ่มต้นและช่วยเหลือสมาชิกในการทำเกษตรอยู่เสมอ โดยมีผู้นำเป็นส่วนที่สำคัญในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนและแนะนำแนวทางการดำเนินงานแก่สมาชิก มีความเสียสละ และคำนึงถึงประโยชน์ส่วนร่วมเป็นสำคัญ โดยสมาชิกที่มีความมุ่งมั่นและทำเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง จะสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากวิสาหกิจชุมชนมาพิจารณาตัดสินใจอย่างมีเหตุผลและเกิดผลผลิตทางการเกษตร

วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ เงินทุนที่ไม่เพียงพอในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนยังมีรายได้ที่ไม่มากนัก จากการเก็บค่าใช้จ่ายในวิสาหกิจชุมชนจากสมาชิกที่ค่อนข้างน้อย ทำให้ยังขาดอุปกรณ์และโรงเรือนในการผลิตที่จะช่วยให้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนให้ดีขึ้น ส่วนในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และทัศนคติของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกับการทำเกษตรอินทรีย์ ไม่พบว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากทางวิสาหกิจชุมชนมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ได้แก่ การขายผลผลิตทางการเกษตรให้กับ บริษัท สังคมสุขภาพ จำกัด และบริษัท ซองเดอร์ ไทยออร์กานิคฟูด จำกัด เป็นหลัก ซึ่งบริษัทดังกล่าวมีการรับซื้อผลผลิตจากทางวิสาหกิจชุมชนในจำนวนมากและรับซื้ออย่างต่อเนื่อง รวมถึงยังมีการขายผลผลิตให้กับลูกค้ารายย่อย ตลาดนัด รวมถึงมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปในลักษณะขายปลีกและขายส่งให้กับร้านค้าภายในชุมชนที่สนใจ ทั้งนี้สมาชิกยังมีทัศนคติที่ดีต่อการทำเกษตรอินทรีย์

วัตถุประสงค์ที่ 3 ศึกษาแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

แนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืน แบ่งออกเป็น 3 ด้านได้แก่ ด้านเศรษฐกิจยั่งยืน ด้านสังคมยั่งยืน และด้านสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

1. ด้านเศรษฐกิจยั่งยืน

วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน มีการวางแนวทางให้สมาชิกพึ่งพาตนเองได้จากการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ของสมาชิกเอง ทำปุ๋ยอินทรีย์ ฮอร์โมนพืชและสารไล่แมลง โดยไม่ต้องใช้สารเคมีและซื้อจากภายนอกน้อยลง สนับสนุนให้สมาชิกปลูกพืชที่กินที่ใช้ในครัวเรือน ทำให้รายจ่ายในครัวเรือนลดลงและพึ่งพาตนเองได้จากการนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในแปลงเกษตรของตนเองมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และปัจจุบันยัง

มีการตั้งกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ นำวัตถุดิบทางการเกษตรมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า และเป็นรายได้ให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ทำให้สมาชิกมีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า รายจ่ายลดลงและมีรายได้ที่มากขึ้น

2. ด้านสังคมยั่งยืน

วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน มีการบริหารจัดการโดยแบ่งโครงสร้างการทำงานกันอย่างชัดเจน แบ่งหน้าที่ออกเป็น ประธาน รองประธาน ผู้จัดการข้าว ผู้จัดการผัก ฝ่ายการเงิน บัญชี การตลาด ปฏิคม และฝ่ายตรวจสอบ ซึ่งแบ่งหน้าที่ตามความถนัด ความสมัครใจและศักยภาพ ทั้งนี้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีการเรียนรู้อยู่เสมอจากการสนับสนุนของวิสาหกิจชุมชน ให้สมาชิกเข้าร่วมอบรมการทำเกษตรในหน่วยงานที่จัดอบรมความรู้ใหม่ๆให้กับเกษตรกรในการทำเกษตร และนำความรู้ที่ได้จากการอบรมกลับมาเผยแพร่ให้กลับสมาชิกอื่นในวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ได้ไปอบรมด้วย รวมถึงทางวิสาหกิจชุมชนยังตอบรับการเข้ามาให้ความรู้จากทางภาครัฐและสถานศึกษาบ่อยครั้ง ทำให้สมาชิกได้รับการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

3. ด้านสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน วางแนวทางการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้ทำการเกษตรแบบอินทรีย์ ไม่ใช้สารเคมี และสร้างระบบนิเวศให้เกิดขึ้นในแปลงเกษตรในลักษณะธรรมชาติ เกื้อกูลธรรมชาติ เพื่อให้ระบบนิเวศที่เกิดขึ้นสร้างประโยชน์หมุนเวียนของพืชภายในพื้นที่การเกษตร ซึ่งการวางแนวทางดังกล่าวของวิสาหกิจชุมชนทำให้มลภาวะที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมจากการทำเกษตรลดลง ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมธรรมชาติในพื้นที่ และเกษตรกรได้ทำการเกษตรอย่างปลอดภัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ทางวิสาหกิจชุมชนพบปัญหาอุปกรณ์ทางการเกษตรบางอย่างที่ต้องการสำหรับนำมาพัฒนาวิสากิจชุมชนยังไม่สามารถซื้อได้ จากเงินทุนของวิสาหกิจชุมชนที่ไม่เพียงพอ และเงินปันผลที่ยังไม่ได้ปันผลให้กับสมาชิกเนื่องจากวิสาหกิจชุมชนยังได้ผลกำไรไม่มากนัก ซึ่งควรมีการวางแนวทางในการเก็บออมเงินภายในวิสาหกิจชุมชนเพื่อจัดการเงิน โดยแบ่งเป็น การเก็บออมเงินเพื่อจัดสรรเงินปันผลให้กับสมาชิก และ การเก็บออมเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน จะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนมีการจัดการเงินภายในวิสาหกิจชุมชนให้สามารถพัฒนาไปสู่การปันผลกำไรให้สมาชิกได้ในอนาคต และจะช่วยให้เกิดเงินออมของวิสาหกิจชุมชนที่จะสามารถนำมาซื้ออุปกรณ์ที่ต้องการสำหรับใช้พัฒนาวิสาหกิจชุมชนต่อไป

ข้อเสนอสำหรับวิสาหกิจชุมชนอื่น

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนสามารถทำได้ โดยส่วนหนึ่ง คือ มีการสร้างเงื่อนไขทางสังคมเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานภายในวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง จากการพัฒนาทุนทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ทุนทางกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ ทุนทางสังคม และทุนมนุษย์ ให้มีการใช้ทุนและพัฒนาทุนดังกล่าวควบคู่กันไป ตามความสอดคล้องเหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และวาง

แนวทางของวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนสำหรับวิสาหกิจชุมชนที่ทำการเกษตร ในด้านเศรษฐกิจยั่งยืน ด้านสังคมยั่งยืน และด้านสิ่งแวดล้อมยั่งยืน ควบคู่กันไป เพื่อเป็นสร้างแนวทางการปฏิบัติของสมาชิกและการพัฒนาวิสากิจชุมชนต่อไปอย่างสมดุลและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

วิสาหกิจชุมชนมีความต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพราะบางโครงการที่เกิดขึ้นมีการดำเนินงานแค่เพียงระยะเวลาหนึ่งและจบลงโดยไม่เกิดผลในระยะยาว ซึ่งภาครัฐอาจมีการติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง หรือกำหนดเป็นโครงการระยะยาว เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนได้เกิดการเรียนรู้และปฏิบัติอย่างต่อเนื่องจนสามารถปฏิบัติได้เป็นอย่างดี โดยไม่มีการกำกับจากทางภาครัฐ

เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการเกษตร. (2536). เกษตรยั่งยืน : อนาคตของการเกษตรไทย. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ.

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2562). รายงานสรุปประเภทกิจการวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจำแนกตามพื้นที่. สืบค้นเมื่อ 14 เมษายน 2562, จาก http://smce.doae.go.th/smce1/report/select_report_smce.php?report_id=17

คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2562). วิสาหกิจชุมชนน่ารู้. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2562, จาก http://www.sceb.doae.go.th/Ssceb2.htm

จินตนา กาญจนวิสุทธ์. (2558). เส้นทางวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งตนเอง. กรุงเทพมหานคร: มีน เซอร์วิส ซัพพลาย.

ชัยวุฒิ ชัยพันธุ์. (2544). พัฒนาชนบทอย่างยั่งยืน สำหรับสาขาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน). (2561). รมว.เกษตร ชี้ ปัญหาเกษตรกรไทย 3 เรื่อง “ขาดต้นทุน-ขาดความรู้-ขาดตลาด”. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561, จาก www.matichonweekly.com/hot-news/article_97430

พิรมาลย์ บุญธรรม. (2554). ความเข้มแข็งวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นเมืองไทยครั่งบ้านนาตาโพตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาอาชีวศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เลมอนฟาร์ม. (2562). กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทุ่งทองยั่งยืน จ. สุพรรณบุรี. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2562, จาก http://www.lemonfarm.com/?page_id=3301

วิศรุต ตุ้ยศักดา. (2552). การวิเคราะห์ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดการพัฒนา ที่ยั่งยืน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนสุเหร่าบางโฉลง จังหวัดสมุทรปราการ. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมิธ หาเรือนพืชน์. (2556). แนวทางการขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์โดยองค์กรการเกษตร: กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรเกษตรวิสัย จำกัด อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต ภาควิชาการพัฒนาชุมชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุทัย ปริญญาสุทธินันท์. (2560). “วิสาหกิจชุมชน” ปฏิทรรศน์ในการแข่งขันทางธุรกิจ. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 37(2), 131-150.

กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในประเทศ กรณีศึกษากลุ่มประชากรวัยทำงาน

Tourism Marketing Promotion Strategies which Influence the Decision to Travel in Thailand for the Working Age Population

ณัฐชยา ธรรมสิทธิรักษ์*

Natchaya Thammasittiruk *

นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*

Master Degree student, Business Economics*

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

อาจารย์ ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล**

Dr.Lalita Chanwongpaisarn Nguitragool **

อาจารย์ประจำ**

Lecturer**

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

School of Economics, The University of the Thai Chamber of Commerce*

อีเมล์ : natchaya.yr@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้ในวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มประชากรวัยทำงาน จำนวน 204 คน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ไคแสควร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 44 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ในส่วนของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่าการลดราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.39 และมีระดับความสำคัญมาก ต่อมาในด้านการโฆษณา พบว่า การโฆษณาผ่านรีวิวจากบุคคลที่เคยไป บนเว็บไซต์ อาทิ facebook pantip มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.35 และมี

ระดับความสำคัญมาก ในส่วนของด้านการใช้พนักงานขาย พบว่า การขายโดยผ่านช่องทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.73 และมีระดับความสำคัญมาก ส่วนสุดท้าย ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ พบว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านการตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือผ่านทางอินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.83 และมีระดับความสำคัญมาก และกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวทุกตัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด, การตัดสินใจไปท่องเที่ยว

Abstract

The objective of this research is to study the tourism marketing promotion strategies which influence the decision to travel in Thailand for the working age population by collecting the questionnaire survey. The cross section in this research is from 204 consumers in working age. The data were analyzed by statistic (SPSS) - frequency, percentage, means, standard deviation and Chi-square. The result reveals that the consumer is mostly in female; age during 25-44 years old; education level in bachelor degree; employee career; the income is between 15,001 – 20,000 baht. In term of Marketing promotion strategy, there are the 4 main factors that directly affects to the decision of consumer. Firstly, the sales promotion, this gains the highest average at 4.39. Secondly, the advertising by well-known idol via social media as Facebook, Pantip, Youtube and etc gains about 4.35 mean behind the sales promotion. Thirdly, the sales channel through website has mean at 3.73. Lastly, the public relations channel by newspaper, magazine or online advertising can be averaged at 3.83. All these factors are the highest rank to encourage the working group to travel in Thailand with a significance level of 0.05.

Keyword: Marketing promotion strategies, Decision to travelling

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในสังคมโลก และยิ่งมากขึ้นในชุมชนท้องถิ่นเมื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายอาณาเขตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจเข้าใกล้วิถีชีวิตของชุมชนมากขึ้น ในขณะที่แนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตในทิศทางบวก นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งให้ความสนใจกับการเดินทางไปสัมผัสความจริงแท้ดั้งเดิมของพื้นที่ต่างๆ ในไทยเพิ่มมากขึ้น การท่องเที่ยวไม่ได้กระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่หากมีการกระจายตัวสู่ชุมชน ส่งผลให้ท้องถิ่นหลายแห่งตั้งรับการมาถึงของนักท่องเที่ยวนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต ขณะเดียวกันภาครัฐก็ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จากการประกาศให้ท่องเที่ยววิถีไทยเป็นวาระแห่งชาติ มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปในทิศทางที่ยั่งยืน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือเป็นอุตสาหกรรมแห่งความหวัง ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากเป็นอันดับต้นๆ และมีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

สำหรับภาคเอกชนก็มีการคิดกลยุทธ์ส่งเสริมการขายออกมาอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยเฉพาะกลยุทธ์ ในเรื่องของ การจัดการส่งเสริมการขาย (Promotion) ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญในการจัดการตลาดของสินค้าทางด้านการท่องเที่ยวนอกจากกลยุทธ์ทางด้านราคาหรืออื่นๆ การจัดการส่งเสริมการขายของสินค้าทางด้านการท่องเที่ยวนั้นสามารถจัดทำได้หลายลักษณะ เช่น การจัดส่งเสริมการขายแบบเน้นในตัวสินค้าเอง (Product Promotion) เป็นการจัดส่งเสริมการขายโดยตรงสร้างความคุ้นเคยในตัวสินค้า (Product Awareness) อาจใช้กลยุทธ์หลายวิธี เช่น การโฆษณา การลดราคา การจับรางวัล หรือข้อเสนอราคาพิเศษ การจัดส่งเสริมการขายแบบร่วมกับสินค้าอื่น (Joint Promotion) เป็นการจัดส่งเสริมการขายโดยร่วมกับสินค้าอื่นๆ ที่อาจจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวหรือไม่ก็ได้ เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินแถมโรงแรม ซื้อของในห้างสรรพสินค้าสามารถจับรางวัลแพ็คเกจทัวร์ การจัดส่งเสริมการขายในลักษณะนี้ถือว่าเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับตัวสินค้าโดยมิได้เน้นกลยุทธ์ทางด้านราคาเป็นหลัก การจัดลักษณะดังกล่าวจะมีผลดีต่อการกระตุ้นตลาด หากสินค้าร่วมเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับในตลาดอยู่แล้ว หรือเป็นสินค้าที่ตลาดมีความต้องการสูง และสุดท้ายการจัดส่งเสริมการขายแบบการเน้นที่เครื่องหมายการค้า (Brand Awareness) เป็นการจัดที่ไม่เน้นการขายหรือกลยุทธ์การตลาดอื่นใด ส่วนใหญ่จะใช้การโฆษณา การบริจาค หรือกิจกรรมทางสังคมอื่นๆ เพื่อสร้างภาพ(Reputation) และเน้นให้เครื่องหมายการค้าออกสู่มวลชนเป็นส่วนใหญ่

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และบริษัทต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงให้ความสำคัญกับการคิดกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด เพื่อสามารถสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในประเทศของกลุ่มประชากรวัยทำงาน

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในประเทศ กรณีศึกษากลุ่มประชากรวัยทำงาน มีขอบเขตงานวิจัยดังนี้

- ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ กลุ่มประชากรวัยทำงาน อายุ 20 – 60 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 204 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มประชากรวัยทำงาน อายุ 20 – 60 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่สุ่มด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling : SRS) จำนวน 204 คน

- ขอบเขตด้านเวลา

การทำวิจัยในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการตั้งแต่ วันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ถึง วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2563

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว Philip Kotler and Gary Armstrong กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า การสื่อสารทางการตลาด เกี่ยวข้องกับ การโฆษณา (Advertising) ประชาสัมพันธ์และการให้ข่าวสาร (Public Relations and Publicity) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) และการตลาด ทางตรง (Direct Marketing) โดยองค์กรหรือธุรกิจ ใช้ในการโน้มน้าวใจ การชักจูงลูกค้า การสื่อสารเป็น การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ อีกทั้ง องอาจ ปทะวานิช (2550) กล่าวเพิ่มเติมว่า การส่งเสริมการตลาด เป็นการประสานงานของผู้ขายในการพยายามใช้ความคิดสร้างสรรค์พื่อแจ้งข้อมูล จูงใจลูกค้าเพื่อขายสินค้าและบริการหรือความคิด และศุภชาต เอี่ยมรัตนกูล (2557) กล่าวสนับสนุนว่า สิ่งเหล่านี้ทำหน้าที่ เผยแพร่ข่าวสาร เป็นการติดต่อสื่อสารของผู้ผลิตที่ทำไปยังตลาดเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อติดต่อสื่อสารทำให้สินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคให้มากที่สุด และรวดเร็วที่สุด มีผลกำไรตามที่ธุรกิจนั้นต้องการ นอกจากนี้ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2557) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นการสื่อสารของผู้ผลิตทำไปยังตลาดเป้าหมาย โดย

มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร ชักจูงใจ หรือเพื่อเตือนความจำของผู้บริโภค และสุดท้ายสุวิมล แม้นจริง (2550) ศึกษาว่าการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ประกอบไปด้วย การโฆษณา (Advertising) ประชาสัมพันธ์และการให้ข่าวสาร (Public Relations and Publicity) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) และ การตลาดอินเตอร์เน็ต(Internet marketing)

2. แนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจไปท่องเที่ยว บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ตรงกับความ ต้องการมากที่สุด โดยขั้นตอนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวมีด้วยกัน 9 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) คือ การบริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โฆษณา ญาติมิตร องค์กรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งของภาครัฐและเอกชน เป็นต้น ซึ่งสื่อต่าง ๆ และองค์กรเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวเหล่านั้น ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยว (Need) คือ การเกิดความต้องการที่จะออกเดินทางไป ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน จากการได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มความตื่นเต้น รสชาติ และความแปลกใหม่ให้กับส่วนที่ขาดหายไป เช่น อยากเปลี่ยนบรรยากาศ จึงต้องเดินทางออกไปท่องเที่ยวเพื่อพบเจอกับสิ่งใหม่ๆ ขั้นตอนที่ 3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Motivation) คือ สิ่งที่เป็นแรงกระตุ้นให้เกิด ความต้องการที่อยากจะท่องเที่ยว ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) คือ การที่นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสาร การท่องเที่ยว แล้วเกิดความต้องการและแรงกระตุ้นที่อยากจะท่องเที่ยว จึงทำให้เกิดภาพลักษณ์ของ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน ซึ่งภาพลักษณ์ อาจจะเป็นทั้งด้านลบและด้านบวก เช่น ประเทศฝรั่งเศสมีความสวยงามมาก แต่ค่าใช้จ่ายก็สูงมาก เช่นกัน อีกทั้งยังคำนึกถึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และการได้พักผ่อนมากที่สุด ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่าย (Planning for Expenditure) คือ การศึกษา ค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อที่จะได้วางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว เช่น ค่ายานพาหนะ ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าของที่ระลึก ค่ารักษาพยาบาล ค่าเข้าชม ค่าทำกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ การเตรียมตัวของ นักท่องเที่ยวในส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การจองที่พัก จองตั๋วเดินทาง จองรายการนำเที่ยว จองยานพาหนะ การยืนยันการเดินทาง จัดทำเอกสารการเดินทาง เป็นต้น ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) คือ การออกเดินทางจากบ้านพักอาศัย ประจำเพื่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยว เก็บเกี่ยวประสบการณ์ พร้อมกับการประเมินผลตลอดการเดินทาง หลังจากจบเสร็จการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ก็เดินทางกลับสู่บ้านพักอาศัยประจำของตนเอง ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์ท่องเที่ยว (Experience) คือ การนำ

ประสบการณ์เดินทาง ตั้งแต่ต้นจนจบมาประเมินผลการท่องเที่ยวในครั้งนี้ว่า มีความพึงพอใจ เป็นประสบการด้านบวก หรือไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ด้านลบ ขั้นตอนที่ 9 ทัศนคติของนักท่องเที่ยว (Attitude) คือ การนำประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ผ่านมาประเมิน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ส่งผลให้เกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในครั้งนั้น อาจจะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาอีกครั้ง ถ้าเกิดนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ แต่ถ้านักท่องเที่ยวไม่ประทับใจกับการท่องเที่ยวในครั้งนั้น ก็อาจจะไม่กลับมาที่นี่อีก

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและนำมาประมวลผลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในส่วนของ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และสำหรับในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว และส่วนของการการตัดสินใจไปท่องเที่ยว โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยเป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการสรุปลักษณะของประชากร จากผลการศึกษาข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็นในการอนุมานลักษณะประชากร โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง แต่อ้างอิงหรืออนุมานไปถึงประชากร ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ การประมาณค่าพารามิเตอร์ (Parametric Estimation) และการทดสอบสมมติฐาน (Testing Hypothesis) ด้วยวิธี chi-square

สรุปผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-44 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ย 15,001 – 20,000 บาท

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศโดยเฉลี่ย ปีละ 2 - 3 ครั้ง โดยจัดรายการนำเที่ยวทุกอย่างด้วยตนเอง และใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 - 3 วัน ส่วนใหญ่จะไปท่องเที่ยวกับคู่รัก โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนต่อวันที่ 5,001 - 10,000 บาท (ค่าใช้จ่ายรวม ค่าเดินทาง อาหาร ที่พัก ซื้อของ กิจกรรม และอื่น ๆ) ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยว

ด้วยรถส่วนตัว และไม่เคยเข้าร่วมแข่งขัน เล่นเกม และชิงโชค เพื่อชิงรางวัลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนวันหยุด และชอบท่องเที่ยวภาคเหนือ

3. ผลการศึกษากลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากและเห็นด้วยปานกลาง โดยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่าการลดราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.39 และมีระดับความสำคัญมาก ต่อมาในด้านการโฆษณา พบว่า การโฆษณาผ่านรีวิวจากบุคคลที่เคยไป บนเว็บไซต์ อาทิ facebook pantip มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.35 และมีระดับความสำคัญมาก ในส่วนของด้านการใช้พนักงานขาย พบว่า การขายโดยผ่านช่องทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.73 และมีระดับความสำคัญมาก ส่วนสุดท้าย ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ พบว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านการตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือผ่านทางอินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.83 และมีระดับความสำคัญมาก

4. ผลการศึกษาการตัดสินใจไปท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว ด้านการตัดสินใจเลือกสถานที่เดินทางภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.27 และมีระดับความสำคัญมาก ต่อมาด้านการตัดสินใจในเรื่องงบประมาณ ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก พบว่า ความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.17 และมีระดับความสำคัญมาก สุดท้ายด้านการตัดสินใจในเรื่องระยะเวลาในการท่องเที่ยว พบว่า การเตรียมวางแผนเรื่องลางาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.05 และมีระดับความสำคัญมาก

5. ผลการศึกษาเพื่อการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การทดสอบความสัมพันธ์ของ กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในประเทศ ของกลุ่มประชากรวัยทำงาน โดยมีสมมติฐานว่า มีกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 ตัวมี ความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญกับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวของกลุ่มประชากรวัยทำงาน จากการทดสอบสมมติฐานด้วย Chi-Square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในประเทศ ของกลุ่มประชากรวัยทำงาน พบว่า กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวทุกตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญกับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวของกลุ่มประชากรวัยทำงาน

6. ผลการศึกษานโยบาย “ชิมช้อปใช้” โดยผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่านโยบายนี้จัดทำเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวไทย จึงได้จัดทำแบบสอบถามเพิ่มเติมในเรื่องของความคิดเห็นว่านโยบายชิม ช้อป ใช้ (แจกเงิน1,000บาท) ส่งผลมากน้อยต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่านโยบายชิม ช้อป ใช้ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยว เนื่องจากจำนวนเงินที่ให้น้อยเกินกว่าที่จะไปท่องเที่ยว เหมาะแก่การไปซื้อของใช้มากกว่า และให้ระยะเวลาจำกัดในการใช้เงิน บางคนไม่สามารถไปทันในเวลาที่กำหนดทำให้เสียสิทธินั้นไป อีกทั้งแอพพลิเคชั่นยัง

ไม่มีความเสถียรในการใช้งาน จะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาให้พร้อมกว่านี้ รวมถึงมาตการเงินคืน (Cash Back) ได้กำหนดคืนตามเงื่อนไขของมาตรการ คือ 15% สำหรับการใช้จ่ายไม่เกิน 30,000 บาท และอีก 20% สำหรับการใช้จ่ายตั้งแต่ 30,001 บาท แต่ไม่เกิน 50,000 บาท รวมเงินคืนสูงสุด 8,500 บาท โดยผู้ใช้สิทธิ์สามารถตรวจสอบยอดเงินคืนของตนเองได้ที่ app เป๋าตัง แล้วสามารถโอนเงินคืนกลับเข้าบัญชีของตนเองผ่าน Internet Banking ได้ พบว่ามาตการนี้มีเงื่อนไขว่าผู้ใช้สิทธิ์จะต้องพิจารณาก่อนการใช้จ่าย ว่าร้านค้าที่จะไปซื้อสินค้าหรือบริการเป็นผู้ประกอบการ/ร้านค้า ที่เข้าร่วมมาตรการที่ได้สิทธิ์ในกระเป๋า G-Wallet 2 ด้วย เพื่อผู้ใช้สิทธิ์จะได้รับเงินชดเชย ทั้งนี้ ร้านค้าที่ได้สิทธิ์ในกระเป๋า G-Wallet 2 จะเป็นร้านค้าที่ลงทะเบียนเข้าร่วมมาตรการที่เป็นประเภท ชิม ช้อป หรือ ใช้ ที่มิใช่เป็นร้านขายสินค้าบริการทั่วไปหรือห้างสรรพสินค้า โดยสรุปแล้วมีความยากต่อการใช้งาน ทำให้ผู้ใช้สิทธิ์ไม่เห็นด้วยในนโยบายนี้ว่าเป็นการส่งผลดีต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวอีกด้วย

อภิปรายผลการศึกษา

จากข้อมูลข้างต้นสามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย เรื่องกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากและเห็นด้วยปานกลาง โดยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่าการลดราคา มีระดับความสำคัญมาก ต่อมาในด้านการโฆษณา พบว่า การโฆษณาผ่านรีวิวจากบุคคลที่เคยไป บนเว็บไซต์ อาทิ facebook pantip มีระดับความสำคัญมากเช่นกัน นอกจากนี้ในส่วนของด้านการใช้พนักงานขายผ่านช่องทางออนไลน์ มีระดับความสำคัญมากเช่นกัน ส่วนสุดท้าย ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ พบว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านการตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือผ่านทางอินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์ต่างๆ ยังคงมีระดับความสำคัญมากอีกด้วย ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประชากรรุ่นแซด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของพรรษกฤช ศุทธิเวทิน ที่พบว่ากลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านการท่องเที่ยว และแนวทางกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว คือ การโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร การขายโดยบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์ และการส่งเสริมการขายด้วยวิธีลดราคา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ สุดถนอม ตันเจริญ (2558) ด้วยที่พบว่า สถานที่จัดงาน ที่จอดรถ ภาพลักษณ์ของธุรกิจท่องเที่ยว พนักงานขาย และการลดราคา มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการกระตุ้นการซื้อมากที่สุด โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่นิยมท่องเที่ยวในวันหยุดกับครอบครัว จากผลการศึกษาจึงนำมาสู่ข้อเสนอแนะว่าควรให้ความสำคัญกับการวางแผนกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ

ท่องเที่ยว การส่งเสริมการขายและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย เนื่องจากเป็นปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยอย่างมาก โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานและข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตให้มาก

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-44 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ย 15,001 – 20,000 บาท เดินทางท่องเที่ยวในประเทศโดยเฉลี่ย ปีละ 2 - 3 ครั้ง โดยจัดรายการนำเที่ยวทุกอย่างด้วยตนเอง และใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 - 3 วัน ส่วนใหญ่จะไปท่องเที่ยวกับคู่รัก โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนต่อวันที่ 5,001 - 10,000 บาท (ค่าใช้จ่ายรวม ค่าเดินทาง อาหาร ที่พัก ซื้อของ กิจกรรม และอื่น ๆ) ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถส่วนตัว และไม่เคยเข้าร่วมแข่งขัน เล่นเกม และชิงโชค เพื่อชิงรางวัลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนวันหยุด และชอบท่องเที่ยวภาคเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการได้แก่ ชอบการลดราคา มากที่สุด และรับรู้การโฆษณาผ่านรีวิวจากบุคคลที่เคยไป บนเว็บไซต์ อาทิ facebook pantip และชอบการขายโดยผ่านช่องทางออนไลน์ มักจะพบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านการตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือผ่านทางอินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์ต่างๆ นอกจากนี้มีการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน และตัดสินใจใช้งบประมาณตามความเหมาะสมและคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว สุดท้ายมีการเตรียมวางแผนเรื่องลางานสำหรับไปท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและผู้ประกอบการ และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดทำนโยบายและวางแผนการวางกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยการใช้ช่องทางการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งประเภทในการทำธุรกิจออนไลน์จะมีการแบ่งช่องทางเป็นในการเข้าถึงด้านการตลาดเป็น 2 ประเภท คือประเภท Pure Dot Com Business คือเป็นการทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่เป็นระบบออนไลน์อินเทอร์เน็ตเท่านั้นไม่มีร้านอยู่จริง ซึ่งรูปแบบนี้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและซื้อสินค้าทาง internet ได้เพียงช่องทางเดียว ข้อดีในการสร้างแรงจูงใจทางการตลาด สามารถเข้าถึงลูกค้าได้จำนวนมาก คือคนที่สามารถเข้าถึง Internet ได้ก็สามารถเป็นลูกค้าเราได้ อีกทั้งไม่มี cost โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายหน้าร้านทางกายภาพ ไม่ว่าจะเป็นค่าเช่าพื้นที่ หรือค่าจ้างพนักงาน สถิติจะเห็นว่า E-commerce ส่วนใหญ่ในไทยประมาณ 70% มีพนักงานเพียงแค่ 1-5 คนเท่านั้น เห็นได้ชัดว่าลด cost ได้โดยตรง และประเภทต่อมา Click and Mortar Business เป็นการเพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาดคือมีร้านอยู่จริงและขายออนไลน์ด้วย เป็นรูปแบบที่บริษัทมีทั้งสองช่องทาง ในรูปแบบนี้จะเป็น

การพัฒนามาจากร้านค้าที่มีหน้าร้านอยู่แล้ว แต่ต้องการที่จะขยายช่องทางในการขายสินค้า ข้อดีในการสร้างแรงจูงใจทางการตลาด มีช่องทางในการนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้าที่หลากหลาย คือ สามารถที่จะทำได้ทั้งสองช่องทางลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น และที่สำคัญสามารถผสมผสานทั้งสองช่องทางร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเตอร์เน็ต และไปรับสินค้าทางหน้าร้านได้ อาทิ วอยเชอร์ package tour

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษากลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในประเทศของกลุ่มประชากรวัยทำงาน ให้หลากหลายมากขึ้น และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวร่วมกับกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ การท่องเที่ยว หรือสถานประกอบการเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถปรับปรุงการให้บริการต่าง ๆ และสามารถสรรหาบริการใหม่ ๆ สร้างความแตกต่างในการให้บริการเป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

2. ควรนำโครงการรัฐมาศึกษาเพิ่มเติม เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ได้ในทั้งระดับมหภาคและจุลภาค โดยนำผลจากการวิเคราะห์มาพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด ซึ่งภาครัฐควรหันมาสนับสนุนและส่งเสริมให้การท่องเที่ยวภายในประเทศมีความแข็งแรง และสร้างรายได้ให้ประเทศได้ในสัดส่วนที่มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และมีความแข็งแรงอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับเศรษฐกิจประเทศ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือโมเดลของประเทศญี่ปุ่นที่เขาสนับสนุนท่องเที่ยวภายในประเทศ กระทั่งมีสัดส่วนรายได้คิดเป็น 3 ใน 4 ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด และพึ่งพาต่างชาติเพียงแค่ 1 ใน 4 เท่านั้น ซึ่งการที่ทำให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง จะทำให้ประเทศไทยมีการใช้จ่ายหมุนเวียนภายในประเทศอย่างยั่งยืน

3. ควรศึกษามาตรการใหม่ของรัฐสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยว "ร้อยเดียว เที่ยวทั่วไทย" เพิ่มเติม ซึ่งเป็นมาตรการที่จะร่วมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถซื้อแพ็กเกจที่พักในราคาพิเศษในราคา 100 บาท จำนวน 10,000 รายการต่อรอบการจัดกิจกรรม รวมทั้งหมด 40,000 รายการ โดยการลงทะเบียนเพื่อร่วมซื้อแพ็กเกจทาง official line ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) รับสิทธิลิงก์สู่หน้าการซื้อแพ็กเกจคนละ 1 รายการ โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย Gen X และ Gen Y รวมทั้งกลุ่มผู้มีกำลังการใช้จ่ายในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 63.5 ล้านบาท ซึ่งอาจจะเป็นส่วนสำคัญที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

เอกสารอ้างอิง

การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทย. (2562). รายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศทั้งปี 2562 [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z3024.aspx

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2551). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดารา ทีปะปาล. (2541). การสื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญพัฒน์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์. Taro Yamane. (1973). Statistic: An Introductory Analysis (3rd ed.). New York: Harper and Row.

พรรษกฤช ศุทธิเวทิน. (2559). "กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประชากรรุ่นแซด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล." วิทยานิพนธ์คณะศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ละเอียด ศิลาน้อย และ สุภาวดี สุทธิรักษ์. (2559). "ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษาสวนสละอาทิตย์ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี." วิทยานิพนธ์คณะศิลปศาสตร์ สาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ศศิธร รัตนประยูร. (2559). "ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย กรณีศึกษา กลุ่มเพศทางเลือก (LGBTQ)." วิทยานิพนธ์คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

สุดถนอม ตันเจริญ. (2558). "การจัดนิทรรศการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย." วิทยานิพนธ์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

เดชาธร เงินทองแดง. (2557). "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและธรรมชาติในจังหวัดนครนายก." วิทยานิพนธ์คณะบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติสแตมฟอร์ด

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับอัตราการฆ่าตัวตาย

The Relationship between Socioeconomic Factors and Suicide Rate

เพ็ญพิชชา ศรีฟ้า
Phenphitcha Srifa
สาขา เศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University
อีเมล์ : nesppc_srifa@hotmail.com
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรุณี ปัญญสวัสดิ์สุทธิ์, ศ.ด.
Assistant Professor Arunee Punyasavatsut, Ph.D.
ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University
อีเมล์ : fecoand@ku.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่ออัตราการฆ่าตัวตาย ใช้ข้อมูลแบบพาแนล (panel data) ของประเทศต่างๆในโลกจำนวน 168 ประเทศตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 ถึง ค.ศ. 2016 รวม 17 ปีและการวิเคราะห์ด้วยวิธีทางเศรษฐมิติ ทั้ง Fixed Effects Model และ Random Effects Model จากการศึกษาพบว่าวิธี Fixed Effects มีความเหมาะสมที่สุด ผลการศึกษาพบว่า อัตราการว่างงาน อัตราติดเชื้อเอดส์ และสัดส่วนการบริโภคแอลกอฮอล์ต่อประชากร มีผลกระทบต่ออัตราการการฆ่าตัวตายในทิศทางบวก ขณะที่รายได้ต่อประชากรที่แท้จริง ค่าใช้จ่ายของรัฐทางด้านสุขภาพ อัตราการเกิดและศาสนาประจำชาติ(อิสลาม) มีผลกระทบต่ออัตราการการฆ่าตัวตายในทิศทางลบ ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้รัฐบาลสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการและนโยบายต่าง ๆ เพื่อเป็นการลดอัตราการฆ่าตัวตายต่อไป

คำสำคัญ : อัตราการฆ่าตัวตาย ข้อมูลพาแนล ตัวแปรทางเศรษฐกิจ

Abstract

The purpose of this research was to study the effects of socioeconomic factors on suicide rate. Studies using panel data from 168 countries in the world since the year 2000 to 2016. The data was analyzed through a Fixed-Effects Model and a Random Effects Model. The findings indicate that the best estimation method is the Fixed Effect. The results showed that suicide rate has a positive relationship with unemployment, incidence of HIV and Per capita

alcohol consumption. While per capita GDP, Fertility rate and Religion (Islam) has a negative. That results for of study from the government can use criteria for set measure and policy for reduce the suicide rate further.

Keywords : Suicide Rate, Panel Data, Economic Variable

บทนำ

สภาวการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบันทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ล้วนส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เมื่อต้องเผชิญกับสภาวการณ์ดังกล่าวส่งผลให้คนบางกลุ่มไม่สามารถปรับตัวและเมื่อเกิดปัญหาจึงหาทางออกของการแก้ปัญหาไม่ได้ จนเกิดภาวะทางจิต เกิดความเครียดและความกดดัน จนก่อให้เกิดปัญหาการฆ่าตัวตายที่มีความถี่มากขึ้นกว่าในอดีต

จากข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization : WHO) พบว่า การฆ่าตัวตายเกิดขึ้นกับทุกประเทศทั่วโลกทั้งในประเทศร่ำรวยและประเทศยากจน โดยตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ในแต่ละปีมีคนจำนวน 800,000 กว่าคนทั่วโลกตัดสินใจจบชีวิตด้วยการฆ่าตัวตาย นั่นหมายความว่า คนในโลกจบชีวิตตนเองทุกๆ 40 วินาทีซึ่งมากกว่าการตายจากสงครามและถูกฆ่าตายรวมกัน และยังพบว่าร้อยละ 79 ของการฆ่าตัวตายทั้งหมดเกิดขึ้นในประเทศรายได้ต่ำและรายได้ปานกลาง ในปี 2560 การฆ่าตัวตายคิดเป็นร้อยละ 1.4 ของการเสียชีวิตทั้งหมดทั่วโลก ทำให้ปัญหาการฆ่าตัวตายเป็นสาเหตุการตายอยู่ในอันดับที่ 18

ในปัจจุบันพบว่า การสูญเสียทรัพยากรมนุษย์จากปัญหาการฆ่าตัวตายนั้นมีความถี่ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งการเสียชีวิตของคนๆ หนึ่งก่อให้เกิดผลกระทบหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจที่ต้องสูญเสียบุคคลซึ่งเป็นทรัพยากรมนุษย์เปรียบเสมือนกำลังแรงงานที่สามารถพัฒนาสังคมและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศได้ ในแง่ของสังคมการฆ่าตัวตายของบุคคลหนึ่งอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมการลอกเลียนแบบตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะในปัจจุบันสื่อมีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการฆ่าตัวตายที่มีความถี่และละเอียดมากขึ้น เช่น การนำเสนอข่าวการฆ่าตัวตายของศิลปินชื่อดัง ซึ่งมีความเสี่ยงที่จะทำให้แฟนคลับหรือคนที่ชื่นชอบในตัวบุคคลนั้นรู้สึกโศกเศร้าสะเทือนใจเป็นอย่างมาก และอาจคิดสั้นฆ่าตัวตายตามบุคคลนั้นได้ นอกจากผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและสังคมการฆ่าตัวตายยังส่งผลกระทบต่อจิตใจของครอบครัวผู้เสียชีวิตที่ต้องสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รักอีกด้วย

จากสถานการณ์ดังกล่าว ทั่วโลกให้ความสนใจเกี่ยวกับปัญหาการฆ่าตัวมากขึ้น ในส่วนของงานวิจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์จำนวนมากในต่างประเทศที่มีการศึกษาสาเหตุและปัจจัยที่ก่อให้เกิดการฆ่าตัวตาย โดยใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง (cross-section data) ข้อมูลอนุกรมเวลา (time-series data) และข้อมูลพาแนล (panel data) เช่น การศึกษาของ Lin (2006) ศึกษาโดยใช้ข้อมูลพาแนล (panel data) ของประเทศไต้หวัน 22 เมืองในปี ค.ศ. 1979-2002 และข้อมูลของประเทศในเอเชีย 6 ประเทศในปี ค.ศ. 1976-2000 ผลการศึกษาพบว่า เมื่ออัตราการว่างงานสูงขึ้น อัตราการเสียชีวิตจากการฆ่าตัวตายสูงขึ้นและรายได้ต่อหัวของ

ประชากรเพิ่มขึ้นจะลดอัตราการฆ่าตัวตายลง นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อระดับการศึกษาและอายุมากขึ้นส่งผลต่อการฆ่าตัวตายที่มากขึ้น

สำหรับประเทศไทยงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่ส่งผลต่อการฆ่าตัวตายยังมีไม่มาก โดยการศึกษาข้อมูลรายบุคคล (individual data) และข้อมูลรวม (aggregate data) ในส่วนงานวิจัยที่ศึกษาข้อมูลรายบุคคล เช่น การศึกษาของ เรณู ขวัญยืน (2542) ได้ศึกษาพฤติกรรมการพยายามฆ่าตัวตายของวัยรุ่น ในจังหวัดนนทบุรี พบว่าปัจจัยที่ทำให้พยายามฆ่าตัวตายได้แก่ ความยากจน ครอบครัวแตกแยก การสูญเสียความรัก และความขัดแย้งในชีวิตสมรส เป็นต้น ในขณะที่งานวิจัยที่ศึกษาข้อมูลรวม เช่น การศึกษาของ ดรุณวรรณ สมใจ (2553) การศึกษาโดยใช้ข้อมูลสถิติทุติยภูมิ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2549 ในระดับจังหวัดของประเทศไทย พบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลทำให้อัตราการฆ่าตัวตายสูงขึ้น ได้แก่ อัตราการว่างงาน ผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ อัตราผู้ป่วยโรคเอดส์ อัตราการหย่าร้าง และอัตราประชากรสูงอายุ และการศึกษาของ อรุณี ปัญญสวัสดิ์สุทธิ์ (2554) ศึกษาวัฏจักรธุรกิจและอัตราการฆ่าตัวตาย โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา พบว่าปัจจัยที่มีผลทำให้อัตราการฆ่าตัวตายเพิ่มขึ้นได้แก่ อัตราการว่างงาน อัตราผู้ป่วยโรคเอดส์ และผลผลิตมวลรวมภายในประเทศลดลง เป็นต้น และการศึกษาของ ชิดตะวัน ชนะกุล (2559) ศึกษาเรื่อง สุรา ลักษณะทางเศรษฐกิจและอัตราการฆ่าตัวตายในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอัตราการฆ่าตัวตาย ความชุกของสุรา โดยจำแนกเป็น (1) ความชุกของนักดื่มสุราในประชากรวัยรุ่น (อายุ 15-19 ปี) และความชุกของนักดื่มในประชากรผู้ใหญ่ (อายุ 20 ปีขึ้นไป) รวมถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่กำหนดอัตราการฆ่าตัวตาย นอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการฆ่าตัวตายในประเทศไทย โดยผลการศึกษาพบว่า อัตราการฆ่าตัวตายมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับสุรา รายได้ของครัวเรือน อัตราการหย่าร้าง อัตราประชากรสูงอายุ และสัดส่วนของประชากรที่ทำงานในหน่วยงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ/เอกชน ในขณะที่อัตราการฆ่าตัวตายมีความสัมพันธ์ทิศทางตรงกันข้ามกับหนี้สิน ความหนาแน่นของประชากร และสัดส่วนประชากรเพศหญิงที่เป็นหัวหน้าครัวเรือน

จากความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการฆ่าตัวตายและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการฆ่าตัวตาย ได้แก่ รายได้ต่อประชากรที่แท้จริง ค่าใช้จ่ายของรัฐทางด้านสุขภาพ อัตราการว่างงาน อัตราติดเชื้อเอดส์ อัตราการเกิด สัดส่วนการบริโภคแอลกอฮอล์ต่อประชากร สัดส่วนประชากรสูงอายุ และศาสนาประจำชาติ เป็นต้น โดยใช้ข้อมูลพาแนล (panel data) ของประเทศต่างๆในโลกตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 ถึง ค.ศ. 2016 เพื่อเข้าใจถึงสาเหตุของการฆ่าตัวตาย ที่เป็นผลมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีประโยชน์ในเชิงนโยบายต่อการแก้ไขและลดปัญหาการฆ่าตัวตายต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่ออัตราการฆ่าตัวตาย

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้จึงทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่ออัตราการฆ่าตัวตาย จะทำการทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างอัตราการฆ่าตัวตายและ (1) ตัวแปรทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ต่อประชากรที่แท้จริง ค่าใช้จ่ายของรัฐทางด้านสุขภาพ และอัตราการว่างงาน (2) ตัวแปรทางสังคม ได้แก่ อัตราติดเชื้อเอดส์ อัตราการเกิด สัดส่วนการบริโภคแอลกอฮอล์ต่อประชากร สัดส่วนประชากรสูงอายุ และศาสนาประจำชาติ โดยข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลแบบพาแนล (panel data) ของประเทศต่างๆในโลกจำนวน 168 ประเทศตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 ถึง ค.ศ. 2016 รวม 17 ปี รวมจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 2,856 ตัวอย่างสำหรับขั้นตอนการศึกษา ประกอบด้วย 2 ส่วน คือส่วนแรกเป็นการทดสอบคุณสมบัติของตัวแปรด้วยวิธีการทางเศรษฐมิติ ซึ่งจะนำเสนอการทดสอบคุณสมบัติทางด้านความนิ่ง (Stationary) ของชุดข้อมูลด้วยการทดสอบ Panel Unit Root Test จากนั้นในส่วนถัดมาทำการประมาณค่าแบบจำลองปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการฆ่าตัวตายด้วยวิธี Fixed Effect และ Random Effect โดยทำการทดสอบ Hausman Test เพื่อดูว่าควรใช้วิธีการใดในการประมาณค่าความสัมพันธ์

สรุปและการอภิปรายผลการวิจัย

ผลการทดสอบ Panel Unit Root Test

เมื่อพิจารณาผลการทดสอบ Panel Unit Root โดยวิธี Fisher-ADF ในระดับ Level ของตัวแปรทั้งหมดที่นำมาใช้ในการศึกษา (ตารางที่ 1) พบว่าตัวแปรอัตราการฆ่าตัวตาย รายได้ที่แท้จริงต่อประชากร ค่าใช้จ่ายของรัฐทางด้านสุขภาพ อัตราการว่างงาน อัตราการติดเชื้อเอดส์ อัตราการเกิด สัดส่วนการบริโภคแอลกอฮอล์ต่อประชากร และสัดส่วนประชากรสูงอายุ พบว่าไม่มีปัญหา Unit root หรือ มีลักษณะคงที่ (Stationary) ณ ระดับ Level หรือมีอันดับความสัมพันธ์ของข้อมูล (Order of Integration) เท่ากับ 0 หรือ I(0) โดยผลการทดสอบ Unit root ปรากฏว่าสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถนำตัวแปรทุกตัวมาทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและการประมาณค่าสมการ Panel Data ได้

ตารางที่1 ผลการทดสอบตัวแปรด้วย Panel Unit Root Test ณ ระดับ Level

ตัวแปร	**ผลการทดสอบความนิ่ง Fisher-type ADF**	**ผลการทดสอบ**	**ระดับ**
อัตราการฆ่าตัวตาย (SUICIDE RATE)	1313.2865*** (0.0000)	Stationary	I(0)
รายได้ที่แท้จริงต่อประชากร (GDPPC)	599.6073*** (0.0000)	Stationary	I(0)
ค่าใช้จ่ายของรัฐทางด้านสุขภาพ (EXP)	584.1693*** (0.0000)	Stationary	I(0)

ตารางที่1 (ต่อ)

ตัวแปร	ผลการทดสอบความนิ่ง Fisher-type ADF	ผลการทดสอบ	ระดับ
อัตราการว่างงาน (UNEM)	930.8338*** (0.0000)	Stationary	I(0)
อัตราการติดเชื้อเอดส์ (HIV)	1325.9868*** (0.0000)	Stationary	I(0)
อัตราการเกิด (BIRTH)	1697.4481*** (0.0000)	Stationary	I(0)
สัดส่วนการบริโภคแอลกอฮอล์ต่อประชากร (ALCO)	988.7620*** (0.0000)	Stationary	I(0)
สัดส่วนประชากรสูงอายุ (AGE)	581.6342*** (0.0000)	Stationary	I(0)

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ตัวเลขใน () หมายถึง ค่า P-value

*** ข้อมูลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบ Panel Model

การคาดประมาณแบบจำลอง Panel ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็นการคาดประมาณด้วยวิธี Fixed-Effect Model และ Random Effect Model สามารถสรุปผลการประมาณการได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าสมการแบบ Fixed Effect Model และ Random Effect Model

ตัวแปร	Fixed Effect		Random Effect	
	Coef.	Std.Err.	Coef.	Std.Err.
CONS	14.86856***	0.7146864	14.38652***	.9907133
GDPPC	-0.0000875***	0.0000114	-.0001153***	.000011
EXP	0.0001623	0.0001075	-.0005677***	.0001087
UNEM	0.0523057***	0.0135397	.0857967***	.0139867
HIV	0.209702***	0.0578605	.318926***	.056313
BIRTH	-0.2701719***	0.0218888	-.0247526	.017393
ALCO	0.7659445***	0.1470909	.8416978***	.1327523
AGE	-0.041065	0.0511157	-.3013978***	.0472727
ISLAM	-	-	-5.192208***	1.142055

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปร	Fixed Effect		Random Effect	
	Coef.	Std.Err.	Coef.	Std.Err.
BHUDDISH	-	-	-1.582508	2.29597
CHRISTIAN	-	-	-.1799291	1.111389
Observations	2781		2781	
Number of countries	168		168	
R-squared	0.3127		0.2087	

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ:

*** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

ในการทดสอบเพื่อตัดสินเลือกระหว่าง Fixed Effect Model กับ Random Effect Model นั้นจะใช้การทดสอบ Hausman's Specification Test (ตารางที่ 3) จากผลการทดสอบด้วยโปรแกรมทางสถิติ พบว่าค่า Chi-Sq. Statistic มีค่าเท่ากับ 326.40 และค่า Prob>Chi2 มีค่าเท่ากับ 0.0000 ดังนั้นจึงสรุปว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก หมายความว่า Fixed Effect Model เป็นวิธีที่มีความเหมาะสมมากกว่า Random Effect Model ในการประมาณการสมการถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการฆ่าตัวตายกับตัวแปรทางเศรษฐกิจและสังคม

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบ Hausman's Specification Test

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Probability
Hausman's Specification Test	326.40***	(0.0000)

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ตัวเลขใน () หมายถึง ค่า P-value

*** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าตัวแบบ Fixed Effect Model เป็นตัวแบบที่ดีที่สุดสำหรับการประมาณการสมการถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการฆ่าตัวตายกับตัวแปรทางเศรษฐกิจและสังคม จากการประมาณการสมการถดถอยด้วยวิธี Fixed Effect Model ในการหาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่ออัตราการฆ่าตัวตาย จะได้ค่าคงที่ (Intercept Term) และ ค่าความชัน (Slope) ดังตารางที่ 2 และสามารถเขียนรูปแบบสมการ Fixed Effect Model ได้ดังนี้

$$\text{SUICIDE RATE}_{it} = 14.86856 - 0.000087\text{GDPPC}_{it} + 0.00016\text{EXP}_{it}$$
(0.71469)*** (0.00001)*** (0.00011)
$$+0.0523\text{UNEM}_{it} + 0.20970\text{HIV}_{it} - 0.27017\text{BIRTH}_{it}$$
(0.01353)*** (0.05786)*** (0.02189)***
$$+0.76594\text{ALCO}_{it} - 0.04106\text{AGE}_{it} - 5.192201\text{ISLAM}_{it}$$
(0.14709)*** (0.05112) (1.14206)***

หมายเหตุ: ตัวเลขใน () หมายถึง ค่า P-value

*** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษากับอัตราการฆ่าตัวตายด้วยวิธี Fixed Effect Model สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. รายได้ต่อประชากรที่แท้จริงต่อประชากร (GDPPC) มีผลกระทบต่ออัตราการการฆ่าตัวตายในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.0000875 หมายความว่า รายได้ต่อประชากรที่แท้จริงต่อประชากร (GDPPC) เพิ่มขึ้น 1 ดอลลาร์สหรัฐ จะส่งผลให้อัตราการฆ่าตัวตายลดลง 0.0000875 คนต่อประชากรแสนคน ซึ่งตรงตามกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และสอดคล้องกับทฤษฎีของ Hamermesh and Soss และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Neumayer (2003) และ Lin (2006) เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้น ทำให้บุคคลมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ความพึงพอใจก็จะเพิ่มขึ้นเนื่องจากระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ระดับการบริโภคสูงขึ้นตามไปด้วย หากบุคคลได้รับรายได้รวมที่สูง เขาย่อมมีความคาดหมายถึงการบริโภคที่สูงตามไปด้วย ส่งผลให้เกิดความพอใจสูงไปด้วย โอกาสการฆ่าตัวตายก็จะต่ำ

2. อัตราการว่างงาน (UNEM) มีผลกระทบต่ออัตราการการฆ่าตัวตายในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.0523057 หมายความว่า อัตราการว่างงาน (UNEM) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อัตราการฆ่าตัวตายเพิ่มขึ้น 0.0523057 คนต่อประชากรแสนคน ซึ่งตรงตามกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Andres and Halicioglu (2010) และ อรุณี ปัญญสวัสดิ์สุทธิ์ (2554) เนื่องจากการที่บุคคลขาดรายได้ มีรายได้ไม่เพียงพอในการใช้จ่ายส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับต่ำ ย่อมส่งผลให้เกิดการฆ่าตัวตายที่สูง

3. อัตราติดเชื้อเอดส์ (HIV) มีผลกระทบต่ออัตราการการฆ่าตัวตายในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.209702 หมายความว่า อัตราติดเชื้อเอดส์ (HIV) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อัตราการฆ่าตัวตายเพิ่มขึ้น 0.209702 คนต่อประชากรแสนคน ซึ่งตรงตามกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับทฤษฎีของอิไมล์ เดอไคม์ (Emile Durkhei) และผลการศึกษา Madianon, Alexiou, Patelakis, and Economou (2014) และ ดรุณวรรณ สมใจ (2553) เนื่องจากผู้ที่ติดเชื้อเอดส์จะมีคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับต่ำ ทั้งทางด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้ผู้ติดเชื้อเอดส์มักจะถูกกีดกันออกจากสังคม ไม่ถูกยอมรับทางสังคม ทำให้สูญเสียหน้าที่การงาน รายได้ ทำมีโอกาสให้คิดฆ่าตัวตายได้สูง ดังนั้นควรมีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านสัมพันธภาพทางสังคมของผู้ติดเชื้อเอดส์

4. อัตราการเกิด (BIRTH) มีผลกระทบต่ออัตราการการฆ่าตัวตายในทิศทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ-0.2701719 หมายความว่า อัตราการเกิด (BIRTH) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อัตราการฆ่าตัวตายลดลง 0.2701719 คนต่อประชากรแสนคน ซึ่งตรงตามกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Noh (2009) เนื่องจากบุตรช่วยส่งเสริมความความสัมพันธ์ทางสังคมและครอบครัวให้แก่ผู้มีบุตรส่งผลให้ผู้มีบุตรรู้สึกว่าตนเองไม่โดดเดี่ยวทางสังคม ย่อมส่งผลให้โอกาสการฆ่าตัวตายก็จะต่ำ

5. สัดส่วนการบริโภคแอลกอฮอล์ต่อประชากร (ALCO) มีผลกระทบต่ออัตราการการฆ่าตัวตายในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ0.7659445 หมายความว่า สัดส่วนการบริโภคแอลกอฮอล์ต่อประชากร (ALCO) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อัตราการฆ่าตัวตายลดลง 0.7659445 คนต่อประชากรแสนคน ซึ่งตรงตามกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Noh (2009) และ หทัยทิพย์ เจริญศรี (2558) เนื่องจากการรายงานของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุขมีการรายงานว่า สุราเป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดการฆ่าตัวตาย เนื่องจากสุราจะเข้าไปกระตุ้นให้เกิดการอยากฆ่าตัวตาย กล่าวง่ายๆคือ เมื่อดื่มสุราเข้าไปจะทำให้เกิดการเสื่อมถอยทั้งทางด้านสุขภาพและจิตใจ นอกจากนี้ผู้ที่รู้สึกว่าตนเองไร้ค่าหรือมีความคิดอยากฆ่าตัวตายอยู่แล้ว หากดื่มสุราเข้าไปทำให้บุคคลนั้นขาดสติยับยั้งชั่งใจทำให้ตัดสินใจฆ่าตัวตายได้โดยง่าย

ตัวแปรทางด้านศาสนา พบว่า Fixed Effect Model ไม่สามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทางด้านศาสนาประจำชาติกับอัตราการฆ่าตัวตายได้ เนื่องจากศาสนาในแต่ละประเทศมีค่าคงที่ ดังนั้นใน Fixed Effect Model ตัวแปรทางด้านศาสนาไม่สามารถใช้เป็นตัวแปรอิสระได้ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ต้องการพิจารณาผลกระทบทางด้านศาสนาต่ออัตราการฆ่าตัวตาย ดังนั้นจึงทำการแสดงผลด้วย Random Effect Model แทนเพื่อให้เห็นว่ามีผลกระทบต่ออัตราการฆ่าตัวตายหรือไม่ ผลการศึกษาพบว่า ศาสนาอิสลาม (ISLAM) มีผลกระทบต่ออัตราการการฆ่าตัวตายในทิศทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -5.192208 หมายความว่า ประเทศที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นศาสนาประจำชาติจะมีค่าเฉลี่ยของการฆ่าตัวตายน้อยกว่าประเทศอื่นๆที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลามเป็นหลักอยู่ 5.192208 คนต่อประชากรแสนคน ซึ่งตรงตามกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากเว็บไซต์ Isranews ได้ลงบทความพิเศษซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการกระทำอัตวินิบาตกรรมหรือการฆ่าตัวตายในศาสนาอิสลาม โดยระบุว่า ชาวมุสลิมนั้นต่อต้านหรือคัดค้านการฆ่าตัวตายรวมทั้งการการุณยฆาต (mercy killing หรือ euthanasia) การฆ่าตัวตายตามบทบัญญัติในศาสนาอิสลามเป็นที่ต้องห้ามหรือ ‘ฮารัม’ (haram) และถือเป็นบาปใหญ่ หากผู้ฝ่าฝืนหรือผู้ละเมิดจะไม่ได้เข้าสวรรค์ ตรงกันข้ามต้องถูกลงโทษทัณฑ์ให้ตกนรกไม่ต่างไปจากการฆ่าผู้อื่น (Isranews Agency, 2019)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.องค์กรของภาครัฐและภาคเอกชน ควรมีบทบาทในการกำหนดมาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาการฆ่าตัวตายจะต้องมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนและสนับสนุนการทำงานอย่างเต็มที่ขององค์กรต่างๆ เพราะปัญหาการฆ่าตัวตายเป็นปัญหาที่ละเอียดอ่อน ทั้งวิชาการทั้งทางด้านการแพทย์ นักจิตวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ รวมทั้งอาสาสมัครควรมีการประสานงานกันอย่างมีประสิทธิภาพ

2.ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับการฆ่าตัวตายแก่ประชาชน ให้ได้รับทราบถึงสาเหตุและปัญหา เพราะเป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถป้องกันได้ ทัศนะของสังคมโดยทั่วไปมักมองผู้พยายามฆ่าตัวตายว่าเป็นบุคคลที่มีความผิด มีความบกพร่องทางจิตที่ไม่สามารถช่วยอะไรได้ ซึ่งในความเป็นจริงความพยายามฆ่าตัวตายสามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคน เพราะความพยายามฆ่าตัวตายไม่ได้เกิดจากความบกพร่องทางใจเท่านั้น อาจเกิดมาจากปัญหาทางสังคมที่มีผลต่อสภาวะทางจิตได้เช่นกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1.ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่ออัตราการฆ่าตัวตาย ดังนั้นแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาสาเหตุของการฆ่าตัวตายในประชากรของแต่ละช่วงวัย รวมทั้งศึกษาเปรียบเทียบสาเหตุของการฆ่าตัวตายในแต่ละกลุ่มประเทศ เพื่อความชัดเจนในการวิเคราะห์มากยิ่งขึ้น

2.ในการศึกษาครั้งครั้งต่อไปอาจทำการเพิ่มตัวแปรอิสระ ทั้งในตัวแปรที่สะท้อนถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและปัจจัยทางด้านสังคม ได้แก่ ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม อัตราการหย่าร้าง และอัตราการสมรส เป็นต้น เพื่อที่จะนำมาใช้สำหรับทางการศึกษาถึงผลกระทบต่ออัตราการฆ่าตัวตาย ซึ่งก็เพื่อเป็นการปรับปรุงและพัฒนาแบบจำลองทางเศรษฐมิติ ให้มีความเหมาะสมและมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นในลำดับต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ชิดตะวัน ชนะกุล. (2559). สุรา ลักษณะทางเศรษฐกิจ และอัตราการฆ่าตัวตายในประเทศไทย (รายงานวิจัยลำดับที่ 9/2559). ภาควิชาเศรษฐศาสตร์: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดรุณวรรณ สมใจ. (2553). ผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคมที่มีต่อแนวโน้มการฆ่าตัวตายของประชากรในระดับจังหวัดของประเทศไทย(รายงานวิจัย). สถาบันสร้างเสริมสุขภาพคนพิการ: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.

ประเสริฐ รักไทยดี. (2534). การฆ่าตัวตาย: ปัญหาที่ไม่ควรมองข้าม. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์, 31(4), 18-31.

เรณู ขวัญยืน. (2542). การศึกษาพฤติกรรมการพยายามฆ่าตัวตายของวัยรุ่นในจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น. (2554). คุณภาพชีวิตของคนไทย: นัยจากสถิติการฆ่าตัวตาย. วารสารปัญญภิวัฒน์, 2(2), 50-65.

อรุณี ปัญญสวัสดิ์สุทธิ์. (2554). วัฏจักรธุรกิจและอัตราการฆ่าตัวตาย(รายงานวิจัยลำดับที่5/2554). ภาควิชาเศรษฐศาสตร์: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Durkheim, E. (1951). Suicide: a Study in Sociology. New York: The Free Press.

Hamermesh, D. S., and Soss, N. M. (1974). An Economic Theory of Suicide. Journal of Political Economy, 82, 83-98.

Lin, S. (2006). Unemployment and suicide: Panel data analyses. The Social Science Journal, 43, 727-732.

Madianon, M., Alexiou, T., Patelakis, A., and Economou, M. (2014). Suicide, unemployment and other socioeconomic factors: evidence from the economic crisis in Greece. Eur. J.Psychiat, 28, 39-49.

Noh, Y. (2009). Does unemployment increase suicide rates? The OECD panel evidence. Journal of Economic Psychology, 30, 575–582.

World Health Organization. (n.d.). Mental Health. Retrieved October 13, 2019, from http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/suicideprevent/en

World Health Organization. (n.d.). Mental Health. Retrieved October 15, 2019, from https://www.who.int/docs/default-source/mental-health/suicide/flyer40seconds-web.pdf

World Population Review. (2019). Suicide Rate by Country Population. Retrieved October 9, 2019, from http://worldpopulationreview.com/countries/suicide-rate-by-country

อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคเพศหญิง

Influence of Integrated Marketing Communication on Promoting Healthy Cereal Products Consumption among Female Consumers

กานต์พิชชา ปิ่นบัณฑิตทรัพย์
นิสิตปริญญาโทสาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Master Student in Communication Arts and Information, Faculty of Humanities, Kasetsart University
รองศาสตราจารย์นธกฤต วันต๊ะเมล์, Ph.D.
Associate Professor Nottakrit Vantamay, Ph.D.
ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities
อีเมล์: Karnpidchar.pi@ku.ac.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง (2) อิทธิพลร่วมของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการรับรู้คุณประโยชน์ ทัศนคติ พฤติกรรมการบริโภค และความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ (3) อิทธิพลของการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ธัญพืชต่อทัศนคติผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ (4) อิทธิพลของทัศนคติผลิตภัณฑ์ธัญพืชต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ (5) อิทธิพลของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชต่อความภักดีในผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ

ผลการวิจัยพบว่า (1) การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่ออยู่ในระดับปานกลาง($\bar{x}$=2.80) ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ ($\bar{x}$=2.91), การตลาดออนไลน์ ($\bar{x}$=2.90), การส่งเสริมการขาย ($\bar{x}$=2.80) และการโฆษณา ($\bar{x}$=2.74) (2) อิทธิพลร่วมของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการรับรู้คุณประโยชน์ ทัศนคติ พฤติกรรมการบริโภค และความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ พบว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลร่วมต่อการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ธัญพืช (β =0.179 และ β =0.149 ตามลำดับ) การใช้สื่อการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลร่วมต่อทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ธัญพืช (β =0.199), การใช้สื่อโฆษณาและการใช้สื่อ

ออนไลน์มีอิทธิพลร่วมต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ (β =0.185 และ β =0.318) ตามลำดับ และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อออนไลน์มีอิทธิพลร่วมต่อความภักดีในผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ (β =0.357 และ β =0.198) ตามลำดับ (3) อิทธิพลของการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ธัญพืชต่อทัศนคติผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ พบว่า การรับรู้คุณประโยชน์ของธัญพืชเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อทัศนคติผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ (β =0.606) (4)อิทธิพลของทัศนคติผลิตภัณฑ์ธัญพืชต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ (β =0.209) (5) อิทธิพลของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชต่อความภักดีในผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ พบว่า พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชมีอิทธิพลต่อความภักดีในผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ (β =0.376)

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน, ธัญพืช, พฤติกรรมผู้บริโภค

Abstract

The objectives of research are regarding to the study of (1) Integrated Marketing Communication towards the promotion of cereal products for health of female consumers, (2) The co-influence of integrated marketing communications toward cognitive benefits, attitude, consumption behavior and loyalty to healthy cereals products (3) The influence of perceiving the benefit of healthy cereals products toward on the attitude of healthy cereal products (4) The influence of attitude towards consumption behavior of healthy cereal products (5)The influence of consumption behavior towards loyalty in healthy cereal products.

According to the research results, appearing that (1) Integrated Marketing Communication towards the promotion of cereal products for health of female consumers found that the sample is exposure to moderate ($\bar{x}$=2.80) include Public relations ($\bar{x}$=2.91) , Social Marketing ($\bar{x}$=2.90) ,Sales Promotion ($\bar{x}$=2.80) and Advertising ($\bar{x}$=2.74) (2) The co-influence of integrated marketing communications toward cognitive benefits, attitude, consumption behavior and loyalty to healthy cereals products found that using public relations and Social marketing are influenced to cognitive benefits towards cereal products (β =0.179 and β =0.149) respectively, Social marketing influence to attitude towards cereal products (β =0.199), Advertise and Social Marketing are influenced to

consumer behavior towards cereal products (β =0.185 and β =0.318) respectively, Public relation and Social Marketing are influenced to loyalty towards cereal products (β =0.357 and β =0.198) respectively. (3) The influence of perceiving the benefit of healthy cereals products toward on the attitude of healthy cereal products found that the perceived benefits of healthy cereal products influence to attitude of healthy cereal products (β =0.606) (4) The influence of attitude towards consumption behavior of healthy cereal products found that the attitude of healthy cereal products influence to consumer behavior of healthy cereal products (β =0.209) (5)The influence of consumption behavior towards loyalty in healthy cereal products found that the consumption behavior of healthy cereal products influence to loyalty in healthy cereal products (β =0.376).

Keywords: Integrated Marketing Communication, Cereals, Consumer Behavior

บทนำ

ปัจจุบันคนหันมาบริโภคสินค้ากลุ่มธัญพืชเพื่อสุขภาพมากขึ้น สะท้อนผ่านมูลค่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพของคนไทยในปี พ.ศ.2553 ที่มีมูลค่าประมาณ 1.19 ล้านบาท และในปี พ.ศ.2558 ที่มีมูลค่าประมาณ 1.70 แสนล้านบาท แสดงให้เห็นว่ามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.5 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561) ในปี พ.ศ.2560 มีมูลค่าตลาด 1.87 แสนล้านบาท มีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.5 ต่อปี (ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2561) ในขณะที่ปี พ.ศ.2561 มีมูลค่า 1.91 ล้านบาท ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2.8 ต่อปี และมีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ.2565 จะมีมูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพเพิ่มขึ้นเป็น 2.13 แสนล้านบาท (ดลมนัส กาเจ. 2562: ออนไลน์) ดังนั้นสินค้ากลุ่มธัญพืชเพื่อสุขภาพนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจ โดยกระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น เพราะพบว่าการบริโภคแบบนั้นทำให้เกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังน้อยกว่า ซึ่งในระยะหลังคนไทยให้ความสนใจธัญพืชมากขึ้นโดยเฉพาะการบริโภคธัญพืชหลากสี (อาณดี นิติธรรมยง อ้างถึงใน Pavinee Thepkham. 2558: ออนไลน์) ดังนั้น ธัญพืชจึงเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ พิจารณาจากปัจจุบันมูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีการเติบโตเพิ่มมากขึ้น โดยมีการเลือกใช้ธัญพืชที่หลากหลายมาเป็นส่วนหนึ่งในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์กลุ่มธัญพืชซึ่งเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่มีอยู่คู่คนไทยมาเนิ่นนาน ความนิยมที่เพิ่มขึ้นนั้นส่วนหนึ่งมาจากการสื่อสารการตลาดที่ดีส่งผลให้คนรู้จักและนิยมบริโภคมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planed Behavior: TPB) ของ Ajzen ที่กล่าวถึงปัจจัยการรับรู้มีอิทธิพลต่อทัศนคติซึ่งส่งผลให้เกิดเป็นพฤติกรรมได้ (สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2012) สะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารการตลาดเป็นส่วนหนึ่งของกลไกการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มมูลค่าให้แก่ธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่น่าสนใจในการนำมาศึกษา ทั้งนี้ยังพบว่าเพศหญิงมีระดับการเปิดรับสื่อมากกว่าเพศชาย ซึ่งอิทธิพลของการเปิดรับสื่อจากสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการโน้มน้าวใจหรือเปลี่ยนพฤติกรรมรวมถึงทัศนคติได้ ดังนั้น เพศหญิงจึงมีพฤติกรรมชอบเปิดรับสื่อเพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันให้ทันสมัยมากขึ้น (วรพรรณ เรืองโชติช่วง, 2559) เนื่องจากช่องทางการสื่อสารและการเปิดรับสื่อสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วผ่านช่องทางออนไลน์ โดยส่วนของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพพบว่าเพศหญิงมีการรับรู้และใช้ประโยชน์จากข่าวสารมากกว่าเพศชาย (ภูมิพัฒน์ ตระกูลทัศน์เจริญ, 2559) และเพศหญิงมีแนวโน้มอายุยืนมากกว่าเพศชาย เนื่องจากใส่ใจในสุขภาพมากกว่า (ทักษิณา ข่ายแก้ว, 2019)

ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านช่องทางการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพในกลุ่มเพศหญิงจึงน่าสนใจ เนื่องจากปัจจุบันการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ก่อให้เกิดทัศนคติและแสดงออกเป็นพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ท้ายสุดแล้วจะส่งผลต่อความภักดี ซึ่งปัจจุบันช่องทางการสื่อสารทางการตลาดมีหลากหลายเครื่องมือ การศึกษาเพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการสื่อสารของเครื่องมือนั้นจะช่วยให้การสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน โดยการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพนั้นยังมีการสื่อสารการตลาดที่ไม่โดดเด่นมากนัก ทั้งนี้หากทำการศึกษาและเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะมีผลให้ผู้บริโภคนิยมมากขึ้น ส่งผลดีต่อการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรที่สะท้อนถึงภาคเศรษฐกิจการเกษตรของประเทศ ทั้งนี้ผลจากการศึกษาตัวแปรในงานวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เข้าถึงและเข้าใจกลุ่มผู้บริโภคซึ่งทำให้การวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสมบูรณ์และสื่อสารไปยังผู้บริโภคได้อย่างตรงวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาการเปิดรับการตลาดแบบผสมผสานของผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคเพศหญิง

2.เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการรับรู้คุณประโยชน์ ทัศนคติ พฤติกรรมการบริโภค และความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ

3.เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณประโยชน์ต่อทัศนคติของผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ

4.เพื่อศึกษาอิทธิพลทัศนคติต่อพฤติกรรมการบริโภคของผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ

5.เพื่อศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมการบริโภคต่อความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

1.1 ความหมายของการสื่อสารการตลาด : กัลยา จยุติรัตน์ (2550) กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดมีความสำคัญต่อตลาดสมัยใหม่ เพราะเพียงการผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค กำหนดราคาที่เหมาะสม จัดจำหน่ายในลักษณะที่ลูกค้าเข้าถึงได้สะดวกแล้วยังไม่เพียงพอ จำเป็นต้องจัดระบบการสื่อสารการตลาดที่ดีด้วยเพื่อให้สามารถสื่อสารหรือส่งข้อมูลข่าวสารไปยังบุคคลหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องด้วย

1.2 เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : นธกฤต วันต๊ะเมล์ (2555) กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานนั้น เป็นการนำแนวคิดของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลากหลายประเภทมาประยุกต์ใช้ร่วมกันอย่างเหมาะสม โดยการส่งข้อมูลข่าวสารนั้นต้องมีความชัดเจนและสอดคล้องกัน

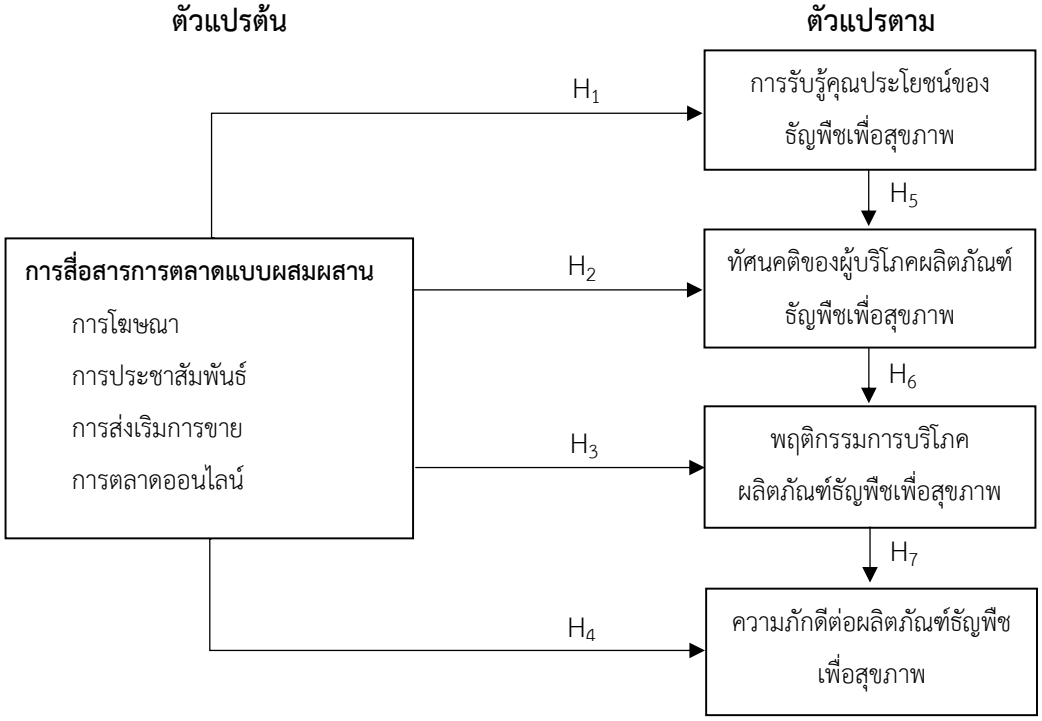
1.3 กระบวนการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน : จิรวุฒิ หลอมประโคน และ จิรวรรณ ดีประเสริฐ (2555) กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน คือ การสื่อสารการตลาดที่หลากหลายและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายโดยมีวัตถุประสงค์เดียวกัน เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน

2.แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ : ชินริณี วีระวุฒิวงศ์ กล่าวว่า ธัญพืชหลายชนิดอยู่คู่กับคนไทยมานานนั้นมีประโยชน์ไม่ต่างกัน เพียงแต่อาจจะยังไม่มีการวิจัยเกี่ยวกับธัญพืชไทยเกิดขึ้นมากนัก ทำให้หลายคนมองข้าม ทั้งนี้การบริโภคธัญพืชเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด เราควรเลือกธัญพืชที่ไม่ผ่านกระบวนการขัดสี เพราะธัญพืชที่ไม่ผ่านกระบวนการผลิตจะมีสารอาหารมากกว่าธัญพืชที่ผ่านการขัดสี (กิดานัล กังแฮ, 2558: ออนไลน์)

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค : ปณิศา มีจินดา (2556) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับความรู้สึกและการจัดการความรู้สึกเป็นความต้องการด้านจิตวิทยาอันเกิดจากขั้นตอนการตัดสินใจในการบริโภค ผู้บริโภคต้องมีการจัดการตามขั้นตอนของกระบวนการบริโภคด้วย ดังนั้นนักการตลาดต้องกำหนดกลยุทธ์และวิธีทางการตลาดให้สอดคล้องเพื่อให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กรอบวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตประชากรที่ใช้ในการวิจัยมุ่งศึกษากลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ที่มีช่วง โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังนี้

1. การสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จาก 50 เขตของกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะทำการแบ่งตามเขตพื้นที่ตั้งทั้งหมด 3 เขต โดยแบ่งตามสัดส่วน ดังนี้ เขตชั้นใน 4 เขต (เขตสาทร เขตบางซื่อ เขตราชเทวี เขตจัตุจักร), เขตชั้นกลาง 4 เขต (เขตลาดพร้าว เขตบางพลัด เขตจอมทอง เขตบางแค) และเขตชั้นนอก 2 เขต (เขตดอนเมือง เขตตลิ่งชัน)

2. การสุ่มแบบชั้นภูมิตามสัดส่วนจริง (Proportional Stratified Sampling) ผู้วิจัยทำการแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนจริงของแต่ละเขต โดยกลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุระหว่าง 25-60 ปี โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ทั้งนี้มีการสอบถามเบื้องต้นเพื่อคัดกรองและเจาะจงเฉพาะกลุ่มป้าหมายที่มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา (กรกฎาคม-ธันวาคม 2562) จำนวน 400 คน

เมื่อรวบรวมข้อมูลจึงนำมาวิเคราะห์การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) เป็นส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) การทดสอบหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป และ การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง นอกจากนั้นแล้วยังใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (MRA: Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษาอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดต่อการรับรู้รู้คุณประโยชน์ ทัศนคติ พฤติกรรมการบริโภค และความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ รวมถึงการวิเคราะห์ถดถอยแบบง่าย (SRA: Simple Regression Analysis) เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อกัน ได้แก่ การรับรู้, ทัศนคติ,พฤติกรรมการบริโภค แลtความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1.ข้อมูลทั่วไป พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง 25-31 ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5มีรายได้ระหว่าง 15,000-25,000บาท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 และมีสถานภาพโสด จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61

2.การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง พบว่า การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 โดยเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 รองลงมา คือ การตลาดออนไลน์ มีการเปิดรับระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ลำดับที่สามการส่งเสริมการขาย มีการเปิดรับระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 และลำดับสุดท้ายคือ การเปิดรับสื่อโฆษณา มีการเปิดรับระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74

ส่วนที่2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

สมมติฐานที่ 1 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานมีอิทธิพลร่วมต่อการรับรู้คุณประโยชน์ของธัญพืชเพื่อสุขภาพ พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ได้แก่ การใช้สื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดออนไลน์ สามารถร่วมกันอธิบายการแปรผันของการรับรู้คุณประโยชน์ของธัญพืชเพื่อสุขภาพได้ร้อยละ 6.2 (Adjust R^2 =0.062) และเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นให้คงที่แล้ว มีตัวแปรอิสระเพียง 2 ตัวที่มีอิทธิพลต่อการ

รับรู้คุณค่าธัญพืชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ (β =0.179) และการตลาดออนไลน์ (β =0.149)

สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานมีอิทธิพลร่วมต่อทัศนคติของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ได้แก่ การใช้สื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดออนไลน์ สามารถร่วมกันอธิบายการแปรผันของการรับรู้คุณประโยชน์ของธัญพืชเพื่อสุขภาพได้ร้อยละ 1.9 (Adjust R^2 =0.019) และเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นให้คงที่แล้ว มีตัวแปรอิสระเพียง 1 ตัวที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การการตลาดออนไลน์ (β =0.199)

สมมติฐานที่ 3 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานมีอิทธิพลร่วมต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ได้แก่ การใช้สื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดออนไลน์ สามารถร่วมกันอธิบายการแปรผันของการรับรู้คุณประโยชน์ของธัญพืชเพื่อสุขภาพได้ร้อยละ 12.5 (Adjust R^2 =0.125) และเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นให้คงที่แล้ว มีตัวแปรอิสระเพียง 2 ตัวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ การใช้สื่อโฆษณา (β =0.185) และการตลาดออนไลน์ (β =0.318)

สมมติฐานที่ 4 การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานมีอิทธิพลร่วมต่อความภักดีต่อการผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ได้แก่ การใช้สื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดออนไลน์ สามารถร่วมกันอธิบายการแปรผันของการรับรู้คุณประโยชน์ของธัญพืชเพื่อสุขภาพได้ร้อยละ 15.5 (Adjust R^2 =0.155) และเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระอื่นให้คงที่แล้ว มีตัวแปรอิสระเพียง 2 ตัวที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ (β =0.357) และการตลาดออนไลน์ (β =0.198)

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้คุณประโยชน์ของธัญพืชเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ พบว่า การรับรู้คุณประโยชน์ของธัญพืชเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์ในเชิงบวก (β =0.606) โดยการรับรู้คุณประโยชน์ของธัญพืชเพื่อสุขภาพ สามารถอธิบายความแปรผันของทัศนคติของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพได้ถูกต้องร้อยละ 36.7 (R^2 =0.367)

สมมติฐานที่ 6 ทัศนคติของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์ในเชิงบวก (β =0.209) โดยทัศนคติของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ สามารถอธิบายความแปรผันของพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพได้ถูกต้องร้อยละ 4.4 (R^2 =0.044)

สมมติฐานที่ 7 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ พบว่า พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์ในเชิงบวก (β =0.376) โดยพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพสามารถอธิบายความแปรผันของความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพได้ถูกต้องร้อยละ 14.1 (R^2 =0.141)

ส่วนที่3 อภิปรายผลการวิจัย

(1) การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่ออยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$=2.80, S.D.=0.718) ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ ($\bar{x}$=2.91, S.D.=0.83) ,การตลาดออนไลน์ ($\bar{x}$=2.90, S.D.=0.90) ,การส่งเสริมการขาย ($\bar{x}$=2.80, S.D.=0.89) และการโฆษณา ($\bar{x}$=2.74, S.D.=0.73) เนื่องจากการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานมีหลากหลายทำให้คนสามารถเลือกเปิดรับข่าวสารเฉพาะที่สนใจได้ แต่กรณีการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นสาธารณะไม่ผ่านการคัดกรองข้อมูลมีอยู่มาก ทำให้คนส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ Cairns (2019) ที่ระบุว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่เปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการตัดสินใจบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพเนื่องจากการนำเสนอข่าวสารมุ่งเน้นการให้คุณค่าเกี่ยวกับอาหารสุขภาพที่อาจไม่ใช่ข้อมูลที่ถูกต้อง

(2) อิทธิพลร่วมของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่มีต่อการรับรู้คุณประโยชน์ ทัศนคติ พฤติกรรมการบริโภค และความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ พบว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลร่วมต่อการรับรู้คุณประโยชน์ของธัญพืช ตามลำดับ ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์มีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายและเป็นสื่อที่ให้ความรู้รวมถึงความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ดี รวมไปการตลาดออนไลน์เป็นช่องทางที่ใกล้ตัวผู้บริโภคมากที่สุดเนื่องจากสามารถค้นหาหรือเข้าถึงข้อมูลได้ทันทีเมื่อต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิณี บัณฑิตวัฒนาวงศ์ (2556) ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างผู้หญิงช่วงอายุ 21-28 ปีมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อใหม่มากที่สุด โดยสื่อใหม่ที่นิยมใช้มากที่สุด คือแอปพลิเคชั่นที่ผู้บริโภคเป็นคนสร้างเนื้อหา เช่น Facebook และสื่อเก่ายังเป็นที่นิยมสำหรับคนช่วงอายุ 29-50 ปี ผ่านโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรราณี หนูจันทร์ (2558) พบว่าการให้ข่าวประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆหรือการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงนำแสดงสินค้าสามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้แล้วผลการวิจัยพบว่าการใช้สื่อการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลร่วมต่อทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ธัญพืช, การใช้สื่อโฆษณาและการใช้สื่อออนไลน์มีอิทธิพลร่วมต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ ลำดับสุดท้ายคือการใช้สื่อประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อออนไลน์มีอิทธิพลร่วมต่อความภักดีในผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ จะเห็นได้ว่าช่องทางการตลาดออนไลน์เป็นที่นิยมมากทำให้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ทัศนคติ พฤติกรรมการบริโภค และความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ธัญพืช ทุกตัวแปรในงานวิจัย แต่ทั้งนี้การสื่อสารที่ดีต้อง

มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับสื่ออื่นๆจึงต้องมีการใช้สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือในการนำเสนอมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ปณัชชา ปนัดดาภรณ์ และ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2558) ระบุว่า เพศหญิงช่วงอายุ 20-36ปี จะมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ติดตามข่าวสารผ่านเว็บไซต์และเปิดรับสื่อโฆษณาแฝงผ่านสื่อต่างๆ ในขณะที่ เพศหญิงอายุ 36 ปีขึ้นไป จะชอบเปิดรับสื่อรูปแบบเดิม อันได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารมากกว่า

(3) การรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ธัญพืชมีอิทธิพลต่อทัศนคติผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ เนื่องจากการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือสิ่งใดสิ่งไหนนั้นส่งผลต่อการสร้างทัศนคติทั้งในง่ดีและแง่ลบ ทั้งนี้ขึ้นกับสื่อที่ได้เปิดรับเป็นข้อมูลข่าวสาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ เรืองยิ่ง และคณะ (2559) กล่าวว่า เนื่องจากการรับรู้คุณค่าสะท้อนให้เห็นถึงประโยชน์ที่ได้เมื่อรับประทานซึ่งมีผลต่อทัศนคติในการเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

(4) ทัศนคติผลิตภัณฑ์ธัญพืชมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ เนื่องจากทัศนคติหมายถึงมุมมองความคิดที่ผู้บริโภคมีต่อสิ่งที่บริโภค ทั้งนี้การมีทัศนคติเชิงบวกจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเพราะทราบถึงคุณประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคสิ่งนั้น สอดคล้องกับ Chrysochou, et al (2010) ได้อธิบายความหมายของทัศนคติเชิงสุขภาพเกี่ยวกับอาหารเพื่อการบริโภคว่า ทัศนคตินั้นจะรวมไปถึงการรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าของอาหารที่มีการนำเสนอในรูปแบบที่แตกต่างกันเพื่อมุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพของผู้คนมากขึ้น

(5) พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ธัญพืชอิทธิพลต่อความภักดีในผลิตภัณฑ์ธัญพืชเพื่อสุขภาพ เมื่อผู้บริโภคได้ทำความรู้จักกับผลิตภัณฑ์มากยิ่ง แล้วสามารถตอบสนองความต้องการได้ดี ก็จะเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ ซึ่งเมื่อบริโภคแล้วทำให้สุขภาพดียิ่งขึ้นก็จะเป็นสังคมของการบอกต่อกัน สอดคล้องกันงานวิจัยของ ณัฐกฤตา นันทะสิน (2558) ที่ระบุว่าเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายต่อมื้ออาหารมากกว่าเพศชาย เนื่องจากมีความสนใจในเมนูอาหารสุขภาพ ซึ่งพฤติกรรมการบริโภคจะมีความสัมพันธ์กับความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่น่าสนใจในปัจจุบัน คือ เครื่องมือการตลาดออนไลน์ ซึ่งจากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าเป็นเครื่องมือเดียวที่มีอิทธิพลต่อทุกตัวแปรที่ศึกษา เนื่องจากปัจจุบันช่องทางออนไลน์เป็นพื้นที่สำหรับการแบ่งปันและค้นหาข้อมูลที่สามารถทำได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้นจึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ควรประยุกต์ใช้เพื่อการ

สื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพกับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอื่น ได้แก่ การใช้สื่อโฆษณา การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ยังคงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ทัศนคติ การบริโภค และความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ธัญพืช ทั้งนี้ควรใช้เครื่องมือการสื่อสารไปในทิศทางเดียวกันเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

2.รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำสื่อที่มีอิทธิพล ได้แก่ สื่อออนไลน์ สื่อประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา ไปประยุกต์ใช้วางแผนเพื่อทำสื่อในการรณรงค์หรือสนับสนุนให้คนใส่ใจสุขภาพด้วยการบริโภคผลผลิตหรือบริโภคสินค้าจากธัญพืชมากยิ่งขึ้น ซึ่งรายได้ส่วนหนึ่งเป็นการช่วยเหลือแก่เกษตรกรภายในประเทศ

3.ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางประยุกต์ใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแก่ผู้บริโภคได้หรือนำไปต่อยอด อาทิเช่น การใช้แอปพลิเคชันที่สามารถให้คำแนะนำ/บริการแก่ผู้บริโภครวดเร็วยิ่งขึ้น เนื่องจากปัจจุบันคนหันมาให้ความนิยมติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยา จยุติรัตน์. 2550. *หลักการสื่อสารการตลาด.* กรุงเทพฯ. ออลบุ๊คส์พับลิชชิ่ง.

กิดานัล กังแฮ. 2558. *“5 ธัญพืชไทย ของดีที่ไม่ควรมองข้าม”* (Online). https://bit.ly/3a1X1PR. 23 สิงหาคม 2562.

จิรวุฒิ หลอมประโคน. 2555. *การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ.* กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

จิราภรณ์ เรืองยิ่ง และคณะ. 2559. *พฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่นในจังหวัดสงขลาซ การสังเคราะห์องค์ความรู้และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร.*วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 8(1):245-264.

ฉัตรราณี หนูจันทร์. 2558. *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและการรับรู้ภาพลักษณ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรแปรรูปในเขตจังหวัดนนทบุรี.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐกฤตา นันทะสิน. 2558. *“ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”.* วารสารกระแสวัฒนธรรม. 16(29): 3-18.

ดลมนัส กาเจ. 2562. *อาหารสุขภาพมาแรง...โอกาสของคนอยากมีธุรกิจ(Online).* https://kasettumkin.com/trick/article_24457,21 สิงหาคม 2562

ทักษิณา ข่ายแก้ว. 2019. *อนามัยโลกระบุ ผู้หญิงทั่วโลกอายุยืนกว่าผู้ชายโดยเฉลี่ย '4ปี4เดือน' (Online).* https://www.voathai.com/a/whohealthstatistic/4866072.html, 22 สิงหาคม 2562

ธนิณี บัณฑิตวัฒนาวงศ์. 2556. *รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และการเปิดรับสื่อของผู้หญิงโสดในกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นธกฤต วันต๊ะเมล์. 2555. *การสื่อสารการตลาด.* พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปณัชชา ปนัดดาภรณ์ และ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2558. *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าไอศครีมแท่งแม็กนั่ม.* วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า. 1(2): 102-127

ปณิสา มีจินดา. 2553. *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ. ธรรมสาร.

ภูมิพัฒน์ ตระกูลทัศน์เจริญ. 2559. *"การรับรู้และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพผ่านสื่อทางอินเตอร์เน็ตของวัยกลางคนในชมรมหน่วยงานย่านพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร".* วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. 7(1): 114-120

วรพรรณ เรืองโชติช่วง. 2559. *การเปิดรับสื่อสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของคนไทยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* การศึกษาค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. 2562. *กรุงเทพปัจจุบัน.* https://bit.ly/2XJJXtu, 24 พฤศจิกายน 2562

ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. 2561. *ตลาดอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในประเทศไทย (Online).* https://bit.ly/35IDvqm, 21 สิงหาคม 2562

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2561.*เกษตรแปรรูปกับเทรนด์รักสุขภาพ ตลาดแนวใหม่ที่ต้องเข้าใจพฤติกรรมการบริโภค* https://www.sme.go.th/th/, 4 สิงหาคม 2562

Georgina Cairns. 2019**.** *"A critical review of evidence on the sociocultural impacts of food marketing and policy implications"*. Appetite. 136:193-207

Pavinee Thepkham. 2558. https://bit.ly/37N2EAd. *นักโภชนาการยันธัญพืชไทยคุณค่าสูง*, 23 กุมภาพันธ์ 2563

Polymeros Chrysochou et al. 2010. *"Social discourses of healthy eating. A market segmentation approach"* Appetite. 55: 288–297.

การสร้างมูลค่าเพิ่มและกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน กรณีศึกษา : กระเป๋าจากกระสอบ ยี่ห้อ SACKITEM

Value-Added Creating and Marketing Strategies with The Circular Economy A Case study of SACKITEM upcycle bag

นางสาวจรรยรัตน์ อุยประเสริฐกุล
Janyarat Uyprasirtkun
นางสาวนางสาวณัฐฐา ไตรวัฒนะวานิช
Nutta Triwattanawanit

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*
Student's Bachelor of Business Administration Program of Marketing Management,
Faculty of Management Science, Silpakorn University
อีเมล์ : Nutta.triwattanawanit@gmail.com
อีเมล์ : uyprasirtkun.j@gmail.com
รศ.ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์
Assistant Professor Phitak Siriwong
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Faculty of Management Science, Silpakorn University
อีเมล์ : innjun@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มจากถุงกระสอบของ SACKITEM 2) ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดกระเป๋าจากถุงกระสอบของ SACKITEM งานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยา รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประชากรผู้ให้ข้อมูลหลักคือผู้ประกอบการ SACKITEM

ผลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ส่วนที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากถุงกระสอบของ SACKITEM ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการได้สร้างมูลค่าเพิ่มถุงกระสอบด้วยวิธีการดังนี้ 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการนำถุงกระสอบแปรรูปเป็นกระเป๋าหลายรูปแบบ 2)การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ 3)การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการจดสิทธิบัตรสินค้า 4) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยช่องทางการตลาด 5) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการสร้างสัมพันธมิตรทางการค้า 6)การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการนำเสนอธุรกิจผ่านการทำงานร่วมกับคนในชุมชน และส่วนที่ 2 กลยุทธ์ทางการตลาดกระเป๋าจากกระสอบของ SACKITEM พบว่า

ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา ผู้ประกอบการเลือกใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามการรับรู้คุณค่าของลูกค้า กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ความสะดวกในการซื้อสินค้า และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้วิธีการให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ : การสร้างมูลค่าเพิ่ม, กลยุทธ์ทางการตลาด, เศรษฐกิจหมุนเวียน, ถุงกระสอบ, ผู้ประกอบการ

Abstract

The purpose of this research was to 1) study the value-added creation from sack bags by SACKITEM. 2) Study marketing strategies of SACKITEM. This research uses phenomenal qualitative research. Data were collected through in-depth interviews and observation without participation. Study from relevant documents and research the main data provider of SACKITEM.

The result of this research is divided into 2 parts which are part 1: Creating Value Added from sack bags by SACKITEM. The result of the research shows that entrepreneurs have added value to Sack Bags by 1) Creating added value by using bags Sacks transformed into bags of many forms 2) Creating added value by unique design 3) Creating added value by patenting products. 4) Creating added value with marketing channels. 5) Creating added value by creating trade alliances 6) Creating added value by presenting the business through collaboration with people in the community And part 2 is the bag marketing strategy from SACKITEM's sacks, found that the operators use the following strategies: product strategy Operators use product differentiation strategies and product positioning to determine pricing strategies. Entrepreneurs use pricing strategies that recognize customer value. Distribution Channel Strategy: Entrepreneurs use the strategy of convenience in purchasing products. And marketing promotion strategies Use methods of news and public relations.

Keywords: Value-added, Marketing strategies , The Circular Economy , Sack bags, Entrepreneurs

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

แผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ของประเทศไทย ได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตด้วยคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อที่ 12 ขององค์การสหประชาชาติ ว่าด้วยเรื่องแผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน ซึ่งระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นกุญแจสำคัญในการบรรลุเป้าหมายแผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืนได้ (ธนันธร มหาพรประจักษ์ , 2562)

เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) เป็นการออกแบบระบบเศรษฐกิจให้เป็นวงจรที่ไม่รู้จบ โดยการหมุนเวียนทรัพยากรที่ใช้ไปแล้ว มาแปรรูปให้นำกลับมาใช้ได้ใหม่ในอนาคต โดยการรักษาต้นทุนด้านทรัพยากรธรรมชาติ เพิ่มประสิทธิภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วยการหมุนเวียนวัตถุดิบและสินค้า และลดการเกิดของเสียและผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด ซึ่งระบบเศรษฐกิจแบบหมุนเวียนนี้จะสามารถลดปัญหาขยะที่เพิ่มขึ้นได้และยังทำให้ทรัพยากรไม่ใช้แล้วมีอายุการใช้งานที่ยาวนานมากขึ้นกว่าเดิมก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มในลำดับต่อมา (วีระศักดิ์ สุตัณฑวิบูลย์ , 2562)

SACKITEM เป็นธุรกิจที่เกิดจากการตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ และการมองเห็นโอกาสในการนำขยะมาสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยผลิตภัณฑ์หลักของ SACKITEM คือกระเป๋าที่ผลิตจากกระสอบไม่ใช้แล้ว ซึ่งตลอดกระบวนการผลิตได้นำแนวคิดของการรีไซเคิล (Recycle) และอัพไซเคิล (Upcycle) เข้ามาร่วมด้วย สอดคล้องกับหลักการของเศรษฐกิจหมุนเวียน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการออกแบบและฟังก์ชั่น (Function) ในการใช้งาน เพื่อตอบสนองทั้งความต้องการของผู้บริโภค และความต้องการของธุรกิจที่จะส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อม (ธนารักษ์ วรฤทธานนท์, 2563)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว คณะผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการสร้างมูลค่าเพิ่มและกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนกรณีศึกษา : กระเป๋าจากกระสอบ ยี่ห้อ SACKITEM เพื่อทราบถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มและกลยุทธ์ทางการตลาด โดยข้อมูลที่ได้ สามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจจะประกอบอาชีพนี้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มจากถุงกระสอบของ SACKITEM
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดกระเป๋าจากกระสอบของ SACKITEM

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มและกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน กรณีศึกษา : กระเป๋าจากกระสอบ ยี่ห้อ SACKITEM ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มจากถุงกระสอบและกลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระสอบ ของ SACKITEM

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ SACKITEM upcycle bag หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาครั้งนี้ คือ คุณธนารักษ์ วรฤทธานนท์ ผู้ประกอบการ SACKITEM

4. ขอบเขตด้านเวลา

ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 จนถึงเดือน มกราคม 2563

ทบทวนวรรณกรรม

เพื่อตอบปัญหาของการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดใช้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-Added Creating)

จากการวิจัยของสมเกียรติ สกุลสุรเอกพงศ์ เรื่องมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบริการในกิจการสังคม ได้ทบทวนวรรณกรรมไว้ว่า Argandona (2011) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มหมายถึงการนำทรัพยากรที่มีอยู่ไปสร้างมูลค่าและนำไปใช้งานให้มีประสิทธิภาพให้สูงที่สุด ถ้าผู้บริโภคพึงพอใจต่อคุณค่าผลิตภัณฑ์ก็จะส่งผลต่อการตอบสนองและความคาดหวังการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในอนาคตที่ผู้บริโภคจะยอมจ่ายเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์นั้น

กลยุทธ์การตลาดสำหรับการดำเนินธุรกิจ

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่ธุรกิจใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยหลักการตลาดเบื้องต้นที่จะนำมาพิจารณาจะใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Kotler &Keller, 2012) ซึ่งประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าหรือบริการที่ธุรกิจต้องการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยสินค้าหรือบริการนั้นจะต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) และคุณค่า (Value) ต่อผู้บริโภค

2. ปัจจัยด้านราคา (Price) คือ การกำหนดราคาของสินค้าหรือบริการเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากราคาเป็นสิ่งที่ใช้วัดค่า และประโยชน์ของตัวสินค้าหรือบริการ ซึ่งราคาต้องมีความสัมพันธ์กับคุณภาพ กลุ่มเป้าหมาย วัตถุดิบ เงินทุนในองค์กร เพื่อใช้ตัดสินใจในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ การเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการไปถึงมือของผู้บริโภค โดยยึดหลักความมีประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความปลอดภัย และความรวดเร็ว

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) คือ กิจกรรมการส่งเสริมการขาย เป็นกลยุทธ์ที่ใช้กระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคให้สนใจสินค้าหรือบริการมากยิ่งขึ้น การส่งเสริมการขายจึงมีบทบาทสำคัญที่ช่วยให้ยอดขายเพิ่ม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

การสร้างมูลค่าเพิ่มและกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนกรณีศึกษา : กระเป๋าจากกระสอบ ยี่ห้อ SACKITEM ได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยวิธีปรากฏการวิทยาแบบตีความเพื่อการศึกษาประสบการณ์ของบุคคลในเชิงลึก (Hermeneutic Phenomenology) ที่อธิบายถึงการให้ความหมายตามความคิดของแต่ละบุคคล(อัญญา ปลดเปลื้อง , 2556)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย ผู้วิจัยศึกษาข้อมูล ปากกา สมุดจด และเครื่องบันทึกเสียงสำหรับจดและบันทึกข้อมูลระหว่างสัมภาษณ์การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ซึ่งมีการเตรียมแนวคำถามการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า โดยลักษณะคำถามของการสัมภาษณ์จะเป็นแบบปลายเปิด ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคำถามหลักไว้เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา และถามคำถามโดยไม่เรียงหัวข้อคำถาม เพื่อให้เกิดการเป็นธรรมชาติในการสัมภาษณ์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย คอมพิวเตอร์ และหนังสือหรือเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ ร่วมทั้งสื่อออนไลน์ ที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาจาก 3 แหล่งดังนี้

4.1 การรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบธุรกิจกระเป๋าจากกระสอบ SACKITEM โดยตรง

4.2 การรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยได้จดบันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์ที่มีความสำคัญกับวิจัย

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ผู้วิจัยได้สังเกตลักษณะภายนอกของผู้ให้ข้อมูลหลัก เช่น ท่าทาง สีหน้า และอารมณ์ เป็นต้น และไจดบันทึกลักษณะภายนอกทั้งหมดลงในสมุดบันทึก

เพื่อที่จะนำมาหาความหมายควบคู่กับการถอดคำพูดจากเครื่องบันทึกเสียงกรณีศึกษา : กระเป๋าจากกระสอบ ยี่ห้อ SACKITEM ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มและกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนกรณีศึกษา : กระเป๋าจากกระสอบ ยี่ห้อ SACKITEM

ขั้นตอนที่ 2 นำเสียงที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดเป็นตัวอักษร

ขั้นตอนที่ 3 นำข้อมูลที่ผ่านการถอดความเป็นตัวอักษรมาวิเคราะห์และตีความ

ขั้นตอนที่ 4 การนำเสนอผลงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบธุรกิจกระเป๋าจากกระสอบ SACKITEM รวมถึงการรวบรวมเอกสารบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลจากหลาย ๆ ส่วนมาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีการ (Data Triangulation) ตามแนวทางของเครสเวลล์ (Creswell, 2014) การตรวจสอบจากการใช้วิธีการเก็บข้อมูลหลาย ๆ วิธี ทั้งการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เป็นการแสดงให้เห็นว่าหลักฐานและข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์นั้นมีความน่าเชื่อถือ

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการและผู้ที่โดยผลการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มจากถุงกระสอบของ SACKITEM

ผู้ประกอบการ SACKITEM สร้างมูลค่าเพิ่มถุงกระสอบด้วยวิธีการดังนี้

1.1 การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการนำถุงกระสอบมาผลิตเป็นกระเป๋าในหลายรูปแบบ ทั้งกระเป๋าเป้ กระเป๋าสะพายข้าง กระเป๋าคาดอกหรือคาดเอว กระเป๋าสตางค์ หรือแม้กระทั่งกระเป๋าสำหรับใส่อุปกรณ์กีฬา ฟันดาบ

1.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ กระเป๋าแต่ละใบมีรายละเอียดที่แตกต่างกัน เพราะเกิดจากการนำแต่ละส่วนของกระสอบไม่ใช้แล้วมาผสมผสานให้เข้ากันตามการออกแบบ ดังนั้น กระเป๋าหนึ่งใบที่ลูกค้าได้ไป ก็คือกระเป๋าหนึ่งใบที่ SACKITEM มี และเป็นกระเป๋าหนึ่งใบไม่เหมือนใคร

1.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการจดสิทธิบัตรสินค้า

1.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยช่องทางการตลาด โดยการเข้าถึงลูกค้าให้ได้มากที่สุด พยายามนำสินค้าเข้าไปอยู่ในจุดที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้ เช่น SHOP SACKITEM ภายในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งทางเว็บไซต์ SACKITEM.COM และสื่อสังคมออนไลน์

1.4 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการสร้างสัมพันธ์มิตรทางการค้า ที่แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของสินค้าว่าได้จัดจำหน่ายในพื้นที่บริษัทใหญ่

1.5 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการนำเสนอธุรกิจผ่านการทำงานร่วมกับคนในชุมชน สร้างอาชีพให้กับบุคคลเหล่านั้น ส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจดีขึ้น

2.กลยุทธ์ทางการตลาดกระเป๋าจากถุงกระสอบของ SACKITEM

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ในด้านความแตกต่างทางคุณภาพ ด้วยวิธีการทำความสะอาดถุงกระสอบก่อนตัดเย็บ การออกแบบรูปลักษณ์ของกระเป๋าและพัฒนากระเป๋านั้นให้มีความคงทน รับน้ำหนักได้เหมาะสมสำหรับการใช้งาน

นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์/ตราผลิตภัณฑ์ (Product/Brand Positioning) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและการรับรู้ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย คือ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้มาจากการรีไซเคิลและอัพไซเคิล

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามการรับรู้คุณค่า (Perceived-value pricing) คือ การตั้งราคาตามการรับรู้ของลูกค้า ซึ่งมีการตอกย้ำถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์อยู่บ่อยครั้งตามการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เมื่อลูกค้ารู้สึกว่า สินค้าคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย มีคุณภาพ ภาพลักษณ์ที่ดี ราคาจึงสูงตามไปด้วย

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ความสะดวกในการซื้อสินค้า (Convenience) ของลูกค้า ด้วยการมีหน้าร้านที่มีสินค้าพร้อมให้เลือกซื้ออยู่เสมอ มีร้านค้าในหลากหลายสถานที่ ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงร้านค้าบนสื่อสังคมออนไลน์

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) โดยให้สัมภาษณ์หรือนำเสนอข่าวเกี่ยวกับแนวคิดของธุรกิจและผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น รายการทีวี นิตยสารแฟชั่น เป็นต้น และยังสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธุรกิจและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มและกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน กรณีศึกษา : กระเป๋าจากกระสอบ ยี่ห้อ SACKITEM สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากถุงกระสอบของ SACKITEM 2) กลยุทธ์ทางการตลาดของ SACKITEM

การสร้างมูลค่าเพิ่ม

ผู้ประกอบการเริ่มการสร้างมูลค่าจากการสังเกตขยะภายในครอบครัวและศึกษาหาวิธีที่จะทำให้กระสอบนั้นสามารถใช้งานได้จริง เป็นที่สนใจ และสามารถสร้างรายได้ โดยนำถุงกระสอบมาผ่านกระบวนการต่าง ๆ ทำความสะอาด ออกแบบ และแปรรูปมาเป็นสินค้าในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น กระเป๋าถือ กระเป๋าสตางค์ พวงกุญแจ เป็นต้น และเพิ่มมูลค่าด้วยการสร้างการรับรู้โดยการสร้างสโลแกนว่าเป็นสินค้ารีไซเคิลเกือบ 100 เปอร์เซ็นต์ ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ จุดเด่นของสินค้า ให้ผู้บริโภคเข้าใจ และจดจำได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของ Argandona (2011) ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มหมายถึงการนำทรัพยากรที่มีอยู่ไปสร้างมูลค่าและนำไปใช้งานให้มีประสิทธิภาพให้สูงที่สุดเพื่อผู้บริโภคจะยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์นั้น

กลยุทธ์ทางการตลาด

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการเข้าถึงลูกค้าให้ได้มากที่สุด จึงมีช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ทั้งในและนอกประเทศ พร้อมทั้งมีการตั้งราคาอย่างเหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านของการใช้งาน และ

รูปแบบของกระเป๋า นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์และให้สัมภาษณ์ผ่านสื่ออยู่บ่อยครั้ง เพื่อเน้นย้ำถึงแนวคิดของธุรกิจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจได้ทั้งลูกค้ากลุ่มเป้าที่เป็นกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และกลุ่มแฟชั่นนิยม เหล่านี้สอดคล้องกับการให้ความหมายทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler และ Keller ว่าด้วยเรื่องปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีทั้งอรรถประโยชน์และคุณค่า ปัจจัยด้านราคาที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพและวัตถุดิบ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีการบริการสินค้าไปถึงมือผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่ดึงความสนใจของผู้บริโภคด้วยการประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้ประกอบการควรเพิ่มการส่งเสริมทางการตลาดมากกว่านี้เนื่องจากการใช้การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์จะไม่ได้รับผลที่ชัดเจนในเรื่องของยอดขายที่เพิ่มขึ้นควรเพิ่มการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ เช่นการซื้อพื้นที่โฆษณาผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดลูกค้าในที่สุด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับกลุ่มผู้บริโภคอื่น ๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายหลัก

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

ธนันธร มหาพรประจักษ์. (2562). Circular Economy ทางออกของปัญหาสิ่งแวดล้อม. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2563 , จาก https://www.prachachat.net/columns/news-361454

ธนารักษ์ วรฤทธานนท์. (2563). About us. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2563 , จาก https://sackitem.com/about-us/

วีระศักดิ์ สุตัณฑวิบูลย์. (2562). เศรษฐกิจหมุนเวียน. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2563 , จาก https://www.prachachat.net/finance/news-384463

อัญญา ปลดเปลื้อง. (2556) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปรากฏการณ์วิทยา. วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข

ภาษาต่างประเทศ

Argandona, Antonio. (2011). Stakeholder theory and value creation (Working paper WP-922). Navara,Spain: IESE Business School, University of Navara.

Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, Quantitative, and mixed methods approaches. (4th Edition). California: Sage Publications.

Kotler , P. and Keller, K.L. (2012). Marketing Management. 14 th ed. Upper Saddie River, New Jersey: Pearson Prentice Hall

การเข้าสู่การปฏิบัติธรรมของหญิงไทยกับสมดุลชีวิตการทำงาน : กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร
Access to Buddhist Retreat and Work Life Balance : A Case Study Among Women in Bangkok and Metropolitan

นัชชา จิตรสมบูรณ์*
Natcha Jitsomboon*
สาขาการบริหารและพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*
Social Development and Administration Faculty of Social Sciences Kasetsart University *
อีเมล : pat_jit@hotmail.com

รองศาสตราจารย์ ธนารดี คำยา*
Associate Professor Tanaradee Khumya.*
ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*
Department of Sociology and Anthropology Faculty of Social Sciences Kasetsart University*
อีเมล : fsoctnk@ku.ac.th

รองศาสตราจารย์ สิริกร กาญจนสุนทร*
Associate Professor Sirikorn Kanjanasuntorn*
ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*
Department of Geography Faculty of Social Sciences Kasetsart University*
อีเมล : fsocptk@ku.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเงื่อนไขการเข้าสู่การปฏิบัติธรรมของหญิงไทยในเขตกรุงเทพมหานครและเพื่อศึกษาการปฏิบัติธรรมที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตในการทำงาน โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้หญิงวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มาปฏิบัติธรรม 3 สถานปฏิบัติธรรม ได้แก่ เสถียรธรรมสถาน ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทยฯ และสถาบันพลังจิตตานุภาพ

ผลการศึกษาพบว่า การปฏิบัติธรรมนั้นช่วยให้ผู้หญิงวัยทำงานเกิดสมดุลชีวิตได้ในระดับหนึ่ง โดยการนำหลักธรรมมาปรับใช้กับการทำงาน การอยู่ร่วมกับผู้อื่น และต่อตนเอง ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) สามารถปรับสมดุลชีวิตได้ และ 2) มีมุมมองในการใช้ชีวิตแบบใหม่ ซึ่งในกลุ่มที่ 1 จะมีการนำหลักธรรมะหรือหลักในการปฏิบัติตนให้มีสติรู้ตัว มีสมาธิอยู่เสมอ มาปรับใช้กับการทำงานและการใช้ชีวิตในแต่ละวัน ให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์การนั้น ๆ ของตน เลือกที่จะปรับเปลี่ยนที่ตนเองให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้สบายใจ พัฒนาให้ตนเอง

ทำงานดีขึ้น มีประสิทธิภาพ และแบ่งเวลางานกับเวลาไปปฏิบัติธรรมได้อย่างเหมาะสมและสมดุล ด้วยการมองว่าชีวิตทางโลกนั้นต้องมีทางธรรมเข้ามาควบคู่ด้วย จึงจะมีความสุขและใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ ในส่วนของกลุ่มที่ 2 จะมีการนำหลักธรรมะมาปรับใช้กับการทำงานและการใช้ชีวิตเช่นกัน เพียงแต่ในกลุ่มนี้จะมีแนวคิดที่ลึกซึ้งต่อการมาปฏิบัติธรรมมากกว่าในกลุ่มแรก ไม่ได้มองเพียงว่าช่วยให้พัฒนาตนเองและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น แต่มองไปถึงผลลัพธ์อันสูงสุดของศาสนาคือบรรลุมรรคผลนิพพาน และมุ่งหวังที่จะพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นจากการเผยแผ่ธรรมะให้เข้าถึงในทุกหน่วยงาน

คำสำคัญ: การเข้าสู่การปฏิบัติธรรม, หญิงไทย, สมดุลชีวิตในการทำงาน

Abstract

The Objective of this study was to Conditions for Access to Buddhist Retreat of Thai women in Bangkok and to study the Dharma practices that affect work life balance By collecting primary data from in-depth interviews from working-age women in Bangkok who come to practice Dhamma in 3 places Namely, Sathien Dhammasathan The Young Buddhists Association of Thailand under Royal Patronage and Meditation Center.

The study found that Dharma practice helps women of working age achieve a balanced life. By applying principles to work Living with others and towards oneself for a better quality of life. Depending on the factors of each person is different. Can be divided into 2 groups Including 1) being able to adjust life balance and 2) having a new perspective on living. In group 1, there will be the introduction of Dhamma principles or principles for practicing self-awareness. Always concentrate Adapted to work and daily life To suit the culture of their respective organizations, Develop oneself to work better Effective And divided the work time and time to practice appropriately and balanced By looking at the way of worldly life that must come with Dharma So will be happy and live a quality life. As for group 2, Dhamma principles will be applied to work and life as well. Only in this group will have more profound concepts to practice Dharma than in the first group. Is not only looking at helping to develop oneself and work more efficiently But looking at the ultimate outcome of religion is achieving Nirvana. And hoping to improve society by disseminating Dharma to all departments

Keywords: Access to Buddhist Retreat, Thai Women, Work Life Balance

บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบัน เป็นยุคที่ผู้คนเน้นการพัฒนาทางด้านวัตถุและเทคโนโลยีมากกว่าการพัฒนาทางด้านจิตใจ รวมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงในด้านสังคมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในเมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานคร ที่มีผู้คนเข้ามาทำงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้คนในหลายกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิงที่อยู่ในวัยทำงานและประกอบอาชีพทำงานในหลายบริบทด้วยกัน นอกจากนี้ ผู้หญิงบางกลุ่มต้องพึ่งพาตนเอง และเป็นเสาหลักของครอบครัว บทบาทเหล่านี้มีส่วนทำให้ผู้หญิงมักมีความเชื่อมั่นในตนเอง และนิยมครองโสดมากขึ้น รวมทั้งผู้หญิงที่มีฐานะและมีบทบาทเป็นหัวหน้าครอบครัวในสภาวะแม่เลี้ยงเดี่ยว จะเห็นได้ว่าผู้หญิงในสังคมเมืองนั้นต้องอยู่ในสภาวะการแข่งขัน พบกับปัญหาการเอารัดเอาเปรียบต่าง ๆ นานา ขาดความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน ก่อให้เกิดความเครียดสะสม รวมถึงความกดดันต่าง ๆ ในการครองเรือนดูแลครอบครัว และในสังคมการทำงานตามมา ทำให้ขาดความสุขในการใช้ชีวิต ซึ่งอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดภาวะซึมเศร้า และการมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น มีอารมณ์โมโหหงุดหงิดง่าย ทะเลาะเบาะแว้ง หรือการอิจฉาริษยาคนอื่น อันจะนำไปสู่ปัญหาในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการดำเนินชีวิตทางสังคมในการทำงาน (แม่ชีกุลภรณ์ แก้ววิลัย, 2559)

การที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นได้นั้น จึงไม่ใช่การพัฒนาเพียงแค่หน้าที่การงานเพียงด้านเดียวเท่านั้น หากแต่ต้องได้รับการพัฒนาอย่างสมดุลในทุก ๆ ด้าน ทั้งสุขภาพกาย สุขภาพใจ ดังที่องค์การอนามัยโลกได้ให้ความหมายของสุขภาพที่ดีว่า “...สภาวะแห่งความสมบูรณ์ทางร่างกาย จิตใจ และสุขภาวะทางสังคม ไม่ใช่เพียงแค่การปราศจากโรคภัยไข้เจ็บเท่านั้น” (องค์การอนามัยโลก, 2560) รวมไปถึงความสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานและคนในครอบครัว เป็นการเดินทางสายกลาง

ความสมดุลในการใช้ชีวิตแต่ละวัน จึงเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับการดำเนินชีวิต ไม่ว่าจะเป็นความสำเร็จ ความสุข หรือเป้าหมายที่สูง หากชีวิตขาดความสมดุลมักจะก่อให้เกิดปัญหาทั้งทางด้านร่างกายและทางจิตใจ และไปสู่จุดหมายปลายทางได้ยาก มีคนในวัยทำงานไม่น้อยที่ให้ความสนใจนำหลักคิดนี้มาปฏิบัติในชีวิตประจำวัน คือ “Work Life Balance” ซึ่งมีความสอดคล้องกับการปฏิบัติธรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ที่ชาวพุทธวัยทำงานในประเทศไทยให้ความสนใจ (พระไพศาล วิสาโล, 2558)

ด้วยความที่ผู้หญิงเป็นเพศที่มีความละเอียดอ่อนทั้งในเรื่องของความคิดและอารมณ์ รวมถึงความเครียดในการทำงานหรือในครัวเรือนที่ผู้หญิงได้รับการคาดหวังในการต้องรับภาระมากมาย ทั้งภาระในครัวเรือน ไม่ว่าจะเป็นการทำอาหาร หรือการทำงานบ้านต่าง ๆ รวมถึงภาระในการออกไปทำงานนอกบ้าน ที่อาจเป็นการสร้างภาระให้กับผู้หญิงเพิ่มขึ้น จึงมักต้องการที่พึ่งทางจิตใจในยามที่มีความเครียดหรือทุกข์ใจ ไม่ว่าจะเป็นกำลังใจจากคนใกล้ชิด หรือการเข้าถึงศาสนา ใช้หลักธรรมะเป็นที่ตั้งยึดเหนี่ยวในการดำเนินชีวิต ซึ่งจะส่งผลต่อการมีชีวิตที่ดี (จันทร์ศิริ พลอยงาม และ พระมหามิตร ฐิตปญฺโญ (วันยาว), 2561) ทั้งนี้ การที่คนวัยทำงานจะหาเวลามาปฏิบัติธรรมนั้นมีค่อนข้างน้อย ดังนั้น ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันนักขัตฤกษ์ สถานปฏิบัติธรรมในกรุงเทพฯ ต่างมีหลักสูตรปฏิบัติธรรมระยะสั้นสำหรับผู้ที่ไม่มีเวลามากนัก จึงมีชาวพุทธ

โดยเฉพาะผู้หญิงในวัยทำงานจำนวนไม่น้อยที่นิยมมาปฏิบัติธรรมในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ที่สถานปฏิบัติธรรมต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพฯ

นอกจากนี้ ความสับสนวุ่นวายในสังคมเมืองใหญ่ยังเป็นตัวขับเคลื่อนให้คนวัยทำงานนิยมมาปฏิบัติธรรมมากขึ้น และผู้รักษาศีลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 43.2 ในปี 2551 เป็นร้อยละ 55.2 ในปี 2561 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) โดยมีหลักในการพัฒนาด้านอารมณ์และจิตใจประกอบด้วย ศีล สมาธิ ปัญญา หรือไตรสิกขา ได้แก่ ศีลสิกขา จิตสิกขา และปัญญาสิกขา ซึ่งเป็นการพัฒนาตนด้านอารมณ์และจิตใจในเบื้องต้น เพื่อมุ่งให้จิตมีศักยภาพที่จะอดทน อดกลั้น ก่อให้เกิดสุขภาพทางจิตที่ดี สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการอยู่ร่วมกันในสังคมเมืองที่มีความเคร่งเครียดและเร่งรีบได้ดียิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า การปฏิบัติธรรมอาจเป็นทางออกหนึ่งสำหรับผู้หญิงในวัยทำงาน ที่พบเจอกับปัญหาความเครียดทั้งในจากการทำงานนอกบ้านและในครอบครัว หรือผู้ที่กำลังมองหาที่ยึดเหนี่ยวทางใจ ซึ่งเมื่อได้เข้ามาปฏิบัติธรรมพัฒนาจิตและสมาธิแล้วจะทำให้เกิดการรักษาสมดุลชีวิต เพื่อให้ชีวิตในครัวเรือนและชีวิตในการทำงานสามารถดำเนินต่อไปในสังคมได้อย่างราบรื่น มีคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งทางด้านร่างกายและทางด้านจิตใจ โดยใช้หลักแนวคิดการปฏิบัติธรรมของพุทธศาสนาและแนวคิดสมดุลชีวิตในการทำงานมาปรับใช้ ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี สามารถแบ่งเวลาว่างให้กับตนเองและครอบครัว รวมไปถึงการแบ่งเวลาทำงานได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องการเข้าสู่การปฏิบัติธรรมของหญิงไทยกับสมดุลชีวิตการทำงาน กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร เพื่อส่งเสริมให้ผู้หญิงไทยในสังคมเมืองที่ประสบปัญหาความเครียดจากการทำงานหรือจากสังคมทั้งในครัวเรือนและนอกบ้าน ได้มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจไปอย่างสมดุล สามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตและการอยู่ร่วมกับคนในสังคม รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ของตนในครอบครัวและในการทำงานได้อย่างมีความสุข เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่หน่วยงานและสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเงื่อนไขการเข้าสู่การปฏิบัติธรรมของหญิงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการปฏิบัติธรรมที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตในการทำงาน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาเงื่อนไขการเข้าสู่การปฏิบัติธรรมของหญิงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาการปฏิบัติธรรมที่ส่งผลต่อสมดุลชีวิตในการทำงาน เนื่องจากผู้วิจัยต้องการทราบรายละเอียดเชิงลึกเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าว ผ่านการสังเกตและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ศึกษากระบวนความคิด โดยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ระเบียบวิธีที่ใช้ในการวิจัย ใช้ระเบียบการวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case Study) ในการวิจัย ซึ่งจะเป็นการมุ่งเจาะลึกลงรายละเอียดไปยังปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นหรือสถานที่ปฏิบัติธรรมที่มีเป็นที่นิยมและมีการปฏิบัติธรรมช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้หญิงไทยที่ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงานตั้งแต่ 20-59 ปี ที่เข้าสู่การมาปฏิบัติธรรมในระยะสั้นในสถานปฏิบัติธรรมนั้น ๆ จำนวน 10-15 คน โดยแบ่งกลุ่มประชากรที่ศึกษาออกเป็นสถานที่ละ 5 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบก้อนหิมะหรือแบบลูกโซ่ (Snowball or Chain Sampling)

3. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย เป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยได้กำหนดสถานปฏิบัติธรรมที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพมหานคร สามารถเข้าถึงได้ง่าย ได้แก่ เสถียรธรรมสถาน, ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย และสถาบันพลังจิตตานุภาพ เพื่อให้มีความหลากหลายของกรณีศึกษา

4. วิธีการเข้าถึงข้อมูล ผู้วิจัยได้เริ่มต้นเข้าถึงข้อมูลด้วยการเดินทางเข้าไปสอบถามเจ้าหน้าที่ ณ สถานปฏิบัติธรรมทั้ง 3 แห่ง ในการขออนุญาตสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมปฏิบัติธรรมระยะสั้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจะมีการนัดสัมภาษณ์ในวันหลัง หากผู้ให้ข้อมูลยังไม่สะดวกให้สัมภาษณ์ในวันนั้น

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยสามารถรวบรวมข้อมูลในเชิงลึกตามประเด็นที่ต้องการ จะทำการสังเกตโดยไม่มีส่วนร่วม

6. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แนวคำถามเชิงลึกเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยคำถามสัมภาษณ์นั้นกำหนดตามขอบเขตเนื้อหาในการวิจัย ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส สมาชิกครอบครัว รายรับ-รายจ่าย ภาระในบ้านที่รับผิดชอบ, ข้อมูลการทำงานในองค์การ, ข้อมูลเกี่ยวกับการมาปฏิบัติธรรม และข้อมูลเกี่ยวกับสมดุลชีวิตการทำงาน ซึ่งจะเป็นการนำหลักปฏิบัติธรรมไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับการทำงานและการใช้ชีวิต

7. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการถอดข้อความจากไฟล์เสียงที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคลและจากการจดบันทึกจากปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยได้พบเห็นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิดในการวิจัย จัดกลุ่มเนื้อหา จัดกลุ่มประมวลเนื้อหา โดยใช้ทฤษฎีแนวคิดทางพระพุทธศาสนา สมดุลชีวิตในการทำงาน (Work Life Balance) และการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้หญิง (Women’s Empowerment) มาอธิบายถึงการเข้าสู่การปฏิบัติธรรมของหญิงไทยและสมดุลชีวิตในการทำงานในกรุงเทพมหานคร และสรุปผลการวิจัยโดยการพรรณนาโวหาร (Description Methods)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การเข้าสู่การปฏิบัติธรรมของหญิงไทยกับสมดุลชีวิตการทำงาน กรณีศึกษากรุงเทพมหานครนี้ประกอบไปด้วยปัจจัยส่วนบุคคล การทำงานในองค์การ อันประกอบไปด้วยตำแหน่ง ลักษณะงานที่ทำ

ระยะเวลาในการทำงาน การลาหยุดงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน ได้แก่ การสนับสนุนการศึกษาต่อ การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง นอกจากนี้ยังมีทัศนคติในการทำงาน บรรยากาศในการทำงาน การจัดกิจกรรมสังสรรค์ สิ่งอำนวยความสะดวกในที่ทำงาน และปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน ได้แก่ ความเครียดในการทำงาน กฎระเบียบ ความผิดพลาดในการทำงาน ซึ่งเป็นเหตุปัจจัยในการมาปฏิบัติธรรม

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยดังกล่าวมีส่วนที่ผู้หญิงวัยทำงานตัดสินใจใช้เวลาว่างนอกเหนือจากการทำงานเข้ามาปฏิบัติธรรมในสถานที่ปฏิบัติธรรมต่าง ๆ โดยจะแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) ปฏิบัติตามคนในครอบครัว 2) พักผ่อนร่างกายและจิตใจ 3) พัฒนาตนเอง 4) แก้ปัญหาชีวิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่ 1 ปฏิบัติตามคนในครอบครัว ผู้หญิงวัยทำงานที่มาปฏิบัติธรรมจำนวน 5 คน จาก 15 คนเข้าสู่การปฏิบัติธรรมจากการชักจูงโดยคนในครอบครัว ที่มีความเชื่อในเรื่องของการทำบุญ ปฏิบัติธรรม อยู่ก่อนแล้ว ได้รับการปลูกฝังค่านิยม ความเชื่อตามแบบฉบับของชาวพุทธ ที่ต้องไหว้พระ สวดมนต์ ทำบุญ มาตั้งแต่ยังเด็ก ยามเกิดความทุกข์ใจ ไม่สบายใจ ก็จะมองหาธรรมะมาช่วยรับมือกับปัญหา มองว่าเป็นการสะสมบุญบารมีและพัฒนากล่อมเกลาจิตใจตนให้สูงขึ้น แม้ว่าเวลานั้นจะยังไม่รู้ว่าการปฏิบัติธรรมคือสิ่งใด แต่เมื่อมีเวลาว่างและโอกาสที่เหมาะสมก็จะมาปฏิบัติธรรมด้วยความเต็มใจ ส่วนหนึ่งมองในเรื่องของปาฏิหาริย์ อันเกิดจากการเสริมสร้างบุญบารมีที่จะช่วยทำให้ชีวิตดีขึ้น ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง สามารถเปลี่ยนให้ปัญหาที่มีเบาบางลง โดยเชื่อว่าการปฏิบัติธรรมนั้นไม่ได้เป็นเพียงแค่การพัฒนาตนหรือฝึกตนเพียงเท่านั้น แต่ยังเป็นการช่วยส่งเสริมให้ชีวิตดีขึ้นจากการสะสมบุญบารมี จะเห็นได้ว่าส่วนมากครอบครัวนั้นมีความสำคัญต่อการปลูกฝังค่านิยมและความเชื่อต่อการปฏิบัติธรรมตั้งแต่ยังเด็กจนโต ซึ่งเป็นสาเหตุของกลุ่มที่มีผู้เข้ามาปฏิบัติธรรมมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดสถาบันครอบครัวที่มีความสำคัญต่อเด็ก และมีหน้าที่ในการดูแล พร้อมทั้งมอบประสบการณ์ ดังนั้น ครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อเด็กในแง่ของการถ่ายทอดค่านิยม ทัศนคติ บุคลิกภาพ และพฤติกรรมต่าง ๆ (สรายุทธ เพ็ชรชีก, 2553)

กลุ่มที่ 2 พักผ่อนร่างกายและจิตใจ ผู้หญิงวัยงานที่มาปฏิบัติธรรมจำนวน 4 คน จาก 15 คน มีความต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการได้ชาร์จพลังเต็มเปี่ยม เมื่อกลับมาทำงานแล้วก็จะทำงานได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ ได้ใช้เวลาอยู่กับตัวเอง ไม่ต้องวุ่นวายกับใคร รวมถึงได้พักร่างกายและจิตใจอย่างแท้จริง ซึ่งแตกต่างจากการไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ที่เมื่อกลับมาก็อาจยังต้องการการพักผ่อนอยู่วันหนึ่งถึงสองวันถึงจะเริ่มงานได้ตามปกติ เนื่องจากยังมีความเหน็ดเหนื่อยจากการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ หรือเจอผู้คนวุ่นวายรบกวนจิตใจ ไม่ได้พักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจเทียบเท่ากับการได้มาปฏิบัติธรรม ซึ่งการทำงานในเมืองนั้นถือได้ว่ามีความตึงเครียดทั้งจากการแข่งขันและความเร่งรีบที่ต้องแข่งกับเวลา การที่มีเวลาได้หยุดอยู่กับตัวเอง หยุดนิ่งทบทวนความคิด ไม่ต้องวุ่นวายกับใคร จะทำให้จิตใจสงบขึ้นและลดความเครียดลง แม้จะเป็นเพียงชั่วขณะนั้นก็ตาม เป็นไปตามแนวคิดทางพุทธศาสนาที่มองว่าการปฏิบัติธรรมนั้นเป็นหนทางสู่การพ้นจากกิเลสซึ่งก็คือความทุกข์ (ธรรมะไทย, 2551)

กลุ่มที่ 3 พัฒนาตนเอง ผู้หญิงวัยทำงานจำนวน 4 คน จาก 15 คน มาปฏิบัติธรรม ณ สถานปฏิบัติธรรม ด้วยเหตุผลอยากจะพัฒนาตนเองไปเรื่อย ๆ ต้องการหาประสบการณ์หรือเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่อาจช่วยพัฒนาตนให้ดีขึ้นกว่าเดิม ไม่ว่าจะเป็นในด้านความคิดหรือสติปัญญา และอยากที่จะทำบางสิ่งที่ฉีกออกไปจากเดิม ซึ่งจะช่วยเปลี่ยนแปลงความคิด ทัศนคติ รวมถึงการอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ซึ่งผู้หญิงวัยทำงานในกลุ่มนี้อยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 35 ปี เป็นช่วงอายุที่กำลังปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เป็นไปตามแนวคิดการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้หญิง (Women's Empowerment) ที่มองว่าผู้หญิงต้องมีการพัฒนาหรือปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น เสริมสร้างทักษะ ความสามารถ ที่จะทำให้ผู้หญิงรับมือกับปัญหาและเอาชนะอุปสรรคได้ โดยดึงเอาศักยภาพของตนออกมาใช้ ซึ่งจะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจและมั่นใจในตนเอง ในด้านการงานจะสามารถมีอำนาจในการต่อรองกับบุคคลอื่นมากขึ้น (กิตวิภา สุวรรณรัตน์, 2545)

กลุ่มที่ 4 แก้ปัญหาชีวิต ผู้หญิงวัยทำงานในกลุ่มนี้จำนวน 2 คน จาก 15 คน มาปฏิบัติธรรม ณ สถานปฏิบัติธรรม ด้วยเหตุผลที่ว่าการทำกิจกรรมอย่างอื่น อาทิ ท่องเที่ยว สังสรรค์กับเพื่อนฝูง ไม่ตอบโจทย์ความต้องการของชีวิต โดยการมาปฏิบัติธรรมมีส่วนช่วยแก้ปัญหาชีวิตทั้งในด้านการงานและครอบครัวของผู้หญิงวัยทำงานอย่างเห็นผลได้ชัด อีกทั้งมีอายุที่มากแล้ว ใกล้วัยเกษียณ จึงเลือกที่จะทำกิจกรรมทางศาสนาแทนการไปทำกิจกรรมอย่างอื่น สอดคล้องกับหลักไตรสิกขา แนวคิดทางพุทธศาสนา อันได้แก่ ศีล สมาธิ และปัญญา ซึ่งสามารถช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้ (ขวัญษา เอกจิตต์ และอุทัย สติมั่น, 2559)

ในด้านผลของการปฏิบัติธรรมต่อสมดุลชีวิตการทำงานแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สามารถปรับสมดุลชีวิตได้ และกลุ่มที่ 2 มีมุมมองในการใช้ชีวิตแบบใหม่ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 สามารถปรับสมดุลชีวิตได้ ผู้หญิงวัยทำงานในกลุ่มนี้ จำนวน 10 คน จาก 15 คน ซึ่งภายหลังจากการได้ปฏิบัติธรรมแล้วสามารถนำหลักธรรมและหลักการปฏิบัติมาปรับใช้กับชีวิตในการทำงานและชีวิตส่วนตัวได้ ทั้งในด้านการประกอบอาชีพสุจริต การประยุกต์ใช้หลักธรรมมะกับชีวิตทำงานอย่างสมดุลและการปฏิบัติตน สามารถรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นทั้งในเวลางานและนอกเวลางาน รวมถึงมีการใช้เวลาในแต่ละวันอย่างสมดุล เมื่อได้มาปฏิบัติธรรมแล้ว ผู้หญิงในกลุ่มนี้ล้วนมีความคิดไปในทิศทางเดียวกันคือการประกอบอาชีพที่สุจริต หรือสัมมาอาชีวะ หนึ่งในมรรคมีองค์แปด ซึ่งถือเป็นพื้นฐานสำหรับพุทธศาสนิกชน ทั้งนี้ แม้ว่าบางครั้งการประกอบอาชีพสุจริตอาจผิดศีลธรรม เช่น การฆ่าสัตว์เพื่อค้าขายเป็นอาหาร แต่ยังถือว่ายอมรับได้ สามารถอยู่ร่วมกับสังคมที่ประกอบไปด้วยผู้คนที่มีพื้นฐานหลากหลายได้อย่างเข้าใจ เข้าใจว่าค่านิยมบางอย่าง เช่น การเล่นหวย นั้นอยู่ควบคู่กับสังคมไทยมานาน จึงเป็นสิ่งที่สามารถรับได้ หากไม่ได้เป็นธุรกิจที่ผิดกฎหมาย ไม่จำเป็นต้องเป็นสีขาวร้อยเปอร์เซ็นต์ ซึ่งการเกิดสมดุลชีวิตในการทำงานส่งผลต่อการทำงานในแง่บวก ช่วยให้รับมือกับปัญหาภายในองค์การได้ไม่มากก็น้อย รวมถึงลดปัญหาการกระทบกระทั่งกันระหว่างเพื่อนร่วมงาน และมีทัศนคติในการทำงานที่ดีขึ้น เมื่อมีงานเร่งหรืองานด่วน หรือได้รับความกดดัน ก็สามารถผ่านพ้นจากปัญหาได้และเกิดประโยชน์ต่อองค์การและต่อตนเอง เป็นการปรับให้เกิดสมดุลชีวิต สอดคล้องกับแนวคิดของสุกัญญา ตันวนรัตน์สกุล (2547) ซึ่งได้กล่าวถึงการลดอัตราการลาหยุดงานของคนในองค์การนั้นจะช่วยให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถดำรงอยู่ในองค์การอย่างมีความสุขและมีคุณภาพ

การให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์การจึงเป็นสิ่งที่ทุกองค์การควรกระทำ ซึ่งจะทำให้การทำงานนั้นมีประสิทธิภาพขึ้น และสามารถรักษาบุคลากรให้อยู่ในองค์การได้นาน

กลุ่มที่ 2 มีมุมมองในการใช้ชีวิตแบบใหม่ ผู้หญิงวัยทำงานในกลุ่มนี้ จำนวน 5 คน ภายหลังจากมาปฏิบัติธรรมแล้ว ได้มีมุมมองเกี่ยวกับการใช้ชีวิตและการทำงานที่เปลี่ยนไป เสมือนเป็นการเปิดโลกใบใหม่ที่ไม่เพียงช่วยพัฒนาชีวิตในการทำงานเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการพัฒนาชีวิตในแง่ของจิตวิญญาณให้สูงขึ้น เป็นการใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ที่มีการผสมผสานประยุกต์แนวคิดทางพุทธศาสนาควบคู่กับชีวิต โดยยึดมั่นในหลักธรรมคำสอนเป็นสำคัญ ส่วนมากจะมีการปฏิบัติธรรมอยู่เป็นประจำ ไม่มีขาด และมุ่งหวังที่จะพัฒนาในด้านทางธรรมยิ่ง ๆ ขึ้นไป โดยมุมมองนี้มีหลายรูปแบบด้วยกัน อาทิ มีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุนิพพาน มุ่งเน้นใช้ชีวิตกับผู้ที่เป็นกัลยาณมิตร ไม่สามารถมองสิ่งที่ผิดหลักจริยธรรมได้ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดทางพุทธศาสนาที่เป้าหมายสูงสุดคือการนิพพาน อันเป็นผลจากการตั้งมั่นรักษาศีล 3 ประการ ได้แก่ สีเลนะสุคติง ยันติ (บุคคลจะไปสู่สุคติได้ก็เพราะศีล) สีเลนะโภคะ สัมปะทา (บุคคลจะมีโภคะได้ก็เพราะศีล) และสีเลนะ นิพพุติง ยันติ (บุคคลจะบรรลุนิพพานได้ก็เพราะศีล)

สรุปผลการวิจัย

การเข้าสู่การปฏิบัติธรรมของหญิงไทยกับสมดุลชีวิตการทำงาน กรณีศึกษากรุงเทพมหานครนี้ ประกอบไปด้วยปัจจัยส่วนบุคคล การทำงานในองค์การ อันประกอบไปด้วยตำแหน่ง ลักษณะงานที่ทำ ระยะเวลาในการทำงาน การลาหยุดงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน ได้แก่ การสนับสนุนการศึกษาต่อ การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง นอกจากนี้ยังมีทัศนคติในการทำงาน บรรยากาศในการทำงาน การจัดกิจกรรมสังสรรค์ สิ่งอำนวยความสะดวกในที่ทำงาน และปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน ได้แก่ ความเครียดในการทำงาน กฎระเบียบ ความผิดพลาดในการทำงาน ซึ่งเป็นเหตุปัจจัยในการมาปฏิบัติธรรม

โดยเหตุหรือปัจจัยในการมาปฏิบัติธรรมนั้นแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) พัฒนาตนเอง ที่ต้องการแสวงหาการพัฒนาตนเองในรูปแบบใหม่ เพื่อนำมาปรับใช้กับชีวิตในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น 2) แก้ปัญหาชีวิต เนื่องจากในกลุ่มนี้พบกับปัญหาในด้านการงานหรือชีวิตส่วนตัวจนทำให้เลือกที่จะเข้าสู่การศึกษาธรรมะเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาชีวิต 3) พักผ่อนร่างกายและจิตใจ ในกลุ่มนี้มองว่าการปฏิบัติธรรมนั้นเป็นการได้พักผ่อนอย่างหนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากการไปท่องเที่ยวทั่วไป เป็นการได้พักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจอย่างแท้จริง เสมือนการได้ชาร์จพลังงาน และในกลุ่มสุดท้าย 4) ปฏิบัติตามคนในครอบครัว เป็นการเลือกที่จะเข้ามาปฏิบัติธรรมเนื่องจากได้รับการปลูกฝังค่านิยม ความเชื่อ ในเรื่องของพุทธศาสนามาตั้งแต่ยังเด็ก มีการฝึกให้เข้าวัด ทำบุญจนเป็นนิสัย มีความเชื่อในเรื่องของการทำบุญและเกรงกลัวในการทำบาป เมื่อมีโอกาสตามการชักชวนของคนรอบข้างจึงเลือกมาปฏิบัติธรรมซึ่งถือว่าเป็นการสร้างบุญกุศลอย่างหนึ่ง

ในส่วนของผลการปฏิบัติธรรมต่อสมดุลชีวิตการทำงานนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) สามารถปรับสมดุลชีวิตได้ และ 2) มีมุมมองในการใช้ชีวิตแบบใหม่ ซึ่งในกลุ่มที่ 1 จะมีการนำหลักธรรมะหรือ

หลักในการปฏิบัติตนให้มีสติรู้ตัว มีสมาธิอยู่เสมอ มาปรับใช้กับการทำงานและการใช้ชีวิตในแต่ละวัน ให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์การนั้น ๆ ของตน เลือกที่จะปรับเปลี่ยนที่ตนเองให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้สบายใจ พัฒนาให้ตนเองทำงานดีขึ้น มีประสิทธิภาพ และแบ่งเวลางานกับเวลาไปปฏิบัติธรรมได้อย่างเหมาะสมและสมดุล ด้วยการมองว่าชีวิตทางโลกนั้นต้องมีทางธรรมเข้ามาควบคู่ด้วย จึงจะมีความสุขและใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ ในส่วนของกลุ่มที่ 2 จะมีการนำหลักธรรมะมาปรับใช้กับการทำงานและการใช้ชีวิตเช่นกัน เพียงแต่ในกลุ่มนี้จะมีแนวคิดที่ลึกซึ้งกับการมาปฏิบัติธรรมมากกว่าในกลุ่มแรก ไม่ได้มองเพียงว่าช่วยให้พัฒนาตนเองและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น แต่มองไปถึงผลลัพธ์อันสูงสุดของศาสนาคือบรรลุมรรคผลนิพพาน และมุ่งหวังที่จะพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นจากการเผยแผ่ธรรมะให้เข้าถึงในทุกหน่วยงาน

การปฏิบัติธรรมนั้นช่วยให้ผู้หญิงวัยทำงานเกิดสมดุลชีวิตได้ในระดับหนึ่ง โดยการนำหลักธรรมมาปรับใช้กับการทำงาน การอยู่ร่วมกับผู้อื่น และต่อตนเอง ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไปดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยชิ้นนี้ทำให้ได้เห็นถึงการปฏิบัติธรรมหลากหลายรูปแบบและไม่จำเป็นต้องปฏิบัติเพียงที่วัดหรือสถานปฏิบัติธรรมเพียงอย่างเดียว เนื่องด้วยสังคมเมืองนั้นไม่มีเวลามากพอหากจะไปปฏิบัติในทุกอาทิตย์ จึงสามารถปฏิบัติอยู่ที่บ้านเองได้ ในกรณีที่ผู้ปฏิบัติรู้วิธีการปฏิบัติแล้ว ทั้งนี้ หากในหน่วยงานมีสถานที่สำหรับปฏิบัติธรรมที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายก็จะเป็นการช่วยให้คนในองค์การเข้าถึงธรรมะได้ง่ายขึ้นและสะดวกต่อการเดินทาง โดยการที่บุคลากรในหน่วยงานนั้น ๆ เข้าถึงหลักคำสอนหรือมีธรรมะอยู่ในจิตใจจะช่วยให้การทำงานเต็มไปด้วยความโปร่งใสสุจริตและสร้างสังคมการทำงานที่ดีทั้งต่อตัวผู้ปฏิบัติเองและต่อบุคคลรอบข้าง

นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์นั้นมีส่วนสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มบุคคลในทุกเพศทุกวัยให้หันมาสนใจปฏิบัติธรรมมากขึ้น จากการวิจัยพบว่าผู้มาปฏิบัติธรรมนั้นส่วนน้อยที่จะมาจากการดูสื่อต่าง ๆ ซึ่งยังไม่มีข้อมูลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจให้เข้ามาปฏิบัติธรรม โดยช่องทางที่ผู้มาปฏิบัติธรรมส่วนใหญ่ให้ความสนใจและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคือยูทูบ

อีกประเด็นหนึ่งคือ สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้หญิงวัยทำงานที่มาปฏิบัติธรรมมีความต้องการให้สถานปฏิบัติธรรมนั้น ๆ มีรองรับ เพื่อความสะดวกมากขึ้น บางครั้งชีวิตที่เร่งรีบจากการทำงานทำให้ไม่มีเวลาในการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าผู้มาปฏิบัติธรรมนั้นยังคงต้องการความสะดวกสบายอยู่ ดังนั้น การจัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ช่วยให้ผู้มาปฏิบัติธรรมสะดวกมากขึ้นจะทำให้ได้รับความพึงพอใจ

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. 2556. กรมการปกครองกับการปฏิบัติธรรมพัฒนาจิตเพื่อชีวิตที่สมดุล. *เทศาภิบาล*, *108*(4), 14-17.

กิตวิภา สุวรรณรัตน์. (2545). *การสร้างพลังอำนาจในตนเองของสตรีที่ประสบปัญหาความรุนแรงในครอบครัว: ศึกษาเฉพาะกรณี ศูนย์พิทักษ์สิทธิสตรี มูลนิธิเพื่อนหญิง* (วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ)

ขวัญใจ สุขทองหล่อ. 2560. สมดุลชีวิตการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร. *วารสารสมาคมส่งเสริมการวิจัย 8* (2): 220-224.

ขวัญษา เอกจิตต์ และ อุทัย สติมั่น. 2559. หลักไตรสิกขากับการพัฒนาตน. *วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ฯ 3*(2): 170-179.

จงจิตต์ โศภณคณาภรณ์. (2554). *สังคมวิทยาสตรี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จันทร์ศิริ พลอยงาม และ พระมหามิตร ฐิตปญฺโญ (วันยาว). (2561). ความทุกข์ของสตรีตามทัศนะในพระพุทธศาสนาเถรวาท. วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ *35*(3): 114-128.

ธรรมะไทย. 2551. *วิปัสสนาคืออะไร?*. สืบค้นเมื่อ 16 เมษายน 2562, จาก http://www.dhammathai.org/webboard/dbview.php?No=153

พุทธทาสภิกขุ. (2555). *การทำงานคือการปฏิบัติธรรม*. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสภา.

พระปราโมทย์ ปาโมชฺโช. (2551). *วิธีการปฏิบัติธรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: ธรรมดา

พระไพศาล วิสาโล. (2558). *สร้างสมดุลชีวิต*. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2562, จาก www.visalog.org/article/suksala23.hdm,

แม่ชีกุลภรณ์ แก้ววิลัย. (2559). การปรับพฤติกรรมของสตรีผู้ปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานในสังคมไทยยุคปัจจุบัน. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร 4*(1): 90-105.

สุกัญญา ตันวนรัตน์สกุล. 2547. *ความสมดุลในชีวิตของพนักงานในสถานประกอบการ ที่ประกอบธุรกิจประเภทนำเข้า ส่งออก และนายหน้าตัวแทนระหว่างประเทศ.* (สารนิพนธ์พัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ)

สรายุทธ เพ็ชรชีก. (2553). *ปัจจัยทางครอบครัวที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น: ศึกษากรณีโรงเรียนมีนประสาทวิทยา เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร* (ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *สำรวจสภาวะทางสังคม วัฒนธรรม และสุขภาพจิต*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562, จาก www.nso.go.th/2014/pages.

การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง การยอมรับเทคโนโลยี และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

Celebrity Endorsement, Technology Acceptance, and Attitude Affecting Decision of Customers in Bangkok to Purchase through Shopee

ปริยรุฬห์ ไผทฉันท์[1*]
Priyaroon Pathaichunt[1*]
สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Master of Business Administration, Graduate School, Bangkok University
อีเมล priyaroon.srip@bumail.net
ดร.ชุติมาวดี ทองจีน[2**]
Chutimavadee Thongjeen, Ph.D. [2**]
อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Lecturer, Management Department, School of Business Administration, Bangkok University
อีเมล์ : chutimavadee.t@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องการโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง การยอมรับเทคโนโลยี และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรที่เป็นประชากรกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการวิเคราะห์คือสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ผลการศึกษาพบว่าการโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง การยอมรับเทคโนโลยี และทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง, การยอมรับเทคโนโลยี, ทัศนคติ, การตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee

Abstract

This research was conducted with the aims of studying celebrity endorsement, technology acceptance, and attitude affecting decision of customers in Bangkok to purchase through Shopee. Questionnaire was used to collect data from sample groups of population in Bangkok, age over 18 years old. The researcher selected 400 samples via Purposive Sampling method. The descriptive statistics used in the analysis were percentage, mean, and standard deviation. The statistical hypotheses test used multiple regression analysis. The results indicated that Celebrity Endorsement, Technology Acceptance, and Attitude Affecting Decision of Customers in Bangkok to Purchase through Shopee at the statistically significant level of 0.05.

Keywords: Celebrity Endorsement, Technology Acceptance, Attitude, Decision to Purchase through Shopee

บทนำ

ตลาด e-Commerce ค่อนข้างเป็นตลาดที่ใหญ่ เนื่องจากคนไทยนิยมใช้งานมากขึ้น มียอดผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้นประมาณ 4 เท่า จาก 10 ปีที่ผ่านมาโดยทาง ETDA (เอ็ตด้า) กล่าวว่า มูลค่า e-Commerce ในไทยมีการเติบโตขึ้น ปี 2561 มีมูลค่าถึง 3.2 ล้านล้านบาท เช่นเดียวกับการเติบโตของผู้ใช้งานผู้ใช้งานในปี พ.ศ. 2551 มี 9.3 ล้านคนแต่ในปัจจุบันมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น 45 ล้านคน (ETDA, 2019) อีกทั้งในปัจจุบันด้วยราคาของเครื่องมือสื่อสารที่ถูกลง ในขณะที่การพัฒนาของเครื่องมือสื่อสารมากขึ้น ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น ด้วยเหตุนี้ จากจำนวนผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างสอดคล้องกัน ส่งผลให้ตลาด e-Commerce ของประเทศเติบโตมากขึ้นตามไปด้วย และแนวโน้มที่มีการคาดการณ์ในอนาคตตลาดนี้ก็ยังเติบโตมากขึ้นเรื่อย

การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) เป็นการใช้คนเป็นตัวกลางในการสื่อสาร เป็นรูปแบบการโฆษณาที่ได้รับความนิยมและพบเห็นได้บ่อยตามสื่อทั่วไป นอกเหนือไปจาก ดารา นักร้องและศิลปิน แต่ครอบคลุมไปถึงนักกีฬา เป็นต้น (ภัสสรนันท์ เอนกธรรมกุล, 2553, หน้า 1) ซึ่งจะสังเกตได้ว่าในธุรกิจส่วนมากใช้คนที่มีชื่อเสียงเข้ามาทำหน้าที่สื่อสาร ไปสู่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพราะว่ามีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ง่ายมากขึ้น เห็นภาพเป็นบุคคล เป็นลักษณะที่เข้าถึงง่าย ยิ่งถ้ากลุ่มเป้าหมายชื่นชอบศิลปินอยู่แล้วด้วย ยิ่งสร้างโอกาสทางการขายของธุรกิจได้ง่ายมากขึ้น พร้อมกับสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่และสร้างฐานลูกค้าเก่าให้มั่นคงกว่าเดิม การโฆษณาโดยใช้บุคคลถือว่าเป็นสิ่งสำคัญและเป็นปัจจัยหลักในการทำธุรกิจ รวมถึงการสร้าง

ภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจออกไปยังสายตาของกลุ่มเป้าหมาย การเลือกใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงจึงมีความสำคัญเป็นอย่าง การเลือกใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการโฆษณานั้นสำคัญกับธุรกิจเป็นอย่างมาก

การยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งธุรกิจจะเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเพื่อวางแผนการตลาดและเพิ่มยอดขายนั้น ต้องเข้าใจถึงใจกลางของกลุ่มเป้าหมายทั้งการใช้ชีวิต สิ่งต่าง ๆ ในชีวิตกลุ่มเป้าหมายรวมถึงเทคโนโลยีต่อกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งเดี๋ยวนี้เป็นยุคดิจิทัล บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายและได้รับความสะดวกสบายยิ่งกว่าในสมัยก่อน เทคโนโลยีจึงเป็นตัวกลางหลักที่ทางธุรกิจในจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผนวกกับการรับข่าวสาร รวมถึงการทำธุรกรรมต่าง ๆ ทางออนไลน์ที่สะดวกและปลอดภัย ทำให้ผู้คนเกิดการยอมรับและหันมาสนใจและใช้งานเพิ่มขึ้นอีกด้วย (เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล, 2554)

ด้านทัศนคติเป็นสิ่งหนึ่งสำคัญต่อธุรกิจ ทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายนั้นจะส่งผลถึงการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยหลัก ๆ แล้วทัศนคติของผู้บริโภคจะเกิดจากการได้รับข่าวสาร ความรู้ ความเชื่อมาก่อนที่จะมีการแสดงออกในเชิงพฤติกรรมว่าชอบหรือไม่ชอบสิ่งนั้น โดยทางธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ ยิ่งถ้าทัศนคติของลูกค้าดีต่อธุรกิจ การสร้างยอดขาย ขยายฐานกลุ่มเป้าหมาย ก็ไม่ใช่เรื่องยาก (พรทิพย์ บุญนิพัทธ์, 2531)

จากปัจจัยและเหตุผลดังกล่าวทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเรื่องการโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง การยอมรับเทคโนโลยี และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูล ความรู้ นำไปส่งเสริมให้กับทางธุรกิจ โดยการนำข้อมูลสำคัญต่าง ๆ มาสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจในปัจจุบัน เป็นแนวทางในการสร้างบริการใหม่ ๆ ปรับปรุง และเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักผลิตภัณฑ์ จดจำ รับรู้ ไปจนถึงการตัดสินใจซื้อในที่สุด รวมถึงพัฒนาสร้างสิ่งใหม่ ๆ และส่งต่อความรู้เพื่อการศึกษาให้กับบุคคลทั่วไป หรือผู้ที่สนใจ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2.เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางให้แก่องค์กรต่าง ๆ ที่ต้องการใช้ศิลปินในการสื่อสาร เป็นกลยุทธ์ตลาด ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ ให้เป็นที่รับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

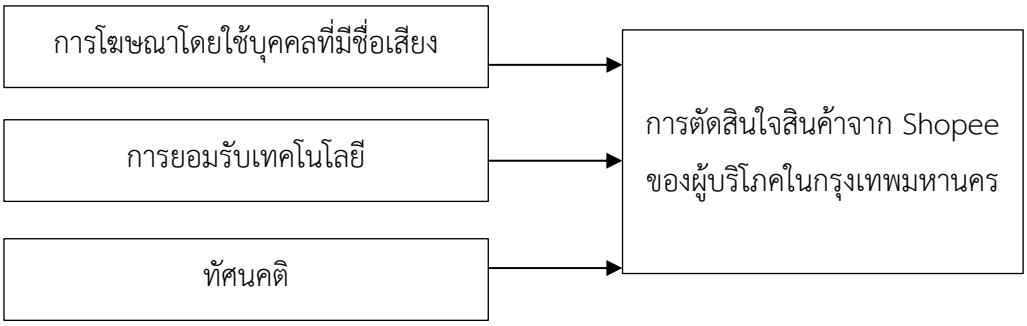
2. เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ทราบถึงการยอมรับเทคโนลยีในปัจจุบัน เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพสินค้า บริการ และการประชาสัมพันธ์

3. เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ทราบทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพสินค้า บริการ และการประชาสัมพันธ์คุณภาพสินค้า

4. เพื่อให้ผู้ประกอบการในตลาด e-Commerce สามารถนำผลการศึกษาไปใช้วิเคราะห์ ประยุกต์พัฒนา เพื่อเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมายผ่านทางออนไลน์

5. เพื่อให้นักศึกษา หรือผู้ที่สนใจ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการใช้กลุ่มคนที่มีชื่อเสียง นำไปประยุกต์ใช้เป็นกลยุทธ์ใหม่ ๆ ให้กับกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิง ผู้ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเป็นกลุ่มคนที่มีประสบการณ์การซื้อสินค้าจาก Shopee มาก่อน

กลุ่มตัวอย่าง ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากร โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ทำวิจัยได้เลือกกลุ่มประชากรทั้งหมด 4 เขต เขตพญาไท, เขตปทุมวัน, เขตลาดพร้าว, และ

เขตบางกะปิ จำนวนทั้งหมด 400 คน จัดแบ่งตัวอย่างเป็นกลุ่มย่อยโดยใช้เกณฑ์เลือกเขตที่ผู้อาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่ม 1 ประชากรในเขตพญาไท จำนวน 100 คน

กลุ่ม 2 ประชากรในเขตปทุมวัน จำนวน 100 คน

กลุ่ม 3 ประชากรในเขตลาดพร้าว จำนวน 100 คน

กลุ่ม 4 ประชากรในเขตบางกะปิ จำนวน 100 คน

ตัวแปร ตัวแปรอิสระ คือ การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง, การยอมรับเทคโนโลยี, ทัศนคติ และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลา ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ พฤษภาคม ถึง มกราคม พ.ศ. 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 6 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง การยอมรับเทคโนโลยี ทัศนคติ การตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และส่วนสุดท้ายคือ ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Pre-test) จำนวน 40 ชุด ได้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ค อัลฟ่า (Cranach's Alpha Coefficient) รวม .906 และตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากความครบถ้วนและสอดคล้องกับเนื้อหาจากอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำมาปรับปรุง และแจกจริง จำนวน 400 ชุด

สถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) คือการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) คือ การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ระดับเงินรายได้อยู่ในระหว่าง 15,001-25,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 มีความถี่ในการซื้อสินค้าเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อมากที่สุดคือเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 เลือกซื้อสินค้าในระดับราคาเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 501-1,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยผลรวม 3.19 หรืออยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยผลรวม 3.50 หรืออยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยผลรวม 3.49 หรืออยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยผลรวม 3.52 หรืออยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง การยอมรับเทคโนโลยี และทัศนคติกับการตัดสินซื้อสินค้าจาก Shopee

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig
การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง	.109	.037	.121	2.959	.003
การยอมรับเทคโนโลยี	.314	.053	.315	5.944	.000
ทัศนคติ	.380	.052	.373	7.382	.000

R^2 = 0.482, F = 124.934, N = 400, $p < 0.05$

ผลการศึกษาจากตารางที่ 1 พบว่า การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง การยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 48.2 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายประเภทแสดงให้เห็นว่าทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee มากที่สุด B = .373 รองลงมาคือ การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee B = .315 และการโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee น้อยที่สุด B = .121

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1: การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 2: การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 3: ทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง

ผลการทดสอบสมมติฐานตามตารางที่ 2 สรุปได้ว่า ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง การยอมรับเทคโนโลยี และทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับปานกลางที่ค่าเฉลี่ย 3.19 ผลการทดสอบสมมติฐานทราบว่าการโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ ภัสสรนันท์ อเนกธรรมกุล (2553) ได้อธิบายไว้ว่าองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการเลือกใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญได้แก่ 1)ความดึงดูดใจ (Attractive) 2)ความไว้วางใจ (Trustworthiness) 3)ความชำนาญเชี่ยวชาญ (Expertise) 4)ความเคารพ (Respect) 5)ความเหมือนกับกลุ่มเป้าหมาย (Similarity) การวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงสามารถแสดงเอกลักษณ์ความน่าเชื่อถือ และสื่อสารภาพลักษณ์ของตนเองไปพร้อมกับสินค้าหรือแบรนด์ผ่านโฆษณา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบนห้างสรรพสินค้าชองผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ของ ภัสราพร รัตนชาติ (2557) โดยให้ผลตรงกันคือ ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลที่มีชื่อเสียง ความคล้ายคลึงกับกลุ่มเป้าหมาย ความดึงดูดใจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีความเห็น อยู่ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.50 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Davis (1989) ได้กล่าวไว้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีมีองค์ประกอบหลักอยู่ 3 ข้อ ได้แก่ 1)การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) 2)การ

รับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease Of Use) 3)ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ (Perceived Credibility) ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นการปรับตัวเพื่ออยู่ร่วมกับเทคโนโลยีรวมถึงการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีผ่านประสบการณ์ของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ของ อัครเดช ปิ่นสุข (2558) ซึ่งให้ผลตรงกันก็คือ การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นอยู่ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.49 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าว่าทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ (2531) กล่าวว่าทัศนคติสามารถแยกย่อยออกมาเป็น 3 องค์ประกอบหลักได้แก่ 1)ด้านความเข้าใจ (The Cognitive Component) 2)ด้านความรู้สึก (The Affective Component) 3)ด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) การวิจัยในครั้งนี้แสดงให้ทราบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคต่อสินค้าหรือธุรกิจแตกต่างกันไปในแต่ละคน โดยมาจากพื้นฐานความเชื่อ จินตนาการ ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่างกัน ส่วนมากมีทัศนคติที่ดีกับการซื้อสินค้าผ่านโลกออนไลน์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักบนอินเทอร์เน็ตของ นิศารัตน์ จิรรุ่งแสงสถิต (2557) พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติอยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก ส่งผลต่อการตัดสินใจจองที่พักบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการวิจัยแสดงพบว่า การโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครนั้นอยู่ในระดับปานกลางต่อมุมมองการใช้พรีเซ็นเตอร์ที่มีผลงานมาอย่างยาวนานส่งผลให้ท่านรู้สึกเชื่อมั่นที่จะซื้อสินค้าจาก Shopee เนื่องจากการใช้พรีเซ็นเตอร์มีผลกระทบในทางที่ดีและไม่ดีเนื่องจากภาพลักษณ์ ผลงานของบุคคลที่มีชื่อเสียงแต่ละคนต่างกัน ทางบริษัทควรเลือกใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงให้ตรงกับภาพลักษณ์ของสินค้าหรือธุรกิจของตนเองในการสื่อสารออกไปยังผู้บริโภค

จากการวิจัยแสดงพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีนั้นอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายได้รู้สึกว่าการซื้อสินค้าจาก Shopee ให้ความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้าอย่างมาก ถึงจะสะดวกสบายแค่ไหนการซื้อสินค้าออนไลน์ยังต้องคำนึงถึงความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของทาง Shopee ซึ่งทาง Shopee ควรจะแสดงออกให้ผู้บริโภคมั่นใจถึงการเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค มีการสื่อสารออกไปยังผู้บริโภคว่าไม่ได้ละเลยในเรื่องของความปลอดภัย

จากการวิจัยแสดงถึง ปัจจัยด้านทัศนคติอยู่ในระดับมากต่อมุมมองที่ท่านเข้าใจว่า Shopee เป็นตัวกลางในการจำหน่ายสินค้า ระหว่างท่านกับร้านค้า ควรรักษาความสัมพันธ์ในการเป็นตัวกลางระหว่าง

Shopee ร้านค้า และผู้บริโภคต่อไป ควรสร้างมาตรฐานที่สูงขึ้นไปเพื่อสร้างฐานลูกค้าในระยะยาวและต่อยอดในการสร้างฐานลูกค้าใหม่ทั้งผู้บริโภคและร้านค้า

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.ชุติมาวดี ทองจีนอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทาง การศึกษา ตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องในงานตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ ในการวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

นิศารัตน์ จิรรุ่งแสงสถิต. (2557). *ทัศนคติ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักบนอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. (2531). *ทัศนคติ.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ภัสราพร รัตนชาติ. (2557). *ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลที่มีชื่อเสียงและกลยุทธ์การค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบนห้างสรรพสินค้าของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.* วารสารสุทธิปริทัศน์, 28(88), 385-407.

ภัสสรนันท์ เอนกธรรมกุล. (2553). *ผลกระทบจากการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) ที่เป็นผู้นำเสนอสินค้าหลากหลายตราสินค้าในงานโฆษณา.* การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2561). *Value of e-Commerce Survey สถิติมูลค่า e-Commerce ปี2558-2560 และคาดการณ์ปี2561.* สืบค้นจาก https://www.etda.or.th/app/webroot/content_files/13/files/.

อัครเดช ปิ่นสุข. (2559). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพบริการ อิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอพพลิเคชั่นของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร.* ในการประชุมวิชาการระดับชาติสหวิทยาการเอเชียอาคเนย์ 2559 ครั้งที่ 3. นนทบุรี: โรงแรมริชมอนด์สไตลิส คอนเวนชั่น.

เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). *ความตระหนักและการยอมรับการนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์การภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13*(3), 319-339.

ความคิดเห็นของประชาชนริมคลองในพื้นที่โครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำบริเวณคอขวด คลองทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

The Opinions of People on the canal in Khlong Thaveewattana Drainage Tunnel Construction at the Bottleneck in Krung Thep Maha Nakhon Metropolis

ภูมิภัทร วีระเดชากุล*
Bhumiphat Weeradaechakul*
สิริกร กาญจนสุนทร**
Sirikorn Kanjanasuntorn**
พูนศักดิ์ ไม้โภคทรัพย์***
Poonsak Miphokasap***
สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*
Program in Social Development and Administration of Social Sciences
Kasetsart University.*
อีเมล์ : plume_017987@hotmail.com*
รองศาสตราจารย์, พธ.ด**
Associate Professor, Ph.D.**
ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**
Department of Geography Faculty of Social Sciences Kasetsart University**
อีเมล์ : sirikorn.ta29@gmail.com**
ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร.***
Assistant Professor, Ph.D.***
ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์***
Department of Geography Faculty of Social Sciences Kasetsart University***
อีเมล์ : fsocpsm@ku.ac.th***

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนริมคลองในพื้นที่โครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำบริเวณคอขวด คลองทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำบริเวณคอขวด คลองทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 6 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควต้าและวิธีการบอกต่อ

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล จากกลุ่มตัวอย่างมีอายุน้อยที่สุด 43 ปี และอายุมากที่สุด 70 ปี มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนสูงสุดไม่เกิน 6 คน อาศัยในพื้นที่น้อยที่สุด 3 ปี และมากที่สุด 67 ปี ส่วนใหญ่ไม่มีตำแหน่งสถานภาพในชุมชน และการเป็นสมาชิกกลุ่มในชุมชน ความคิดเห็นของประชาชนในโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำคลองทวีวัฒนา บริเวณคอขวด จากการสัมภาษณ์ประกอบด้วยความคิดเห็น 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ ควรจัดการจราจรให้มีความสะดวก โดยการประสานงานกับตำรวจจราจรในช่วงที่มีการขนย้ายวัสดุ ติดตั้งป้ายแจ้งเตือนเส้นทางการจราจรและในเขตก่อสร้าง เครื่องสูบน้ำควรมีประสิทธิภาพที่ดี และสร้างกำแพงเพื่อป้องกันเสียงจากเครื่องสูบน้ำด้วย ด้านความคาดหวังที่จะได้รับผลประโยชน์จากโครงการอุโมงค์ระบายน้ำ สามารถระบายน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ แก้ไขปัญหาอุทกภัยและน้ำท่วมขังในช่วงฝนตก สามารถบำบัดน้ำให้มีคุณภาพ มีการจัดการที่อยู่อาศัยให้มีภูมิทัศน์ดีขึ้น นำดินที่ได้จากการขุดอุโมงค์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านอื่นๆ และมีการจัดการขยะในคลองให้สะอาด ด้านผลกระทบจากโครงการ ควรมีมาตรการในการรับมือการกีดขว้างการระบายน้ำ การป้องกันการเกิดอุบัติเหตุและการรักษาความสะอาดในการขนย้าย ตลอดจนมีมาตรการควบคุมผลกระทบที่เกิดจากมลพิษทางอากาศ ทางน้ำและทางเสียง ด้านความเหมาะสมของระยะเวลาการดำเนินโครงการ ควรมีการวางแผนการดำเนินการก่อสร้างให้เหมาะสมทั้งช่วงเวลาก่อสร้าง ขนย้ายวัสดุ และการทำงานของเครื่องสูบน้ำ เพื่อให้มีการก่อสร้างแล้วเสร็จทันตามกำหนด

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย ควรใช้เครื่องมือในการก่อสร้างที่มีความทันสมัย ปลอดภัย ควรมีการทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ให้กับประชาชนได้รับรู้เพิ่มเติม ตลอดจนระเวลาการก่อสร้างในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ควรมีการเร่งงานก่อสร้างให้มีความคืบหน้ามากขึ้น เพื่อให้โครงการแล้วเสร็จได้ก่อนกำหนด นอกจากนี้ควรมีการกำจัดวัชพืชในคลองและหาวิธีการบำบัดน้ำในรูปแบบอื่นๆ เพิ่มเติมด้วย

คำสำคัญ: โครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำบริเวณคอขวด, คลองทวีวัฒนา

Abstract

This research topic is "The Opinions of People on the canal in Khlong Thaveewattana Drainage Tunnel Construction at the Bottleneck in Krung Thep Maha Nakhon Metropolis" which has an objective to study about opinion of people in the in Khlong Thaveewattana Drainage Tunnel Construction at the Bottleneck Bangkok and qualitative research methodology through in-depth interviews of 6 people from quota sampling and snowball technique.

The result of the research shows that personal factors from the youngest sample is 43 and the oldest is 70 years old years. The maximum number of household members is no more than 6 people. Most samples do not have positionsanal status and group membership in the community. The research consists of 4 opinions which are in terms of managing the construction of the drainage tunnel. Traffic should be managed conveniently by coordinating with the traffic police during the transportation of materials, installing signs, warning traffic routes, and in the pump construction area. There should be good performance and build a soundproof barrier from the pump too. In terms of receiving benefits. The drainage tunnels can drain water efficiently, solve flooding and flooding problems during the rain, can treat water as well. Improving landscape management. The soil from the tunnel to be used for other purposes and manage the garbage in the canal to be clean. In terms of the impacts from the project. There should be measures to cope with draining, discarding, draining. Accident prevention and cleanliness in transportation. As well as have measures to control air pollution, water and sound. In term of the project implementation period. Appropriate construction procedures should be planned for both the construction period, material handling and pump operation. In order to have the construction completed on time.

Suggestions based on research findings. The construction should use modern and safe construction tools. There should be a report on environmental impact assessment (EIA) for people to know more. As well as during the construction period on weekends and public holidays that the project can be completed ahead of schedule. In addition, weeds should be eliminated in the canals and other methods of water treatment may be needed.

Keywords: Drainage Tunnel Construction at the Bottleneck, Khlong Thaveewattana

บทนำ

งานวิจัยนี้ทางผู้วิจัยมีความสนใจถึงผลกระทบจากปัญหาน้ำท่วมขังสูงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเกิดจากปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะเวลาเกิดฝนตกหนักมีการระบายน้ำไม่ทัน และประกอบกับสภาพภูมิประเทศที่เป็นที่ราบลุ่มต่ำ อยู่สูงเหนือระดับน้ำทะเลไม่มากนัก ทำให้การระบายน้ำในกรุงเทพมหานครไม่สามารถระบายได้ทัน เกิดน้ำท่วมขังสูงตามท้องถนน จึงส่งผลกระทบโดยตรงที่ตามมาอย่างเห็นได้ชัดเลยคือการจราจรที่ติดขัด ซึ่งเป็นปัญหาที่อยู่คู่กับชาวกรุงเทพมหานครมาอย่างยาวนาน นอกจากนี้สำนักการระบายน้ำ (2561, น. 1) กล่าวว่าพื้นที่กรุงเทพมหานครเคยได้รับผลกระทบจากอุทกภัยครั้งใหญ่ คือ เหตุวิกฤติน้ำท่วมในปี พ.ศ. 2554 ที่น้ำหลากจากทางตอนเหนือของประเทศไทย เข้ามาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประชาชนได้รับความเดือดร้อน อาคารบ้านเรือนเสียหายเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา มีน้ำท่วมขังเป็นระยะเวลานาน เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นอีกในอนาคต จึงมีความจำเป็นต้องก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำใต้ดินขนาดใหญ่ เพื่อเร่งระบายน้ำออกสู่แม่น้ำสายสำคัญให้มีระดับต่ำได้รวดเร็ว เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการระบายน้ำในคลองทวีวัฒนา ทำให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่อาศัยฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นด้วย ดังนั้นการศึกษา ความคิดเห็นของประชาชนริมคลองในพื้นที่โครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำบริเวณคอขวด คลองทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ว่ามีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไรบ้างก่อนที่จะมีการอนุมัติงบประมาณให้สามารถดำเนินการก่อสร้างได้ เนื่องจากสำนักการระบายน้ำกรุงเทพมหานคร ได้ขอยื่นอนุมัติงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2563 ในโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำคลองทวีวัฒนา บริเวณคอขวด ไว้แล้ว ซึ่งโครงการมีจัดทำรายงานการศึกษา สำรวจและออกแบบเบื้องต้นของโครงการแล้วเสร็จเมื่อปี พ.ศ. 2558 ซึ่งในรายงานมีการศึกษารับฟังความคิดเห็นจากประชาชนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ไว้นานแล้ว จากการศึกษาครั้งนี้ทางเจ้าหน้าที่โครงการสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประกอบในการดำเนินงานโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำที่มีข้อคิดเห็นเพิ่มเติมมากขึ้น ช่วยให้เจ้าหน้าที่โครงการดำเนินการก่อสร้างได้สะดวกราบรื่น ลดการเกิดปัญหาอุปสรรคจากข้อขัดแย้งระหว่างประชาชนในพื้นที่กับเจ้าหน้าที่โครงการ และเมื่ออุโมงค์ระบายน้ำก่อสร้างแล้วเสร็จสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำบริเวณคอขวด คลองทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ในด้านการจัดการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ ด้านความคาดหวังที่จะได้รับผลประโยชน์จากโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ ด้านผลกระทบจากโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ และด้านความเหมาะสมของระยะเวลาการดำเนินโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และความคิดเห็นของประชนในโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ ด้านความคาดหวังที่จะได้รับผลประโยชน์จากโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ ด้านผลกระทบจากโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ และด้านความเหมาะสมของระยะเวลาการดำเนินโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ มีการบันทึกข้อมูลสัมภาษณ์ด้วยเครื่องบันทึกเสียง ซึ่งการสัมภาษณ์ทุกครั้งผู้วิจัยจะขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนทุกครั้ง

วิธีการดำเนินงานวิจัยด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (depth interview) จากตัวแทนประชากรโดยการสุ่มแบบกำหนดโควต้า (quota sampling) โดยผู้นำชุมชนเป็นผู้แนะนำบุคคลให้สัมภาษณ์คนแรกส่วนคนอื่นๆ ต่อมาใช้ด้วยวิธีบอกต่อ (snowball technique) รวมจำนวนทั้งหมด 6 คน ซึ่งแบ่งตามที่อยู่อาศัยออกเป็นสองฝั่งคลองทวีวัฒนา บริเวณคอขวด คือ ฝั่งตะวันออก จำนวน 3 คน และฝั่งตะวันตก 3 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนา (description)

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนริมคลองในพื้นที่โครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำบริเวณคอขวด คลองทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำคลองทวีวัฒนาบริเวณคอขวด ของ สำนักการระบายน้ำ (2558) ประกอบกับข้อมูลตามแนวคิดความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ (Oskamp, 1977, pp. 119-133 อ้างถึงใน อัศว์ศิริ ลาปีอี, 2553, น. 32-33) ทำการวิเคราะห์ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อโครงการซึ่งใช้แนวคิดจาก 3 ปัจจัย ดังนี้

1. การมีประสบการณ์โดยตรงของบุคคล (direct personal experience) คือบุคคลได้รับความรู้สึกและความคิดต่างๆ จากประสบการณ์โดยตรง เป็นการกระทำหรือพบเห็นต่อสิ่งต่างๆ โดยลงมือทำของตนเอง ทำให้เกิดเจตคติหรือความคิดเห็นจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ

2. เจตคติและความคิดเห็นของกลุ่ม (group determinants of attitude) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นหรือเจตคติของแต่ละบุคคล เนื่องจากบุคคลจะต้องมีสังคมและอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้น ความคิดเห็นและเจตคติต่างๆ จะได้รับการถ่ายทอดและมีแรงกดดันจากกลุ่ม

3. สื่อมวลชน (mass media) เมื่อบุคคลได้รับสื่อจะส่งผลทำให้บุคคลมีความคิดเห็นมีความรู้สึกต่างๆ เป็นไปตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อนั้น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

สรุปรายละเอียดได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้อาศัยในบริเวณคลองทวีวัฒนา บริเวณคอขวด

เพศ	อายุ	ที่ตั้งที่อยู่อาศัย	ระยะเวลาที่อาศัย	สถานภาพในชุมชนหรือหมู่บ้าน	การเป็นสมาชิกกลุ่มที่จัดตั้งในชุมชนหรือหมู่บ้าน
หญิง	70	ฝั่งตะวันตกของคลองทวีวัฒนา บริเวณคอขวด	34	เหรัญญิก (ชุมชนธนวัฒน์)	กลุ่มสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน
หญิง	43	ฝั่งตะวันออกของคลองทวีวัฒนา บริเวณคอขวด	15	ลูกบ้าน	ไม่มีการเข้าร่วมกลุ่มสมาชิกในชุมชน
ชาย	58	ฝั่งตะวันออกของคลองทวีวัฒนา บริเวณคอขวด	35	ผู้ช่วยเจ้าอาวาส (วัดราษฎร์บำรุง)	ไม่มีการเข้าร่วมกลุ่มสมาชิกในชุมชน
หญิง	70	ฝั่งตะวันออกของคลองทวีวัฒนา บริเวณคอขวด	31	ลูกบ้าน	ไม่มีการเข้าร่วมกลุ่มสมาชิกในชุมชน
ชาย	63	ฝั่งตะวันตกของคลองทวีวัฒนา บริเวณคอขวด	3	ลูกบ้าน	ไม่มีการเข้าร่วมกลุ่มสมาชิกในชุมชน
ชาย	67	ฝั่งตะวันตกของคลองทวีวัฒนา บริเวณคอขวด	67	ลูกบ้าน	กลุ่มสมาชิกกองทุนหมู่บ้านและกลุ่มผู้สูงอายุ

2.1 ความคิดเห็นของประชนในโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้

2.1.1 ด้านการจัดการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ มีรายละเอียดดังนี้

1) การจัดการจราจร โดยแบ่งเส้นทางเบี่ยงจราจรให้ชัดเจน รับอาสาสมัครจากประชาชนให้มีส่วนร่วมช่วยดูแลการจราจรเพิ่มเติมด้วย และควบคุมระยะเวลาการก่อสร้างให้ประชาชนได้รับผลกระทบจากปัญหาการจราจรให้น้อยที่สุด

2) ตำรวจจราจร ช่วยมาดูการจราจรโดยเฉพาะเวลาช่วงเช้ากับเย็นที่เป็นเวลาเร่งด่วน หากกรณีที่เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนจะได้ช่วยจัดการจราจรให้เรียบร้อยคล่องตัวขึ้น มีการนำระบบไฟจราจรอัตโนมัติมาใช้งาน และหมั่นกวดขันตรวจสอบยานพาหนะที่จอดริมทาง

3) ป้ายแจ้งเตือนเส้นทางการจราจร ต้องติดตั้งในที่มองเห็นได้ชัดเจน มีแสงไฟสว่างบริเวณพื้นที่ก่อสร้างอย่างเพียงพอโดยเฉพาะตอนกลางคืน มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ทำป้ายแจ้งเตือนให้โดดเด่นยิ่งขึ้น สามารถบอกถึงสภาพการจราจรในพื้นที่ ตลอดจนป้ายแนะนำเส้นทางลัด

4) ป้ายแจ้งเตือนเขตก่อสร้าง มีประกาศแจ้งเตือนเขตพื้นที่ก่อสร้างอย่างน้อยล่วงหน้า 6 เดือน สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ตัวอักษรของป้ายข้อความขนาดใหญ่ กระชับเข้าใจง่าย สามารถป้องกันไม่บุคคลภายนอกสามารถเข้าในพื้นที่ก่อสร้างได้โดยง่าย

5) ความปลอดภัย ควรมีมาตรฐานความปลอดภัยในการก่อสร้าง คำนึงความปลอดภัยของประชาชนเป็นสำคัญ มีการปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังอย่างเข้มงวด ไม่ประมาท ควรติดตั้งแผงกั้นพื้นที่จราจรกับพื้นที่ก่อสร้างให้ชัดเจน และคำนึงถึงมลภาวะที่ส่งผลต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน

6) การขนย้ายวัสดุ ควรใช้ผ้าใบคลุมปกปิดและระมัดระวังในการขนย้าย มีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบความสะอาดให้เรียบร้อยทุกครั้ง หากเป็นไปได้ทุกวันอาทิตย์ควรมีการเก็บอุปกรณ์ที่ไม่จำเป็นออกจากพื้นที่ โดยใช้รถบรรทุกควรมีขนาดไม่เกิน 6 ล้อ

7) เครื่องสูบน้ำ มีประสิทธิภาพที่ดีคุ้มค่ากับงบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้าง คุณภาพของเครื่องสูบน้ำที่คงทน พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา ควรมีเสียงดังรบกวนจากการทำงานของเครื่องให้น้อยที่สุด หากเป็นไปได้ให้หยุดพักการทำงานของเครื่องทุกวันอาทิตย์

8) กำแพงกั้นเสียงเครื่องสูบน้ำ สามารถดูดซับเสียงได้ดี ป้องกันเสียงดังรบกวน

2.1.2 ด้านความคาดหวังที่จะได้รับผลประโยชน์จากโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ มีรายละเอียดดังนี้

1) ความสามารถในการระบายน้ำ มีการระบายน้ำที่ดีขึ้นกว่าเดิมไม่เกิดน้ำท่วมขังตามท้องถนน มีทางระบายน้ำที่ออกได้หลายทิศทาง และอุโมงค์มีขนาดใหญ่สามารถระบายน้ำได้ในปริมาณมาก

2) การแก้ไขปัญหาน้ำท่วมใหญ่ สามารถลดปัญหาอุทกภัยครั้งใหญ่ได้ในพื้นที่เขตทวีวัฒนา เขตตลิ่งชัน เขตหนองแขม เขตบางแค และเขตภาษีเจริญ มีเจ้าหน้าที่บริหารจัดการระบายน้ำของอุโมงค์ที่ดี สามารถไว้ใจได้ว่าทรัพย์สินมีค่าไม่ต้องเสียหายจากอุทกภัยซ้ำอีก

3) การแก้ไขปัญหาน้ำท่วมขังในช่วงฝนตก สามารถระบายน้ำท่วมขังตามท้องถนนและในซอยในช่วงฝนตกได้ดีกว่าเดิม มีการเตรียมการล่วงหน้าเพื่อรับมือปริมาณน้ำฝนด้วยการลอกท่อระบายน้ำเตรียมไว้ก่อน

4) การบำบัดน้ำให้มีคุณภาพดีขึ้น สามารถบำบัดน้ำให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น คุณภาพของน้ำมีความใสสะอาด ไม่ส่งกลิ่นเหม็นและลดแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรค และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

5) การจัดการที่อยู่อาศัย ทำให้ที่อยู่อาศัยบริเวณริมคลองมีความป็นระเบียบมากขึ้นมีภูมิทัศน์ที่สวยงามเป็นธรรมชาติ สะอาดน่าอยู่ ไม่แออัด ไม่รุกล้ำพื้นที่คลอง อาจมีการสร้างสวนสาธารณะขนาดเล็กให้กับประชาชนในพื้นที่เพิ่มเติม

6) การนำดินที่ได้จากการขุดอุโมงค์ ไปใช้ทำประโยชน์ในด้านอื่นๆ เช่น นำดินทำเป็นปุ๋ยหรือดินสำหรับปลูกพืช นำดินไปถมที่ในโครงการอื่นๆของรัฐบาลตามนโยบาย นำดินไปขายให้กับประชาชนในราคาย่อมเยา นำดินไปถมในพื้นที่ที่ต่ำให้มีระดับสูงขึ้น เป็นต้น

7) การจัดการขยะในคลอง โดยอุโมงค์ระบายน้ำติดตั้งระบบเครื่องกรองขยะ และมีรถบรรทุกเก็บขยะเตรียมพร้อมโดยเฉพาะ มีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดเป็นประจำอาทิตย์ละ 1 ครั้ง และติดป้ายแจ้งเตือนห้ามทิ้งขยะลงคลองหากฝ่าฝืนมีบทลงโทษ

2.1.3 ด้านผลกระทบจากโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ มีรายละเอียดดังนี้

1) การกีดขว้างการระบายน้ำมีความระมัดระวังในการขนย้ายวัสดุก่อสร้าง ควบคุมปริมาณการขนย้ายให้เหมาะสมกับขนาดรถบรรทุก และมีการบริหารจัดการขั้นตอนในการก่อสร้างอย่างรัดกุม

2) การจราจรติดขัดจากการขนย้ายวัสดุ ควรมีการจัดการช่วงเวลาในการขนย้ายหลีกเลี่ยงในช่วงเวลาการสัญจรที่เร่งด่วนคือ ช่วงเช้าและช่วงเย็น และควรประกาศให้ทราบล่วงหน้าก่อนมีการขนย้ายเป็นจำนวนมาก

3) อุบัติเหตุและความสะอาดในการขนย้าย รถบรรทุกไม่ขนย้ายวัสดุอุปกรณ์เกินน้ำหนักมากไป มีการตรวจสอบสภาพร่างกายคนขับรถก่อนการขนย้ายทุกครั้งและจำกัดความเร็วรถ ตลอดจนเจ้าหน้าที่โครงการกำหนดมาตรการรับมือกับผลกระทบร่วมกับประชาชน

4) มลพิษทางอากาศ มีการติดป้ายแจ้งเตือนบอกปริมาณมลพิษทางอากาศ หากมีฝุ่นละอองในพื้นที่เป็นจำนวนมากควรติดตั้งระบบฉีดละอองน้ำในอากาศหรือพรมน้ำบนดินในพื้นที่ก่อสร้างเพื่อลดปริมาณฝุ่นละออง ในพื้นที่ก่อสร้างติดตั้งผ้าคลุมพื้นที่ให้มิดชิดป้องกันฝุ่นละอองกระจาย

5) มลพิษทางเสียง ทางเจ้าหน้าที่โครงการหลีกเลี่ยงการก่อสร้างที่ต้องใช้เสียงดังในช่วงเวลาพักผ่อนของประชาชน หากจำเป็นต้องมีการก่อสร้างในเวลากลางคืนควรหลีกเลี่ยงการก่อสร้างที่มีเสียงดังมากจนรบกวนการพักผ่อนของประชาชน และควรใช้เครื่องมือก่อสร้างที่มีคุณภาพ

6) มลพิษทางน้ำ ทุกขั้นตอนในการก่อสร้างควรมีความระมัดระวังป้องกันไม่ให้วัสดุตกหล่นลงในคลอง เช่น เหล็ก หิน ทราย โดยใช้ตะแกรงและเครื่องดูดเศษวัสดุที่ตกหล่นในคลอง เมื่อก่อสร้างแล้วเสร็จควรมีการลอกคลองให้เรียบร้อย

2.1.4 ด้านความเหมาะสมของระยะเวลาการดำเนินโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ มีรายละเอียดดังนี้

1) ระยะเวลาการดำเนินการ ควรดำเนินการก่อสร้างให้แล้วเสร็จทันตามแผนที่ได้กำหนดไว้ มีการสำรองแผนรับมือหากเกิดปัญหาติดขัดในการดำเนินการ หากเป็นไปได้ควรก่อสร้างให้แล้วเสร็จก่อนระยะเวลาที่กำหนด

2) ช่วงเวลาก่อสร้าง ไม่ส่งผลกระทบในเรื่องการเดินทางและการอยู่อาศัยของประชาชนเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะหลีกเลี่ยงการก่อสร้างในช่วงเช้าตั้งแต่เวลา 06:00-09:00 น. และช่วงเย็นตั้งแต่เวลา 16:00-20:00 น. ส่วนเวลากลางคืนช่วงเวลาที่เหมาะสมที่จะก่อสร้างตั้งแต่เวลา 20:00-05:00 น.

3) ช่วงเวลาขนย้ายวัสดุ ไม่ส่งผลกระทบในเรื่องการเดินทางของประชาชนเช่นเดียวกับช่วงเวลาก่อสร้าง โดยเฉพาะหลีกเลี่ยงช่วงเวลาที่มีการจราจรที่ติดขัดในช่วงเช้าตั้งแต่เวลา 06:00-09:00 น. และช่วงเย็นตั้งแต่เวลา 16:00-20:00 น. ส่วนเวลากลางคืนเป็นเวลาที่เหมาะสมในการขนย้ายวัสดุตั้งแต่เวลา 20:00-05:00 น. หากเป็นวันอาทิตย์จะเป็นวันที่เหมาะสมในการขนย้ายได้ตลอดทั้งวัน

4) ช่วงเวลาการทำงานเครื่องสูบน้ำ ให้มีการทำงานตามเวลาปกติตั้งแต่ 10:00-15:00 น. หากกรณีที่มีฝนตกหนักทำให้มีปริมาณน้ำในคลองสูงขึ้น ควรเปิดการทำงานของเครื่องสูบน้ำตามสถานการณ์ปริมาณน้ำด้วย

5) ช่วงเวลาตำรวจดูแลการจราจร ควรดูแลโดยเฉพาะเวลากลางวัน ช่วงเช้าตั้งแต่เวลา 05:00-09:00 น. และช่วงเย็นตั้งแต่เวลา 15:00-18:00 น. หากมีรถบรรทุกขนย้ายวัสดุเป็นจำนวนมากและมีขนาดใหญ่ ควรมาช่วยจัดการจราจรในทันที

2. อภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลการวิจัย สามารอภิปรายผลความคิดเห็นของประชนในโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ ดังนี้

2.1 ด้านการจัดการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ พบว่า ในเรื่องของการจราจรเป็นประเด็นที่ต้องมีการการจัดที่ดี เนื่องจากถนนมีขนาดเล็กเพียง 3 ช่องทาง จึงทำให้มีการจราจรที่ติดขัดมากโดยเฉพาะเวลาช่วงเช้ากับเย็นที่เป็นเวลาเร่งด่วน หากมีการจัดการจราจรที่ดีจะช่วยให้มีช่องทางในการขนย้ายวัสดุอุปกรณ์เข้าออกพื้นที่ก่อสร้างได้สะดวกและมีการสัญจรที่คล่องตัวมากขึ้น ส่วนในเรื่องความปลอดภัยในการก่อสร้างและการขนย้ายวัสดุ เนื่องจากรถบรรทุกอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุได้หากมีเศษวัสดุตกหล่นขณะกำลังขนย้าย และสร้างความสกปรกบนท้องถนนได้อีกด้วยถ้าไม่ใช้ผ้าคลุมให้มิดชิด การติดตั้งแผงกั้นพื้นที่จราจรกับพื้นที่ก่อสร้างให้ชัดเจนและป้ายแจ้งเตือนเขตก่อสร้าง จะช่วยลดการเกิดอุบัติเหตุของยานพาหนะที่สัญจรผ่านพื้นที่ก่อสร้างโดยเฉพาะเวลากลางคืนที่การสัญจรจะมองเห็นได้ไม่ชัดเจน และยังช่วยอำนวยความสะดวกการขนย้ายวัสดุได้ดีด้วย ตลอดจนการทำงานของเครื่องสูบน้ำให้มีเสียงน้อยที่สุด เพื่อไม่ให้รบกวนการอยู่อาศัยของประชาชนบริเวณโดยรอบ หากเครื่องสูบน้ำทำงานเสียงดังมากแล้วจะส่งผลกระทบในระยะยาวได้ จึงเป็นขั้นตอนที่ยุ่งยากในการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนเครื่องสูบน้ำในรูปแบบใหม่ เพื่อเป็นการป้องกันเสียงจากการทำงานของเครื่องสูบน้ำได้อีกระดับหนึ่ง จึงควรมีการสร้างกำแพงกั้นเสียงเครื่องสูบน้ำที่สามารถดูซับเสียงได้ดี

2.2 ด้านความคาดหวังที่จะได้รับผลประโยชน์จากโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ พบว่า อุโมงค์ระบายน้ำต้องสามารถระบายน้ำที่ดีขึ้นกว่าเดิมก่อนยังไม่มี เพื่อให้อุโมงค์ระบายน้ำสามารถระบายน้ำได้เต็มประสิทธิภาพ การติดตั้งระบบเครื่องกรองขยะและวัชพืชต่างๆ ก็จะช่วยไม่ให้มีสิ่งกีดขวางเข้าไปในเครื่องสูบน้ำ สามารถแก้ไขปัญหาอุทกภัยครั้งใหญ่ที่ผ่านเข้ามาในกรุงเทพมหานครอย่างเหตุการณ์ตอนปีพ.ศ. 2554 และลดปัญหาการเกิดน้ำท่วมขังในช่วงฝนตกได้ เนื่องจากเป็นสาเหตุทำให้การจราจรเกิดความล่าช้า รวมทั้งสร้างความเสียหายต่อที่อยู่อาศัย เนื่องจากน้ำท่วมขังเข้ามาภายในซอยซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของประชาชน หากโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำยังสามารถช่วยบำบัดน้ำในคลองให้มีคุณภาพดีขึ้น ก็จะทำให้น้ำในคลองใส สะอาด ไม่ส่งกลิ่นเหม็นและเป็นแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรคต่างๆ อีกทั้งยังทำให้ที่อยู่อาศัยบริเวณริมคลองน่าอยู่ มีภูมิทัศน์ที่ดีขึ้นเป็นธรรมชาติ เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับประชาชนได้อีกทางหนึ่ง โครงการก่อสร้างมีการขุดดินออกมาเป็นจำนวนมากเพื่อใช้ทำอุโมงค์ระบายน้ำ จึงเห็นได้ว่าดินเหล่านี้สามารถนำไปใช้ทำประโยชน์ในด้านอื่นๆได้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

2.3 ด้านผลกระทบจากโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ พบว่า โครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำจะส่งผลกระทบถึงปัญหาการกีดขว้างการระบายน้ำในขณะดำเนินการก่อสร้าง เพราะจะทำให้น้ำเอ่อล้นจากคลองสร้างความเสียหายให้กับที่อยู่อาศัยของประชาชนที่ตั้งอยู่บริเวณริมคลอง การขนย้ายวัสดุก่อสร้างที่มี

ปริมาณมากเกินความสามารถของรถบรรทุกขนย้ายได้ อาจทำให้มีวัสดุอุปกรณ์ตกหล่นสร้างสิ่งสกปรกบนท้องถนนและเกิดอุบัติเหตุได้ หากมีวัสดุที่มีขนาดใหญ่ตกหล่น รวมทั้งเป็นสาเหตุให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัดอีกด้วย ในปัจจุบันประเทศไทยประสบปัญหาผลกระทบทั้งมลพิษทางอากาศ ทางเสียงและทางน้ำ โดยเฉพาะปัญหาฝุ่นละอองจากการก่อสร้างและรถบรรทุกที่ใช้ขนย้าย จะส่งผลต่อปัญหาสุขภาพของประชาชนได้ การที่มีเสียงเครื่องจักรทำงานดังมากในเวลากลางคืนก็จะรบกวนเวลาพักผ่อนของประชาชนด้วย ตลอดจนการก่อสร้างที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของน้ำในคลองน้อยลง ทำให้สิ่งมีชีวิตในน้ำไม่สามารถอาศัยอยู่ได้

2.4 ด้านความเหมาะสมของระยะเวลาการดำเนินโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ พบว่าระยะเวลาในการดำเนินโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ ควรก่อสร้างให้แล้วเสร็จทันตามแผนที่ได้กำหนดไว้ เนื่องจากหากมีการขยายเวลาก่อสร้างออกไปจะส่งผลกระทบกับการดำเนินชีวิตของประชาชนให้ได้รับความเดือดร้อนเป็นระยะเวลานานขึ้น หากเป็นไปได้สามารถก่อสร้างให้แล้วเสร็จก่อนระยะเวลาที่กำหนด ก็เป็นเรื่องที่ดีกับประชาชนที่จะได้รับผลกระทบเป็นระยะเวลาสั้นลง ชาวกรุงเทพมหานครได้มีอุโมงค์ระบายน้ำใช้เพื่อระบายน้ำเพิ่มเร็วขึ้นอีกหนึ่งแห่งให้ดีขึ้นด้วย ซึ่งการวางแผนดำเนินการก่อสร้างให้เป็นในเวลาที่ไม่ส่งผลกระทบในเรื่องการสัญจรและการอยู่อาศัยของประชาชนด้วย จึงควรหลีกเลี่ยงการขนย้ายวัสดุในช่วงเช้าและช่วงเย็นที่เป็นเวลาเร่งด่วนที่มีการการจราจรติดขัด ซึ่งเวลากลางคืนเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่จะก่อสร้างมากกว่าเวลากลางวัน หากจำเป็นต้องมีการก่อสร้างหรือต้องขนย้ายวัสดุอุปกรณ์ในเวลากลางวัน เจ้าหน้าที่โครงการต้องมีการประสานงานกับตำรวจจราจรให้มาช่วยดูแล ส่วนช่วงเวลาการทำงานเครื่องสูบน้ำ นอกเหนือจากเวลาการทำงานตามปกติของเครื่องสูบน้ำแล้ว ก็ต้องมีการติดตามสถานการณ์ของปริมาณน้ำในคลองร่วมด้วย โดยเฉพาะเมื่อมีฝนตกหนักหรือมีอุกทกภัยครั้งใหญ่ทำให้มีปริมาณน้ำในคลองสูงขึ้น จึงควรมีการเตรียมพร้อมของเครื่องสูบน้ำให้สามารถทำงานได้อยู่ตลอดเวลาด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรใช้เครื่องมือในการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำที่มีประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการก่อสร้างทั้งในด้านมลพิษทางเสียง และทางอากาศ ส่งผลให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อน

2. โครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำจะส่งผลประโยชน์ช่วยให้การระบายน้ำได้ดีขึ้น สามารถป้องกันน้ำท่วมใหญ่ได้แล้ว ควรควบคู่กับการหาวิธีกำจัดปัญหาวัชพืชในน้ำที่กีดขว้างการระบายน้ำในคลองและวิธีการบำบัดน้ำให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นเพิ่มเติม

3. ควรมีการทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) เพื่อคาดการณ์ผลกระทบทั้งในทางบวกและทางลบจากการทำโครงการให้กับประชาชนได้รับรู้เพิ่มเติม

4. ระยะเวลาการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำ ควรเร่งการก่อสร้างในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ให้มีความคืบหน้ามากขึ้น เพื่อลดระยะเวลาการก่อสร้างให้แล้วเสร็จได้ทันก่อนกำหนด

เอกสารอ้างอิง

สำนักการระบายน้ำ. (2558). *งานจ้างที่ปรึกษา ศึกษา สำรวจและออกแบบเบื้องต้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการระบายน้ำแนวคลองทวีวัฒนาและคลองพระยาราชมนตรี* (รายงานผลการศึกษา). กรุงเทพฯ: บริษัท ทีม คอนซัลติ้ง เอนจิเนียริ่ง แอนด์ แมนเนจ เมนท์ จำกัด.

_____. (2561). *แบบขอบรรจุแผนงานโครงการก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำคลองทวีวัฒนา บริเวณคอขวด ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562* [เอกสารอัดสาเนา]. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาระบบระบายน้ำ สำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร.

Oskamp, S. (1977). *Attitudes and Opinions*. New Jersey: Prentice-Hall Inc. อ้างถึงใน อัศว์ศิริ ลาปีอี. (2551). *ความคิดเห็นของสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดสงขลาต่อการจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบล*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

Influences of Social Marketing Communication through Online Media to Promote Anti-Cyber Bullying Behavior among People in Bangkok Through Theory of Planned Behavior

นายศุภดา แสนฉลาด[1]
รองศาสตราจารย์ นธกฤต วันต๊ะเมล์[2]
E-mail : supada.sa@ku.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ในการรณรงค์ต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ 2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีต่อทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร 3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีต่อพฤติกรรมต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติเชิงวิเคราะห์คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผู้วิจัยใช้แจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอย และวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมุติฐาน โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับข้อมูลการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์มากที่สุด คือ เฟซบุ๊ค (Facebook) 2. การเปิดรับการ

นายศุภดา แสนฉลาด[1] ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร รองศาสตราจารย์นธกฤต วันต๊ะเมล์[2] ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร

สื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีต่อทัศนคติต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า บล็อก (Blog) (β = .240) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ (Website) (β = .214) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีเพียงเว็บไซต์ (Website) (β = .199) ที่มีอิทธิพล การเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีต่อการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า เว็บไซต์ (Website) (β = .240) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ยูทูบ (Youtube) (β = .193) อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า เฟซบุ๊ค (Facebook) (β = .215) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ เว็บไซต์ (Website) (β = .187) ยูทูบ (Youtube) (β = .167) และอินสตาแกรม (Instagram) (β = .143) ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าวมีประโยชน์ต่อภาครัฐ และภาคเอกชนในการวางแผนพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชน ผ่านช่องทางสื่อสารบนโลกออนไลน์ต่าง ๆ ให้เข้าถึงประชาชนได้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์, การตลาดสื่อสังคมออนไลน์, เครือข่ายสังคมออนไลน์, การสื่อสารบนโลกออนไลน์

บทนำ

ในปัจจุบันการเข้าถึงอินเตอร์เน็ต และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ มีความสะดวกในการเข้าถึงมากขึ้น และเข้ามามีบทบาทสำคัญ อินเทอร์เน็ตมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกทั้งใน เรื่องการศึกษา การทำงาน การติดต่อสื่อสาร ความบันเทิงรวมถึงการพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้เกิดนวัตกรรมทางสังคม ที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายว่า “สังคมออนไลน์”

จากการที่สังคมออนไลน์ในประเทศไทยมีการใช้งานขนาดใหญ่มากขึ้น การแสดงความคิดเห็นของคนไทยมีการแสดงความคิดเห็นที่ออกมาอย่างจริงใจ ผ่านการเขียน ข้อความ เสียง วิดีโอ หรือแม้แต่ภาพถ่ายได้ง่ายมากเกินไป โดยอาจขาดการไตร่ตรองที่ดีได้ เพราะเมื่อไม่มีการสื่อสารแบบพบหน้ากัน การแสดงความคิดเห็นจึงมีอิสระเสรี การพูดล้อเล่น ล้อเลียน หลายครั้ง ในหมู่เพื่อนได้สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน ทั้งฝ่ายล้อและฝ่ายถูกล้อ เพราะต่างเข้าใจว่าเป็นการพูดคุยสื่อสาร หยอก ล้อเล่นกัน แต่ก็อาจจะมีหลายครั้งที่อีกฝ่ายอาจจะไม่พอใจ อาจจะตอบสนองด้วยการบอกว่าตนไม่พอใจ หรืออาจจะนิ่งเฉยไป แต่ก็กลายเป็นการสร้างความปมภายในใจ หรือที่เรียกว่า “การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์” (Cyberbullying)

ในปัจจุบันองค์กรหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคประชาสังคม มีการรณรงค์การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ จึงได้นำหลักการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมมาเผยแพร่ลงบนโลกออนไลน์ เพื่อรณรงค์กระตุ้นให้เกิดการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ผ่านช่องทางสังคมโซเชียลออนไลน์ต่าง ๆ เว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Website, Blog ต่าง ๆ ด้วยรูปภาพ บทความ วิดีโอ รณรงค์มากมาย เพื่อเสริมสร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อ ทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม ให้เกิดความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อสังคม และต่อรายบุคคล เป็นสื่อหลากหลายประเภทออกมา เช่น บทความ สื่อภาพ สื่อวิดีโอ เป็นต้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ในการรณรงค์ต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีต่อทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีต่อพฤติกรรมต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1.หน่วยงานภาครัฐ สามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ในการรณรงค์ที่จะเสริมสร้าง เพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักให้เห็นถึงความสำคัญของการรณรงค์ต่อต้านพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ต่าง ๆ

2. หน่วยงานประชาสังคม มูลนิธิเพื่อสังคมต่าง ๆ สามารถนำข้อมูลการศึกษาวิจัยนี้ ไปใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ในการรณรงค์ต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

3. เพื่อเป็นข้อมูลวิจัยให้แก่ผู้ที่มีความสนใจจะศึกษาในเรื่องการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมบนสื่อออนไลน์ เพื่อรณรงค์ต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของประชากร

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตประชากรที่ใช้ในการวิจัยโดยมุ่งศึกษาประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 60 ปี ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และมีความสามารถในการเข้าถึงสื่ออินเตอร์เน็ตสังคมออนไลน์เท่านั้น

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการศึกษาตัวแปรอิสระ ได้แก่ การเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์บนสื่อ Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Website, Blog และศึกษาตัวแปรตาม ได้แก่ ทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจ และพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาแนวคดิ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อสังคมปัจจัย Kotler & Zaltman (1971) ได้นำเสนอแนวคิดใหม่ของการตลาดที่ผลประโยชน์ (Benefits) ไม่ได้ตกกับนักธุรกิจหรือองค์กรที่ดำเนินการ และไม่ได้มีเป้าหมายสูงสุดที่ผลกำไร (Profits) แต่เป็นการนำเสนอแนวคิด (Selling a Behavior) เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติเพื่อโน้มน้าวให้เกิดพฤติกรรมที่ดีกว่าโดยสมัครใจ (The Behavior Change is Voluntary) โดยขอแลกเปลี่ยนกับพฤติกรรมเดิมที่ไม่พึงประสงค์ และมีจุดศูนย์กลางอยู่ที่ผู้บริโภค หรือลูกค้าที่เป็นประชากรเป้าหมาย ส่วน นธกฤต วันต๊ะเมล์ (2561) ได้ให้ความหมายการตลาดเพื่อสังคมไว้ว่า การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่สร้างความสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ (Economic Dimension) มิติทางสังคม (Social Dimension) และมิติทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Dimension) อันจะนำไปสู่การเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน

Wertime และ Fenwick (2008) ได้ให้ความหมายของการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ว่าคือ “พัฒนาการของตลาดในอนาคตเกิดขึ้นเมื่อบริษัทดำเนินงานทางการตลาดส่วนใหญ่ผ่านช่องทางสื่อสารการตลาดออนไลน์ ทำให้นักการตลาดสามารถสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องเป็นรายบุคคล ข้อมูลที่ได้จากการสื่อสารกับลูกค้าแต่ละคน ในแต่ละครั้งเป็นการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์กับลูกค้าคนต่อไปอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกันเหมือนการทำงานของเครือข่าย เซลล์ประสาทสั่งการ นักการตลาดสามารถนำข้อมูลที่

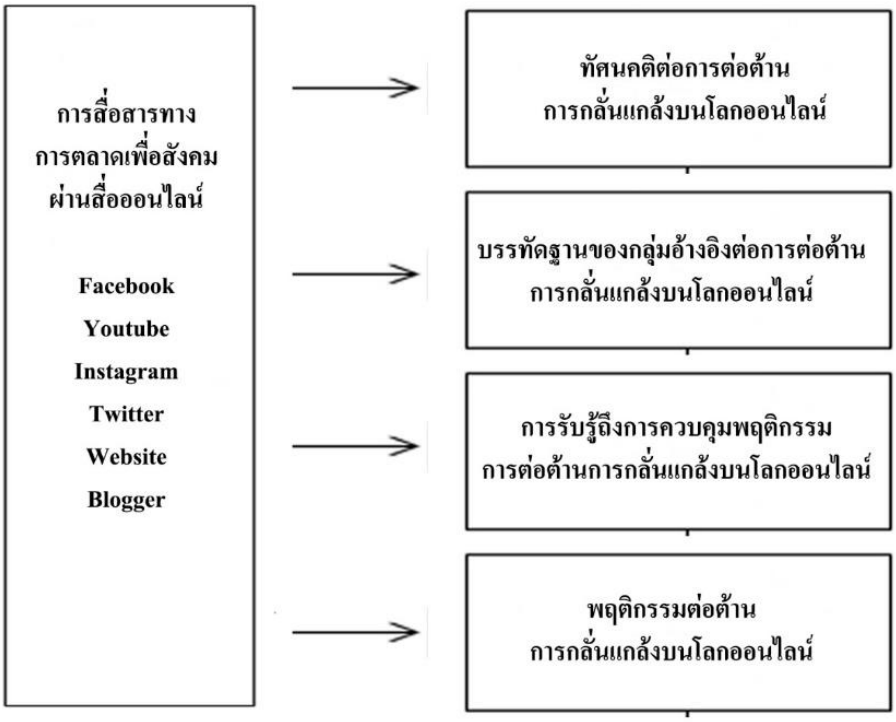
ทราบแบบเรียลไทม์นี้ รวมทั้งความคิดเห็นที่รับตรงจากลูกค้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคในโอกาสต่อ ๆ ไป หรือวิธีการในการส่งเสริมสินค้า และบริการโดยอาศัยช่องทางฐานข้อมูลออนไลน์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งตอบโจทย์ ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน และใช้ต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนอนุพงษ์ เกรียงไกรลิปิกร (2554) ได้อธิบายถึง Social Media ว่าหมายถึงเป็นสื่อในสังคมออนไลน์ปัจจุบันที่เป็นที่ใช้งานอย่างแพร่หลายด้วยรูปแบบการสื่อสารแบบ Interactive หรือ Two Way Communications ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงโลก Social Media ประเภทต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว และเข้าถึงโดยผู้ใช้งาน สามารถใช้พื้นที่เผยแพร่โต้ตอบได้อย่างทันทีทันใดAjzen (1991) ได้นำเสนอทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (A Theory of Planned Behavior: TPB) ซึ่งได้มีการพัฒนามาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1985 เป็นต้นมา โดยทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนถือเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) ที่พัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของ Ajzen and Fishbein (1975) ทฤษฎีนี่อธิบายว่า การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดจากการชี้นำโดยความเชื่อ 3 ประการ ได้แก่ 1) ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavioral beliefs) 2) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative beliefs) 3) ความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุม (Control beliefs) ส่วน Kalafatis et al. (1999) กล่าวว่า ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมีความเหมาะสมอย่างมากในการทำนาย เนื่องจากมีความโดดเด่นทางด้านการรับรู้ของผู้บริโภคที่นำไปสู่พฤติกรรมการบริโภคได้อย่างชัดเจน Stom and Storm (2005) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ไว้ว่า เป็นการใช้เครื่องมือทางอิเล็คทรอนิคส์ เพื่อคกุคามหรือทำร้ายผู้อื่น ผ่านอีเมลโทรศัพท์มือถือ ข้อความ และห้องสนทนา เพื่อให้ผู้อื่นเสื่อมเสีย หวาดกลัวและสิ้นหวัง คณาธิป ทองรวีวงศ์ (2558) ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นการสื่อสารที่ใช้วิธีการส่งข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ลักษณะต่าง ๆ เช่น ภาพ ข้อความ เพื่อมุ่งส่งผล กระทบทางจิตใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะเจาะจงอย่างซ้ำ ๆ นั้นส่งผลกระทบต่อสิทธิ ส่วนบุคคลของผู้อื่น นอกจากนี้ยังอาจส่งผลต่อพฤติกรรมอื่น ๆ ที่อาจเป็นอันตรายต่อชีวิตร่างกาย ของผู้ถูกกระทำด้วยโดยเฉพาะอย่างยิ่งการฆ่าตัวตาย

จากการทบทวนแนวคิดการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ พบว่าการ Cyberbullying ไม่ได้เกิดกับเด็กและเยาวชนเท่านั้น ภัยคุกคามชนิดนี้ยังสามารถเกิดกับผู้ที่บรรลุนิติภาวะได้ โดยเฉพาะคนที่มีชื่อเสียงโด่งดังและบุคคลสาธารณะ มีศิลปินทั้งไทยและต่างประเทศเคยประสบปัญหาโดนคุกคามบนโลกออนไลน์จนต้องหยุดใช้งานโซเชียลมีเดียของตัวเอง ผลกระทบทางด้านจิตใจนั้นมีต่อเด็ก เยาวชน หรือวัยกลางคน ก็อาจพบได้ในระดับดีกรีสร้างความรำคาญใจ ไปจนถึงรู้สึกเบื่อหน่ายชีวิต ไม่อยากไปโรงเรียน ไม่อยากออกจากบ้าน ไม่อยากพบเจอผู้คน โดยมีเรื่องที่ถูกรังแกตามมาหลอกหลอนเป็นระยะ หรือในบางรายอาจมีความเครียดอย่างหนัก ทำให้กินไม่ได้ นอนไม่หลับ และอาจร้ายแรงถึงขั้นไม่อยากมีชีวิตอยู่ เป็นผลให้รู้สึกอยากฆ่าตัวตาย ทางองค์กรหน่วยงานของรัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน ได้จัดทำการให้ข้อมูลข่าวสารให้แก่ประชาชนต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาการทำการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบน

โลกออนไลน์ ในรูปแบบการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ที่มีองค์กรหน่วยงานของรัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน นำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างไรบ้างต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงสู่สังคม

จากการศึกษาผู้วิจัยได้ทบทวนและศึกษาแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนากรอบแนวคิด โดยใช้ทฤษฎีการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคม การตลาดออนไลน์ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน พฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ เพื่อนำมาประกอบการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมุติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1) การสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 (H2) การสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ มีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 (H3) การสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 (H4) การสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีวิจัย

ขนาดตัวอย่าง (Sampling Size)

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Data) โดยได้กำหนดขอบเขตประชากรที่ใช้ในการวิจัย โดยมุ่งศึกษาประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 60 ปี ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และมีความสามารถในการเข้าถึงโลกสังคมออนไลน์เพราะการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์เกิดขึ้นได้กับทุกวัยที่เข้าถึงโลกออนไลน์ได้เสมอ ทั้งนี้ผู้วิจัยในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากการนำจำนวนประชาชนทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร แทนค่าด้วยสูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ได้ทราบถึงจำนวนประชากร อิงจากสูตร Taro Yamane (Yamane,1973) โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และมีความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดแผนการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Simping)

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยพิจารณาแบ่งเขตของกรุงเทพมหานครจำนวน 50 เขต ออกเป็น 3 เขตการปกครองได้แก่ เขตชั้นใน เขตชั้นกลาง และเขตชั้นนอก จากนั้นใช้การสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) โดยใช้วิธีจับฉลากเพื่อแบ่งเขต และจากการสุ่มตัวอย่างง่าย (Sample Random Sampling) จึงได้เขตที่เป็นกลุ่มตัวอย่างดังนี้ เขตชั้นใน มีจำนวน 3 เขต คือ เขตจตุจักร เขตบางซื่อ ดินแดง 2) เขตชั้นกลาง มีจำนวน 4 เขตปกครอง ทำการจับฉลากได้ เขตสายไหม เขตบางแค เขตบางเขน เขตประเวศ 3) เขตชั้นนอก มีจำนวน 3 เขตปกครอง ทำการจับฉลากได้ เขตคลองสามวา เขตบางขุนเทียน เขตลาดกระบัง

ขั้นตอนที่ 2 คำนวณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตตามสัดส่วนจริง โดยคำนวณอัตราส่วนร้อยละประชากรในแต่ละเขตนั้น ๆ รวมทั้งหมด 400 คน โดยเก็บข้อมูลจาก 10 เขต คละทั้งเพศชายและหญิงในแต่ละเขตจนครบจำนวนร้อยละประชากรในเขตนั้น ๆ รวมทั้งหมด 400 คน เพื่อให้ได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตเป็นไปตามสัดส่วนของจำนวนประชากรในเขตนั้น ๆ โดยคำนวณร้อยละประชากรในแต่ละเขตได้ดังนี้ 1) เขตจตุจักร จำนวน 35 คน 2) เขตบางซื่อ จำนวน 27 คน 3) เขตดินแดง จำนวน 27 คน 4) เขตสายไหม จำนวน 48 คน 5) เขตบางแค จำนวน 44 คน 6) เขตบางเขน จำนวน 45 คน 7) เขตประเวศ จำนวน 41 คน 8) เขตคลองสามวา จำนวน 48 คน 9) เขตบางขุนเทียน จำนวน 43 คน 10) เขตลาดกระบัง จำนวน 42 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-ended Question) ซึ่งผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างประชาชนตามแบบสอบถามในขั้นตอนการเก็บข้อมูล โดยนำ แนวคิด ทฤษฎี และงานที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับสิ่งที่ศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ 1. เพศ 2. อายุ 3. สถานภาพสมรส 4. ระดับการศึกษา 5. อาชีพ 6. รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วยรูปแบบในการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Website, และ Blog

ส่วนที่ 3 ทัศนคติต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

ส่วนที่ 4 บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

ส่วนที่ 5 การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ ส่วนที่ 6 พฤติกรรมต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังนี้ 1) สร้างแบบสอบถามตามโดยศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ 2) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha) 3) นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validitty) และความเป็นปรนัย (Objectivity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความถูกต้องทางภาษา และความสอดคล้อง ครอบคลุม และความตรงของเครื่องมือกับเนื้อหาที่ต้องการจะวัด และปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ 4) แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยแจกแบบสอบถามเก็บข้อมูลจาก 10 เขต คละทั้งเพศชายและหญิงในแต่ละเขตจนครบจำนวนร้อยละประชากรในเขตนั้น ๆ รวมทั้งหมด 400 คน เพื่อให้ได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตเป็นไปตามสัดส่วนของจำนวนประชากรในเขตนั้น ๆ และแบบสอบถามทั้งหมดจะต้องตอบควบถ้วนสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วจะนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งในงานวิจัยนี้จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistic) เพื่อบรรยายข้อมูลที่ได้รับจากแบบวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)และ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regress Analysis : MRA) เพื่อทดสอบกลุ่มตัวแปรอิสระหลายตัวที่มีต่อตัวแปรตาม เพื่อศึกษาการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ การสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ การสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ และการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ลักษณะทางประชากร (Demographics)

ผลการวิจัยพบว่า จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามเพศทั้งสิ้น 400 คน พบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 เพศหญิง มีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 มีอายุในช่วง 20 -30 ปี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาคือ ช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 มีสถานภาพโสด จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และมีสถานภาพหย่าร้าง/หม่าย/แยกกันอยู่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมามีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และมีระดับการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ประกอบอาชีพเป็นธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ประกอบ

อาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และประกอบอาชีพ อื่น ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน10,001 – 30,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 มีรายได้ต่อเดือน 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

จากการวิจัยพบว่า การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับเป็นบางครั้ง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.01 (S.D. = 1.15) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 1.15 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์บนเฟซบุ๊ค (Facebook) มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.28 (S.D. = 0.99) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.99 รองลงมาการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์บนยูทูบ (Youtube) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.13 (S.D. = 1.05) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 1.05 การเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์บนทวิตเตอร์ (Twitter) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.00 (S.D. = 1.25) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 1.25 การเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์บนเว็บไซต์ (Website) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.97 (S.D. = 1.19) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 1.19 การเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์บนอินสตาแกรม (Instagram) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.96 (S.D. = 1.17) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 1.17 การเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์บนบล็อก (Blog) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.73 (S.D. = 1.26) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 1.26 จึงจะเห็นได้ว่า การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับข้อมูลการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์มากที่สุด คือ เฟซบุ๊ค (Facebook) แต่เนื่องจากผลออกมาว่า สื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ก็อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน สอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 ที่พบว่ามีคนไทยมีการใช้งานอินเตอร์เน็ตเฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อวัน ทำให้เกิดการใช้งานข้อมูลอย่างต่อเนื่องในข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากรูปแบบการ

นำเสนอต่าง ๆ ทั้งรูปภาพ วิดีโอ อินโฟกราฟิก แฮชแท็ก เครื่องมือค้นหาข้อมูล ที่เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดนั้น ๆ นำเสนอออกมา ตามที่ผู้ใช้งานเปิดใช้งานเพื่อเปิดรับข้อมูลการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ ซึ่ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้ของผู้บริโภคจะส่งผลต่อการกระทำจากสิ่งที่เขารับรู้จนเกิดการตัดสินใจ และมีพฤติกรรมที่เกิดขึ้น สำหรับนักการตลาดถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องทำความเข้าใจทั้งหมดที่เกี่ยวกับการรับรู้ ซึ่งจะช่วยให้นักการตลาดกำหนดกลยุทธ์ และพัฒนาแผนที่ได้วางไว้ ที่จะสามารถสร้างโอกาสที่ดีที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเป็นที่จดจำของกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐกานต์ จันทรศิริพุทธ (2560) ที่การเลือกรับรู้ปัญหาอาจไม่ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากจำนวนความถี่ของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น แต่ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ความถี่ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล เพราะอาจรับรู้หรือรู้สึกว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มีความสำคัญต่อตนเองไม่เท่ากัน

ดังนั้นสามารถอธิบายได้ถึงว่าการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ ซึ่งเครื่องมือทั้ง 6 เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ เป็นช่องทางการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ทางเลือกหนึ่งบนโลกออนไลน์ ที่มีการใช้งานอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน และยังเป็นสิ่งที่เข้าถึงผู้คนได้อย่างเป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีการนำเอาข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ มาทำการตลาดเพื่อสังคมบนสื่อออนไลน์ เพราะง่ายต่อการเข้าถึงประชาชนได้โดยง่าย

2) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

จากการวิจัยพบว่า การสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ทั้ง 6 เครื่องมือ ได้แก่ เฟซบุ๊ค (Facebook) ยูทูบ (Youtube) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) เว็บไซต์ (Website) บล็อก (Blog) สามารถอธิบายการแปรผันต่อทัศนคติของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 13.6 (Adjusted R2 = 0.136) และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่แล้ว พบว่ามีตัวแปรอิสระเพียง 2 ตัว ได้ เว็บไซต์ (Website) และ บล็อก (Blog) ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า บล็อก (Blog) (β = .240) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ (Website) (β = .214) ซึ่งสอดคล้องกับ Kelman (1967) ที่ได้อธิบายกระบวนการ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติอย่างเดียวกันอาจจะเกิดขึ้นในตัวบุคคล หรือกลุ่มบุคคล ด้วยกระบวนการที่แตกต่างกันได้ โดยมีกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ ดังนี้ 1) การยินยอม (Compliance) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตนเอง และมุ่งหวังให้เกิดความพึงพอใจจากบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่บุคคลยอมทำตามสิ่งที่อยากให้เขาทำนั้น บุคคลอาจไม่เห็นด้วยกับสิ่งนั้น แต่เพราะความคาดหวังน่าจะได้รับรางวัล

หรือการยอมรับจากผู้อื่นที่จะเห็นด้วย และทำตาม 2) การเลียนแบบ (Identification) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งการยอมรับนี้เป็นผลจากการที่บุคคลต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีหรือที่พอใจระหว่างตนกับผู้อื่น หรือกลุ่มบุคคลอื่น จากการเลียนแบบนี้ ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมาก หรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ผลักดันให้เกิดการเลียนแบบ 3) ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า ซึ่งตรงกับความต้องการภายใน และค่านิยมของบุคคลนั้นพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่เดิม ความพึงพอใจที่จะได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหารายละเอียดของพฤติกรรมนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมไม่ว่าจะระดับใดก็ตาม จะส่งผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น สอดคล้องกับ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร์ (2533) ที่ได้อธิบายว่า ทัศนคติเป็นตัวชี้วัดว่าบุคคลนั้นคิด และรู้สึกอย่างไรต่อคน รอบข้าง สิ่งของ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจจะส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบ หรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือว่าเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลมาจากการรับสาร และจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

ดังนั้นสามารถอธิบายได้ว่า อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ (Website) และบล็อก (Blog) มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชน ซึ่งเครื่องมือที่กล่าวมานี้เป็นช่องทางที่มีการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถส่งเสริมการรับรู้ที่ดีและเป็นช่องทางเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

3) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

จากการวิจัยพบว่า การสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ทั้ง 6 เครื่องมือ ได้แก่ เฟซบุ๊ค (Facebook) ยูทูบ (Youtube) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) เว็บไซต์ (Website) บล็อก (Blog) สามารถอธิบายการแปรผันต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 3.1 (Adjusted R^2 = 0.031) และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่แล้ว พบว่ามีตัวแปรอิสระเพียง 1 ตัว ได้แก่ เว็บไซต์ (Website) (β = .199) ที่มีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจพฤติกรรม ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 ที่พบว่ามีคนไทยมีการใช้งานอินเตอร์เน็ตเฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อวัน ทำให้เกิดการใช้งานข้อมูลอย่างต่อเนื่องในข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากรูปแบบการนำเสนอต่าง ๆ ทั้งรูปภาพ วิดีโอ อินโฟกราฟิก แฮชแท็ก เครื่องมือค้นหาข้อมูล ที่เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดนั้น ๆ นำเสนอออกมา ตามที่ผู้ใช้งานเปิดใช้งานเพื่อเปิดรับข้อมูลการ

ต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ สอดคล้องกับ ดุษฎี แสงคำ (2552) ที่ได้กล่าวว่า บุคคลจะเลือกตอบสนองและแสดงตัวว่าเป็นพวกเดียวกันกับเฉพาะบางกลุ่มเท่านั้น โดยกลุ่มที่เขาเลือกนี้เรียกว่ากลุ่มอ้างอิง ซึ่งกลุ่มอ้างอิงนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นกลุ่มเดียวกันกับเขาก็ได้ แต่มีบทบาทเป็นมาตรฐานสำหรับเปรียบเทียบและเป็นแหล่งของบรรทัดฐาน สำหรับบุคคลจะประเมินตัวเองกับกลุ่มอ้างอิง และบุคคลจะยอมรับบรรทัดฐานซึ่งจะแสดงออกเป็นพฤติกรรม โดยยอมรับบรรทัดฐาน (normative conformity)

ดังนั้นสามารถอธิบายได้ว่า อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ (Website) มีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงในการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชน ซึ่งเว็บไซต์ (Website) เป็นช่องทางที่มีการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถส่งเสริมการรับรู้ที่ดีและเป็นบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงในการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ได้

4) การเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีต่อการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

จากการวิจัยพบว่าการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ทั้ง 6 เครื่องมือ ได้แก่ เฟซบุ๊ค (Facebook) ยูทูบ (Youtube) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) เว็บไซต์ (Website) บล็อก (Blog) สามารถอธิบายการแปรผันต่อการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 12.3 (Adjusted R^2 = 0.123) และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่แล้ว พบว่ามีตัวแปรอิสระเพียง 2 ตัว ได้แก่ ยูทูบ (Youtube) และ เว็บไซต์ (Website) ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า เว็บไซต์ (Website) (β = .240) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ยูทูบ (Youtube) (β = .193) สอดคล้องกับ Ajzen (1991) โดยโครงสร้างพื้นฐานของการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ประกอบด้วย การรับรู้ความสามารถของตน (perceived self-efficacy) หมายถึง ความเชื่อมั่นของบุคคลในความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นหรือ เป็นการรับรู้ว่าเป็นการง่ายหรือยากที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นและการรับรู้ความสามารถในการควบคุม (perceived controllability) เป็นความเชื่อเกี่ยวกับการกระทำพฤติกรรมว่าขึ้นอยู่กับผู้กระทำพฤติกรรมอาจกล่าวได้ว่าความเชื่อในความสามารถของตนนั้นเป็น ความเชื่อที่สะท้อนจากปัจจัยภายใน เช่น ข้อมูล ทักษะ ในขณะที่ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมอาจเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยภายนอก เช่น โอกาส เวลา และบุคคลอื่น เป็นต้น

ดังนั้นสามารถอธิบายได้ว่า อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ยูทูบ (Youtube) และ เว็บไซต์ (Website) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมในการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชน ดังนั้นยูทูบ (Youtube) และ เว็บไซต์ (Website) 07'เป็นช่องทางที่มีการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถส่งเสริมการรับรู้ที่ดีและเป็นช่องทางในการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมในการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ได้

5) อิทธิพลของการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

จากการวิจัยพบว่า การสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ และพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ สามารถอธิบายการแปรผันต่อการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 49.6 (Adjusted R^2 = 0.496) และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่แล้ว พบว่ามีตัวแปรอิสระ 4 ตัว ได้แก่ เฟซบุ๊ค (Facebook) ยูทูบ (Youtube) อินสตาแกรม (Instagram) และเว็บไซต์ (Website) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า เฟซบุ๊ค (Facebook) (β = .215) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ เว็บไซต์ (Website) (β = .187) ยูทูบ (Youtube) (β = .167) และอินสตาแกรม (Instagram) (β = .143) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับนธกฤต วันต๊ะเมล์ (2555) ได้สรุปลักษณะของการตลาดเพื่อสังคม ไว้ดังนี้ 1) การตลาดเพื่อความยั่งยืน (Sustainbility Marketing) จะเน้นสร้างความสัมพันธ์ต่อผู้บริโภคเป้าหมายอย่างต่อเนื่องในระยะยาว โดยคำนึงถึงลักษณะของประชากร (Demographics) เช่น เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาอาชีพ สถานภาพการสมรส เป็นต้น และลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics) เช่น ความต้องการ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติ บุคลิกภาพ ตลอดจนด้านลักษณะในด้านพฤติกรรม (Behaviors) และข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์ให้ตอบโจทย์ สอดคล้องตรงต่อความต้องการของกลุ่มประชากรเป้าหมาย ด้วยเหตุนี้จึงเห็นว่า การวิจัยทางการตลาด (Markets Research) จะมีบทบาทเป็นอย่างมากที่จะใช้ศึกษาหาข้อมูลมาใช้ในการวางแผนได้อย่างเหมาะสม 2) การสร้างแรงจูงใจ (The Use of Incentives) เพื่อสร้างแรงโน้มน้าวใจให้แก่ผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความรู้สึกอยากเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และเห็นความสำคัญของความรู้ ข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่ ให้เกิดความรู้สึกอยากเข้าร่วมด้วย เช่น การมอบรางวัล จัดกิจกรรมเชิดชูเกียรติ เป็นต้น 3) กระบวนการทางสังคม (Social Process) เป็นกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องต่อกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะทางสังคม

วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปในแนวทางเดียวกัน โดยต้องพิจารณาตัวแปรต่าง ๆ ที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมของสังคม เช่น สิ่งแวดล้อมในด้านการศึกษาและเทคโนโลยี สภาพความเป็นอยู่ในพื้นที่ สภาพการเมืองการปกครอง สภาพเศรษฐกิจในสังคมนั้น วัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในสังคมนั้น ๆ คล้ายกับ Weinreich (2010) ที่ได้ให้คำจำกัดความของการตลาดเพื่อสังคมว่า เป็นการใช้เทคนิคการตลาดเชิงธุรกิจมาส่งเสริมให้เกิดการยอมรับและเกิดพฤติกรรมที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมาย หรือสังคมโดยรวมมีสุขภาพหรือชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สอดคล้องกับ Andreasen (1994) ให้คำจำกัดความ การตลาดเพื่อสังคมว่า เป็นการประยุกต์ใช้วิชาการทางด้านการตลาดในเชิงธุรกิจมาใช้ในการวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติ และการประเมินแผนที่จัดทำ ขึ้น เพื่อเกิดพฤติกรรมอย่างเต็มใจของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อให้แต่ละคนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและทำให้สังคมโดยรวมดีขึ้นด้วย เป็นการตลาดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมทางสังคมและประโยชน์ที่ได้รับนั้นไม่ได้ตกที่นักการตลาดหรือผู้บริหาร แต่คือสังคมโดยรวม และสอดคล้องกับ จิตราพร โรจนากร (2550) ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่าการตลาดเพื่อสังคมไว้ว่า การตลาดเพื่อสังคมเป็นการนำเอาเทคนิคการตลาดในเชิงธุรกิจมาประยุกต์เพื่อใช้ในงานสาธารณะเพื่อส่งเสริมให้เกิดการยอมรับในสิ่งนั้น ๆ และการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่ดีจะทำให้กลุ่มเป้าหมาย หรือสังคมกระทำตามเป้าหมายที่ต้องการ

ดังนั้นสามารถอธิบายได้ถึงการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ เฟซบุ๊ค (Facebook) เว็บไซต์ (Website) ยูทูบ (Youtube) และอินสตาแกรม (Instagram) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ ซึ่งเครื่องมือทั้ง 4 เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ เป็นช่องทางการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ทางเลือกหนึ่งบนโลกออนไลน์ ที่มีการใช้งานอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน และยังเป็นสิ่งที่เข้าถึงผู้คนได้อย่างเป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีการนำเอาข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ มาทำการตลาดเพื่อสังคมบนสื่อออนไลน์ เพราะง่ายต่อการเข้าถึงประชาชนได้โดยง่ายต่อการส่งเสริมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนางานด้านการ

สื่อสารทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบน โลกออนไลน์ ดังต่อไปนี้

1) หน่วยงานภาครัฐ สามารถที่จะนำผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ถึงการควบคุม พฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชน ให้ตระหนักถึงปัญหา และความสำคัญของการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

2) หน่วยงานภาคเอกชน นำผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ลงไปในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของหน่วยงานเพื่อให้ตระหนักถึงปัญหาและความสำคัญของการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

3) หน่วยงานภาคประชาสังคม มูลนิธิต่าง ๆ สามารถที่จะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ในการรณรงค์ที่จะเสริมสร้างเพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักให้เห็นถึงความสำคัญของการรณรงค์ต่อต้านพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ประเภทต่าง ๆ

4) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้งานเฟซบุ๊ค (Facebook) โดยมีการใช้งานอินเตอร์เน็ตเป็นประจำมากที่สุดจึงเหมาะสมที่ควรเผยแพร่ข้อมูลการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนต่อไป เพียงแต่เพิ่มระดับความถี่ให้มากยิ่งขึ้น และเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดอื่น ๆ ก็มีระดับการใช้งานที่ใกล้เคียงกัน จึงไม่ควรละเลย

5) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า เว็บไซต์ (Website) และ บล็อก (Blog) มีผลต่อทัศนคติต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชน จึงควรมีการลงข้อมูลในเว็บไซต์ (Website) และบล็อก (Blog) อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเนื้อหาประเภทข้อความ รูปภาพ และภาพการ์ตูน หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ให้มีความถี่มากยิ่งขึ้นเพราะการนำเสนอในรูปแบบนี้จะสามารถส่งเสริมทัศนคติต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น

6. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า เว็บไซต์ (Website) มีผลต่อบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชน จึงควรมีการลงข้อมูลในเว็บไซต์ (Website) อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเนื้อหาประเภทข้อความ รูปภาพ ให้มีความถี่มากยิ่งขึ้นเพราะการนำเสนอในรูปแบบนี้จะสามารถส่งเสริมบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น

7. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า เว็บไซต์ (Website) และยูทูบ (Youtube) มีผลต่อการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชน จึงควรมีการลงข้อมูลในเว็บไซต์ (Website) และยูทูบ (Youtube) อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเนื้อหาประเภทข้อความ รูปภาพ และวิดีโอที่แนะนำให้เห็นถึงปัญหา สาเหตุ และวิธีป้องกันการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ให้มีความถี่มาก

ยิ่งขึ้น เพราะการนำเสนอในรูปแบบนี้จะสามารถส่งเสริมการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมต่อการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น

8) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์เป็นบางครั้งบางคราว จึงเห็นว่าควรมีการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ เฟซบุ๊ค (Facebook) เว็บไซต์ (Website) ยูทูบ (Youtube) และอินสตาแกรม (Instagram) ที่สามารถส่งเสริมโดยเฉพาะเนื้อหาประเภทข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และภาพการ์ตูน หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ และควรมีการรณรงค์มีการจัดกิจกรรมพูดคุย ศึกษาปัญหา สาเหตุ ให้ความรู้ ความเข้าใจ ถึงการเกิดการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ ให้มีความถี่มากยิ่งขึ้นเพราะการนำเสนอในรูปแบบนี้จะสามารถนำเอาข้อมูลข่าวสารมาพัฒนาส่งเสริม และเป็นแนวทางในการเสริมสร้างพฤติกรรมการต่อต้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

คณาธิป ทองรวีวงศ์. 2558. **สิทธิในการสื่อสารข้อมูลออนไลน์โดยนิรนามของสื่อพลเมือง.** วารสารนิติสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 8(2): 72-128.

จิตราพร โรจนกร. 2550. **การประเมินผลการนำกระบวนการตลาดเชิงสังคมไปใช้ในการรณรงค์ป้องกัน และควบคุม โรคเท้าช้าง**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม. สถาบันบัณฑิตพัฒนา.

ณัฐกานต์ จันทรศิริพุทธ. 2560. **ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ของการรังแกในพื้นที่ไซเบอร์กับการเผชิญปัญหาของเหยื่อ: อิทธิพล ส่งผ่านของการประเมินทางปัญญาโดยมีความเป็นนิรนามของผู้กระทำเป็นตัวแปรกำกับ.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดุษฎี แสงดำ. 2552. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาธารณสุขศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

นธกฤต วันต๊ะเมล์. 2555. **การสื่อสารการตลาด.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นธกฤต วันต๊ะเมล์. 2561. **การตลาดเพื่อความยั่งยืน.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. **รายงานการวิจัยการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมในทัศนะของนิสิต/นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในสถาบันอุดมศึกษาสังกัดรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. 2562. **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรม ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 Thailand Internet User Profile 2018.** สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, กรุงเทพฯ.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม. วันที่ค้นข้อมูล 10 เมษายน 2552, เข้าถึงได้จาก http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm

อนุพงษ์ เกรียงไกรลิปิกร. 2554. **การตลาดในยุคดิจิทัล 3.0.** กรุงเทพฯ: ไชโย โฮสติ้ง.

Ajzen, I. (1991). **The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes,** 50, 179-211.

Ajzen, I. (1985).**From intentions to actions: A theory of planned behavior.** In J. Kuhl & J. Beckman (Eds.), Action-control: From cognition to behavior (pp. 11-39). Heidelberg: Springer.

Ajzen, I., & Fishbein, M.(1980). **Understanding attitudes and predicting social behavior.**Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Andreasen. (1994). **Social Marketing: Its Definition and Domain.** Journal of Public Policy & Marketing Vol. 13, 108-114.

Kelman HC. 1967. **Human use of human subjects: The problem of deception in social psychological experiments.** Psychological Bulletin. 1967;67 :1-11.

Kotler, Phillip and Zaltman, G. 1971. **Social Marketing: An Approach to Planned Social Change.** Journal of Marketing Vol. 35, No. 3 pp. 3-12.

Storm, P. S., & Storm, R. D. 2005. **Cyberbullying by adolescents: A preliminary assessment.** The Educational Forum, 70, 21–32.doi:10.1080/00131720508984869

Weinreich. 2010. **Hands-On Social Marketing : A Step-by-Step Guide to Designing Change for Good.** SAGE Publications.

Wertime, K., & Fenwick, I. 2008. **Digi marketing: The essential guide to new media and digital marketing.** Singapore: John Wiley & Sons (Asia).

Yamane, T. 1973. **Statistics: An Introductory Analysis.** 3rdEd. New York. Harper and Row.

การอบแห้งขิงด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่สภาวะความดันต่ำ

Ginger drying with superheated steam at low pressure

วรพล โพธิ์ศรีทอง[1] , วินัย จันทร์เพ็ง[1] และ ขวัญชัย จ้อยเจริญ[1]

Worapon Poshirtong[1] , Winai Chanpeng[1] and Kwanchai Choicharoen[1]

ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี[1]

Department of Mechanical Engineering, Faculty of Engineering, Rajamangala University of Technology[1]

อีเมล์ : worapon.456@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาผลของอุณหภูมิไอน้ำร้อนยวดยิ่งและความดันที่มีต่อคุณภาพขิงหลังการอบแห้ง คุณภาพที่ใช้ในการวัดผลมีดังนี้ อัตราส่วนความชื้น อัตราการอบแห้ง คุณภาพด้านสี และการหดตัว โดยทำการทดลองอบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่อุณหภูมิ 105°C 115°C และ125°C ที่ความดัน 0.6bar 0.7bar และ0.8bar ขิงที่ใช้อบแห้งเป็นขิงสดที่หั่นเป็นแผ่นวางเรียงอยู่บนตะแกรงพื้นที่ขนาด 1600 cm^2 มวลขิงแผ่นที่ใช้อบแห้งประมาณ 200 g อบแห้งจนความชื้นสุดท้ายไม่เกิน 12 % (มาตรฐานเปียก) ผลการทดลองพบว่าที่อุณหภูมิไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ 125°C ความดัน 0.6bar มีอัตราการอบแห้งสูงสุดที่ 0.15 กก.น้ำ/ชั่วโมง ใช้เวลาในการอบแห้ง 75 นาที คุณภาพสีมีค่าเฉลี่ยดังนี้ ค่าความสว่าง (L) 49.86 ค่าสีแดง (a) 3.75 ค่าสีเหลือง (b) 23.74 และการเปลี่ยนแปลงสีโดยรวม (ΔE) 19.08 และการหดตัวสูงสุดเฉลี่ย 74.13 % ขิงสดที่อบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งทั้งหมดไม่มีการเกิดรอยไหม้ที่เนื้อขิงแต่จะมีสีคล้ำมากกว่าขิงอบแห้งตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย

คำสำคัญ : การอบแห้ง , ไอน้ำร้อนยวดยิ่ง , ความดันต่ำ

Abstract

The objective of this research was to study the effect of superheated steam temperature and pressure on ginger quality after drying. Quality used in the evaluation is moisture ratio, drying rate, color characteristics and shrinkage. The experiment using superheated steam temperature at 105 ° C, 115 ° C and 125 ° C at the pressure of 0.6bar, 0.7bar and 0.8bar. The fresh ginger is cut into plate and placed on grille area size of 1600 cm^2, weight of the ginger plate used for drying is about 200 g, drying until the final moisture is not more than 12% (wet basis). The results showed that at superheated steam temperature at 125 ° C, pressure 0.6bar had the highest drying rate at 0.15 kg of water / hour, drying time was 75 minutes. The average color characteristics follows: brightness (L) 49.86, red (a) 3.75, yellow (b) 23.74 and total color difference (ΔE) 19.08 and average maximum shrinkage is 74.13%. All fresh ginger dried with superheated steam does not cause ginger burns. But is slightly dusky than the dried ginger in the market.

Keywords : Drying , Superheated steam , Low pressure

บทนำ

ที่ผ่านได้มีการพยายามของนักวิจัยหลายกลุ่มในการพัฒนาวิธีการอบแห้งใหม่ๆขึ้นมา เพื่อลดข้อบกพร่องของวิธีการอบแห้งแบบดั้งเดิมทั้งในแง่ของการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในแง่ของคุณภาพอาหารที่ได้หลังการอบแห้ง หนึ่งในวิธีการอบแห้งที่น่าสนใจ คือ การอบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่ง (Superheated steam drying) การอบแห้งลักษณะนี้จะอากาศไอน้ำร้อนยวดยิ่งเป็นตัวกลางในการถ่ายเทความร้อนไปสู่ผลิตภัณฑ์และพาความชื้นออกไปจากผลิตภัณฑ์ที่ต้องการอบแห้ง ซึ่งจากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับการอบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งมีดังนี้

ดลฤดี ใจสุทธิ์ , (2543)ได้สร้างเครื่องอบแห้งแบบตู้ใช้ไอน้ำร้อนยวดยิ่งเพื่อทดลองเปรียบเทียบการอบแห้งและคุณภาพของกุ้งที่ผ่านการอบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งกับการอบแห้งด้วยลมร้อน โดยการทำการทดลองที่อุณหภูมิไอน้ำร้อนยวดยิ่ง 120°C – 180°C และอุณหภูมิลมร้อน 70°C – 140°C เพื่อลดความชื้นจาก 82 % wet basis ให้เหลือ 20 % wet basis แล้วประเมินคุณภาพสี การหดตัว และประสาทสัมผัสโดยการวิเคราะห์ทางสถิติของกุ้งหลังการอบแห้ง พบว่าอุณหภูมิของไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่เหมาะสมต่อการอบแห้งกุ้งอยู่ในช่วงระหว่าง 140°C – 160°C และช่วงอุณหภูมิดังกล่าวพบว่าคุณภาพกุ้งในด้านต่างๆอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

Devahastin, S., Suvarnakuta. P., Soponronnarit, S. and Mujumdar , A.S., (2004) ได้ทำการอบแห้งแครอทด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ความดันต่ำ พบว่าลักษณะการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิของผลิตภัณฑ์ที่อบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งและที่อบแห้งภายใต้สภาวะสุญญากาศจะมีลักษณะคล้ายกับกรณีของการอบแห้งที่ความดันบรรยากาศ ยกเว้นแต่ช่วงอุณหภูมิมีค่าคงที่จะเกิดขึ้นที่อุณหภูมิต่ำกว่าซึ่งเป็นผลจากอุณหภูมิอิ่มตัวของไอน้ำจะมีค่าลดลงเมื่อความดันในห้องอบแห้งลดลง

Elustondo , D.M, Mujumdar, A.S. and Uribicain, M.J. (2007) ได้ศึกษาการอบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่สภาวะความดันต่ำกับผลิตภัณฑ์อาหาร ได้แก่ แผ่นไม้ กุ้ง กล้วย แอปเปิ้ล มันฝรั่ง และ มันสำปะหลัง โดยใช้ไอน้ำที่ความดัน 10 kPa – 20 kPa อุณหภูมิของไอน้ำ 60°C – 90°C และความเร็วในการหมุนเวียนไอน้ำ 2 m/s – 6 m/s พบว่าแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นสามารถอธิบายกลไกการอบแห้งได้ดี แต่ไม่มีการศึกษาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์

อาทิตย์ จันทร์หิรัญ , (2550) ได้ทำการอบแห้งขิงด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งเพื่อลดความชื้นเริ่มต้นจนถึงความชื้นสุดท้าย ไม่เกิน 12% (มาตรฐานเปียก) ที่อุณหภูมิไอน้ำร้อนยวดยิ่ง 110°C 130°Cและ 150°C ความเร็วลมที่ 0.3 m/s 1.2 m/sและ 3.4 m/s ผลการทดลองพบว่าขิงที่ผ่านการอบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่อุณหภูมิ 130°C และ 150°C ให้อัตราการอบแห้งสูง แต่คุณภาพขิงแห้งจะเกิดการไหม้บางส่วนก่อนที่ขิงแห้งจะลดความชื้นสุดท้ายไม่เกิน 12% (มาตรฐานเปียก) ดังนั้นอุณหภูมิสูง 130°C และ 150°C จึงไม่เหมาะเท่าไหร่ ส่วนที่อุณหภูมิ 110°C ขิงแห้งจะไม่เกิดการไหม้และมีคุณภาพ แต่ก็ต้องยอมรับอัตราการอบแห้งที่ต่ำด้วย

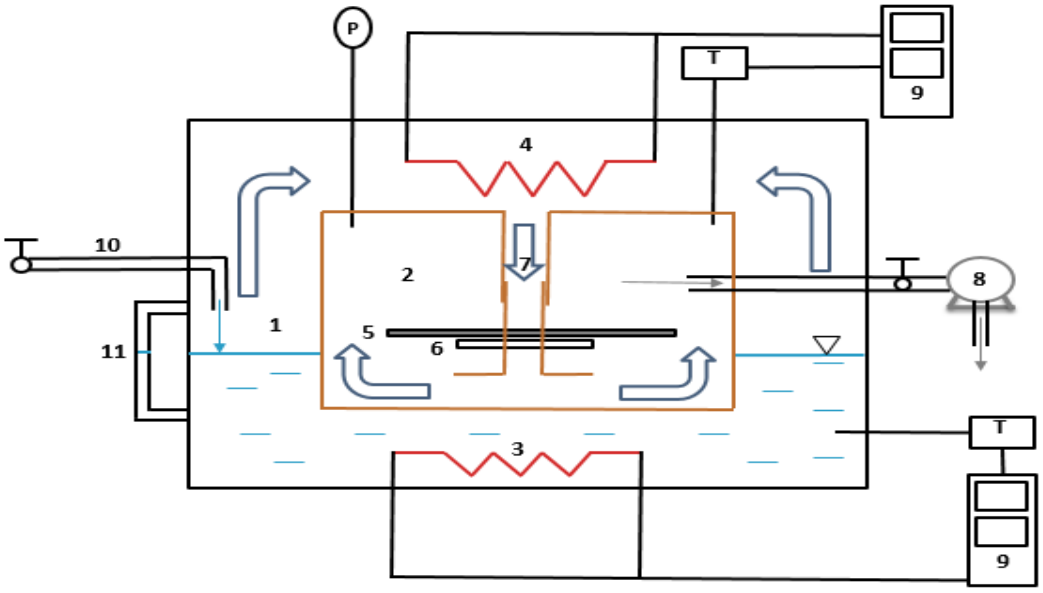
ในงานวิจัยนี้ได้ใช้ขิงสดในการอบแห้งเพื่อที่จะเพิ่มมูลค่าของขิงสดและลดการไหม้ของขิงแห้งที่เกิดจากการอบไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่อุณหภูมิสูงงานวิจัยนี้จึงได้ใช้วิธีการอบไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ความความดันต่ำ เพื่อทำให้อุณหภูมิที่ใช้ในการอบไอน้ำร้อนยวดยิ่งต่ำลงโดยไม่ทำให้ขิงแห้งหลังการอบเกิดการไหม้และตรวจสอบคุณภาพของขิงแห้ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาผลของอุณหภูมิไอน้ำร้อนยวดยิ่งและความดันที่มีต่อคุณภาพทางกายภาพของขิงหลังการอบแห้ง คุณภาพที่ใช้ในการวัดผลประกอบด้วย อัตราส่วนความชื้น อัตราการอบแห้ง คุณภาพด้านสี และการหดตัว

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

ในงานวิจัยนี้เป็นการทดลองเพื่อศึกษาการอบแห้งขิงโดยใช้ไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ความดันต่ำที่อุณหภูมิ 105°C 115°C และ125°C ที่ความดัน 0.6bar 0.7bar และ 0.8bar จนเหลือความชื้นสุดท้ายไม่เกิน 12 % (มาตรฐานเปียก) ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ออกแบบระบบการอบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แผนภาพระบบการอบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ความดันต่ำ

เครื่องอบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ความดันต่ำประกอบด้วยอุปกรณ์ดังนี้

1. ห้องไอน้ำ (Steam room)
2. ห้องอบแห้ง (Drying chamber)
3. อุปกรณ์ให้ความร้อนน้ำ (Coil Heater)
4. อุปกรณ์ให้ความร้อนอากาศ (Air Heater)
5. ตะแกรงวางตัวอย่าง (Sample rack)
6. ตัวบันทึกน้ำหนัก (Load cell)
7. ท่อนำไอน้ำ (Steam pipe)
8. ปั๊มสุญญากาศ (Vacuum pump)
9. ชุดควบคุม (PID controller)
10. ท่อเติมน้ำ (Water pipe)
11. หลอดวัดระดับน้ำ (Sight glass)

T. มาตรวัดอุณหภูมิ (Temperature gauge)

P. มาตรวัดความดัน (Pressure gauge)

ขั้นตอนในการอบแห้งขิงด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ความดันต่ำมีทั้งหมด 3 ขั้นตอนดังนี้

1. หั่นขิงเป็นแผ่นมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2cm – 4cm หนา 0.3cm – 0.5cm นำไปวางเรียงบนตะแกรงอบแห้งที่มีพื้นที่ขนาด 1600 cm^2 มวลขิงที่ใช้ในการอบแห้งประมาณ 200 g

2. นำขิงมาอบแห้งขิงจนเหลือความชื้นสุดท้ายไม่เกิน 12 % (มาตรฐานเปียก) โดยมีอุณหภูมิของไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ความดันต่างๆ ดังนี้

2.1 ที่อุณหภูมิ105°C ที่ความดัน 0.6bar 0.7bar และ0.8bar

2.2 ที่อุณหภูมิ115°C ที่ความดัน 0.6bar 0.7bar และ0.8bar

2.3 ที่อุณหภูมิ105°C ที่ความดัน 0.6bar 0.7bar และ0.8bar

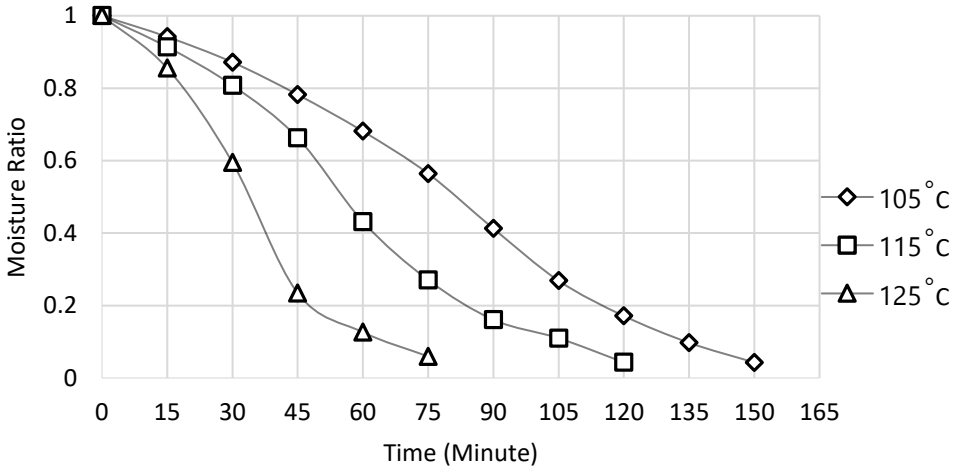
3. บันทึกน้ำหนักขิงทุก 15 นาทีจนกระทั่งน้ำหนักขิงไม่มีการเปลี่ยนแปลง

4. นำขิงที่ผ่านการอบแห้งไปวิเคราะห์คุณภาพด้านสีและการคืนตัว

ผลการทดลอง

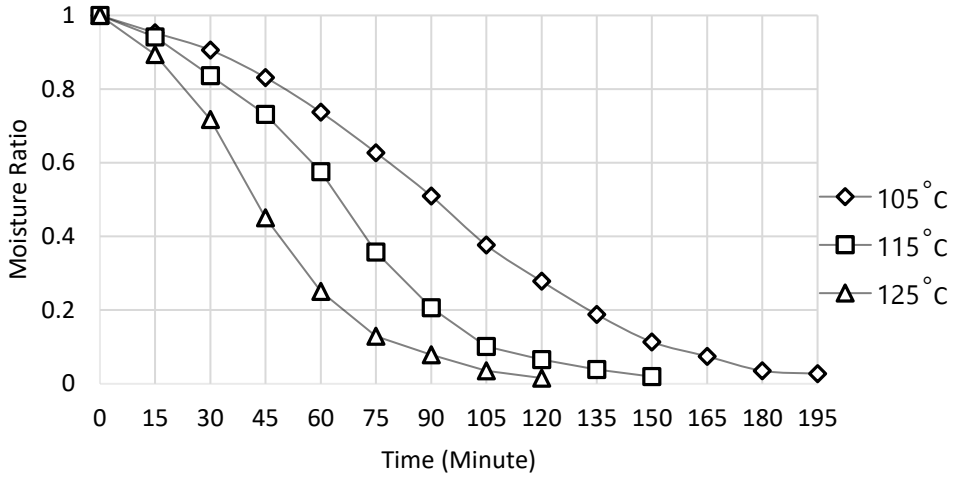
1. ผลการทดลองการลดความชื้น

ภาพที่ 2 แสดงผลการทดลองการลดความชื้นโดยการอบแห้งขิงด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่อุณหภูมิ 105°C 115°C และ 125°C ที่ความดัน 0.6bar ใช้เวลาในการอบแห้งเฉลี่ย 75 นาที 110 นาที และ150 นาที ตามลำดับ



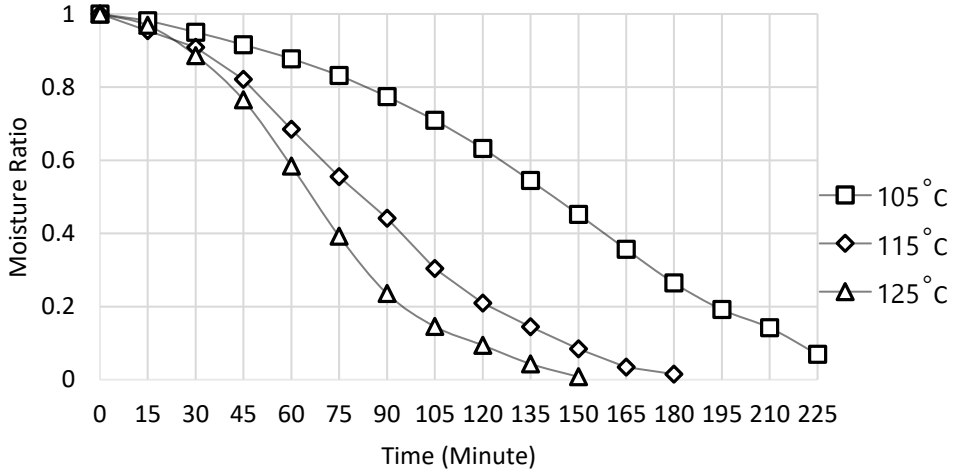
ภาพที่ 2 เปรียบเทียบการลดความชื้นของขิงที่อุณหภูมิต่างๆ ความดัน 0.6 bar

ภาพที่ 3 แสดงผลการทดลองการลดความชื้นโดยการอบแห้งขิงด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่อุณหภูมิ 105°C 115°C และ 125°C ที่ความดัน 0.7bar ใช้เวลาในการอบแห้งเฉลี่ย 190 นาที 150 นาที และ120 นาที ตามลำดับ



ภาพที่ 3 เปรียบเทียบการลดความชื้นของขิงที่อุณหภูมิต่างๆ ความดัน 0.7 bar

ภาพที่ 4 แสดงผลการทดลองการลดความชื้นโดยการอบแห้งขิงด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่อุณหภูมิ 105℃ 115℃ และ 125℃ ที่ความดัน 0.8bar ใช้เวลาในการอบแห้งเฉลี่ย 220 นาที 170 นาที และ140 นาที ตามลำดับ



ภาพที่ 4 เปรียบเทียบการลดความชื้นของขิงที่อุณหภูมิต่างๆ ความดัน 0.8 bar

2. ผลการทดลองอัตราการอบแห้ง

การหาปริมาณน้ำที่ระเหยจากขิงต่อระยะเวลาทั้งหมดในการอบแห้งสามารถหาได้จากสมการดังนี้

$$DR = \frac{(W_i - W_f)}{t}$$

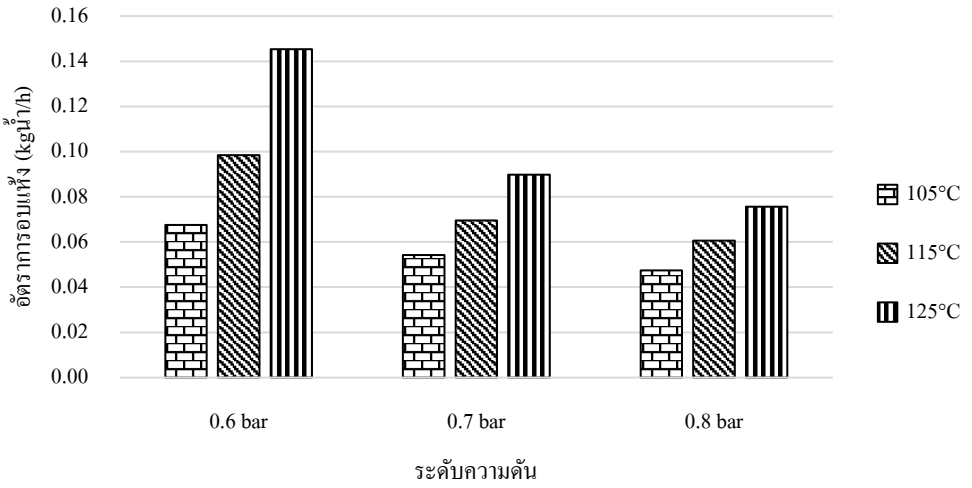
เมื่อ DR คือ อัตราการอบแห้ง, kgน้ำ/h

t คือ เวลาในการอบแห้ง, h

W_i คือ มวลของวัสดุก่อนอบแห้ง, kgน้ำ

W_f คือ มวลของวัสดุก่อนอบแห้ง, kgน้ำ

ภาพที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความดันและอุณหภูมิของไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่มีผลต่อค่าเฉลี่ยอัตราการอบแห้ง พบว่าเมื่ออบแห้งขิงที่ความดัน 0.6bar ที่อุณหภูมิไอน้ำร้อนยวดยิ่ง 105°C 115°C และ125°C เฉลี่ยอัตราการอบแห้งอยู่ระหว่าง 0.07 กก.น้ำ/ชั่วโมง 0.10 กก.น้ำ/ชั่วโมง และ 0.15 กก.น้ำ/ชั่วโมง ที่ความดัน 0.7bar ที่อุณหภูมิไอน้ำร้อนยวดยิ่ง 105°C 115°C และ125°C เฉลี่ยอัตราการอบแห้งอยู่ระหว่าง 0.05 กก.น้ำ/ชั่วโมง 0.07 กก.น้ำ/ชั่วโมง และ 0.09 กก.น้ำ/ชั่วโมง ที่ความดัน 0.8 bar ที่อุณหภูมิไอน้ำร้อนยวดยิ่ง 105°C 115°C และ125°C เฉลี่ยอัตราการอบแห้งอยู่ระหว่าง 0.05 กก.น้ำ/ชั่วโมง 0.06 กก.น้ำ/ชั่วโมง และ 0.08 กก.น้ำ/ชั่วโมง



ภาพที่ 5 เปรียบเทียบการลดความชื้นที่อุณหภูมิต่างๆ ความดัน 0.8 bar

3. การทดสอบคุณภาพด้านสี

คุณภาพด้านสีของขิงอบแห้งที่มีการเปลี่ยนแปลงสีหลังจากการอบแห้งแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ความดันต่ำมาเปรียบเทียบกับขิงสด โดยใช้เครื่องวัดค่าสีตรวจสอบ ค่าการเปลี่ยนแปลงสีโดยรวมจากสมการดังนี้

$$\Delta E = \left[(L_0 - L_f)^2 + (a_0 - a_f)^2 + (b_0 - b_f)^2\right]^{1/2}$$

เมื่อ L_0 , a_0 และ b_0 คือ ค่าความสว่าง สีแดง และสีเหลือง ก่อนการอบแห้ง

L_f , a_f และ b_f คือ ค่าความสว่าง สีแดง และสีเหลือง หลังการอบแห้ง

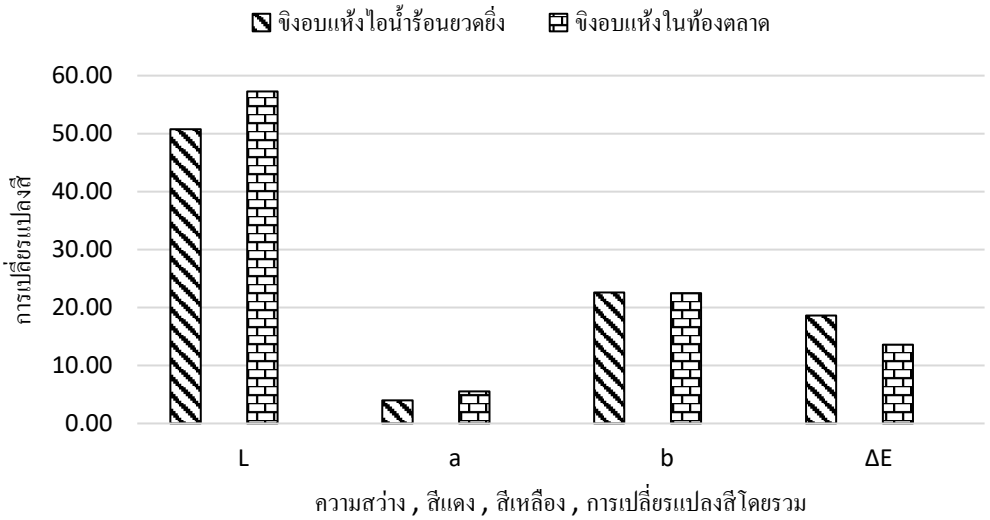
ΔE คือ การเปลี่ยนแปลงสีโดยรวม (Total color difference)

จากตารางที่ 1 ระดับอุณหภูมิของไอน้ำร้อนยวดยิ่งและความดัน พบว่าเมื่ออบแห้งขิงด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งอุณหภูมิ 105°C ให้ค่าเฉลี่ยความสว่าง (L) ค่าสีแดงและเขียว (a) ค่าสีเหลืองและน้ำเงิน (b) และค่าการเปลี่ยนแปลงสีโดยรวม (ΔE) ใกล้เคียงกับที่อุณหภูมิ 115°C และ 125°C โดยมีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย และระดับความดัน 0.6bar ให้ค่าเฉลี่ยความสว่าง (L) ค่าสีแดงและเขียว (a) ค่าสีเหลืองและน้ำเงิน (b) และค่าการเปลี่ยนแปลงสีโดยรวม (ΔE) ใกล้เคียงกับระดับแรงดัน 0.7bar และ 0.8bar โดยมีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยเช่นกัน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยความสว่าง (L) ค่าสีแดงและเขียว (a) ค่าสีเหลืองและน้ำเงิน (b) และค่าการเปลี่ยนแปลงสีโดยรวม (ΔE)

อุณหภูมิ (°C)	ความดัน (bar)	เฉลี่ยค่าสี			
		L	a	b	ΔE
105	0.6	52.46	4.06	21.79	17.49
	0.7	50.36	4.19	21.94	19.21
	0.8	50.01	4.36	22.30	19.44
115	0.6	52.52	4.06	21.03	17.58
	0.7	50.44	3.83	22.22	18.99
	0.8	51.66	4.07	22.96	17.67
125	0.6	50.64	3.87	23.02	18.52
	0.7	50.10	3.71	23.75	18.82
	0.8	48.84	3.66	24.44	19.90
ขิงอบแห้งในท้องตลาด		57.26	5.55	22.49	13.62
ขิงสด		67.89	0.32	28.35	-

จากภาพที่ 6 การเปรียบเทียบสีความสว่าง L (Lightness) ค่าสีแดง a (Redness) ค่าสีเหลือง b (Yellowness) ค่าการเปลี่ยนแปลงสีโดยรวม ΔE (Total color difference) พบว่าขิงอบแห้งขิงด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ L a b และ ΔE มีค่าเฉลี่ย 50.78 , 3.98 , 22.60 และ 18.62 ขิงอบแห้งในท้องตลาดที่ L a b และ ΔE มีค่าเฉลี่ย 57.26 , 5.55 , 22.49 และ 13.62



ภาพที่ 6 เปรียบเทียบสีของขิงอบแห้งไอน้ำร้อนยวดยิ่ง ขิงอบแห้งในท้องตลาด

4. การทดสอบคุณภาพด้านการหดตัว

คุณภาพด้านการหดตัวของขิงอบแห้งใช้วิธีการแทนที่ในของเหลว (น้ำมันพืช) ซึ่งปริมาตรของวัตถุจะเท่ากับปริมาตรของเหลวที่เพิ่มขึ้นในภาชนะ ค่าการหดตัวจากสมการดังนี้

$$\%Shrinkage = \frac{V_0 - V_f}{V_0} \, x \, 100$$

เมื่อ V_0 คือ ปริมาตรของขิงก่อนการอบแห้ง , ml

V_f คือ ปริมาตรของขิงหลังการอบแห้ง , ml

จากตารางที่ 2 พบว่าเมื่ออุณหภูมิไอน้ำร้อนยวดยิ่งสูงขึ้นทำให้ค่าการหดตัวของขิงเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากปริมาณน้ำภายในขิงจะเกิดการระเหยได้ไวขึ้น และเมื่อความดันลดลงทำให้ค่าการหดตัวของขิงเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเมื่อความดันลดลงจุดเดือดของน้ำในขิงจะต่ำลงส่งผลให้ขิงเกิดการระเหยได้ไวขึ้น

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยการหดตัวของขิงอบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ความดันต่ำ

อุณหภูมิ (°C)	ความดัน (bar)	Shrinkage (%)
105	0.6	67.30
	0.7	64.70
	0.8	60.95
115	0.6	71.10
	0.7	69.05
	0.8	67.05
125	0.6	76.80
	0.7	73.60
	0.8	72.00

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการทดลองและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการอบแห้งขิงด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ความดันต่ำ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลทดลองการลดลงของความชื้น พบว่าเวลาในการลดลงของความชื้นจะขึ้นอยู่กับอุณหภูมิของไอน้ำร้อนยวดยิ่งและความดัน เนื่องจากความแตกต่างระหว่างอุณหภูมิของขิงกับอุณหภูมิของไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่ใช้ในการอบแห้งมีค่ามากกว่า เมื่อเปรียบเทียบที่ความดันต่างๆกัน พบว่าเมื่อความดันลดลงจะใช้เวลาในการอบแห้งให้ถึงความชื้นสุดท้ายลดลง เนื่องจากความดันที่ลดลงจะทำให้น้ำในขิงมีจุดเดือดลดลง น้ำจึงระเหยได้เร็วขึ้นทำให้ใช้เวลาในการอบแห้งสั้นกว่าที่ความดันที่สูง จากการทดลองมีอัตราการอบแห้งสูงสุด 0.15 กก.$_{น้ำ}$/ชั่วโมง สามารถลดความชื้นได้ภายในเวลาเฉลี่ย 75 นาที เมื่ออบด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งที่อุณหภูมิ 125°C ความดัน 0.6bar
2. ผลการวิเคราะห์คุณภาพสีและการหดตัวหลังการอบแห้งของขิง พบว่าสีหลังอบแห้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่งมีค่าเฉลี่ยดังนี้ ค่าความสว่าง (L) 50.78 ค่าสีแดง (a) 3.98 ค่าสีเหลือง (b) 22.6 ค่าการเปลี่ยนแปลงสีโดยรวม (ΔE) 18.62 จะมีความคล้ำมากกว่าขิงอบแห้งตามท้องตลาดเพียงเล็กน้อย และการหดตัว พบว่าเมื่ออุณหภูมิของไอน้ำร้อนยวดยิ่งเพิ่มขึ้นและความดันลดลงจะทำให้ การหดตัวมากขึ้น จากการทดลองการหดตัวสูงสุด 76.8 %

เอกสารอ้างอิง

ดลฤดี ใจสุทธิ์. (2543). *การอบแห้งกุ้งด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่ง*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีพลังงาน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

อาทิตย์ จันทร์หิรัญ. (2550). *การอบแห้งขิงด้วยไอน้ำร้อนยวดยิ่ง*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

Devahastin, S., Suvarnakuta. P., Soponronnarit, S. and Mujumdar , A.S., 2004 , “A Comparative Study of Low-Pressure Superheated Steam and Vacuum Drying of a Heat-Sensitive Material” , Drying Technology , Vol. 22 , pp. 1845-1867.

Elustondo, D.M, Mujumdar, A. S. and Uribicain, M.J., 2002, Optimum operating conditions in drying foodstuffs with superheated steam, Drying Technology, 20(2), pp. 381-402.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว ของโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคใต้

Factors Affecting the Decision to Participate in Green Industry Project of Factories in the Southern Region of Thailand

จิรโมท รัตนวัน*
Jiramort Rattanawan*
นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*
Master Degree student, Business Economics*
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*
Graduate school, The University of the Thai Chamber of Commerce*
ลลิตา จันทร์วงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล**
Lalita Chanwongpaisarn Nguitragool**
Ph.D., Business Economics**
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*
Graduate school, The University of the Thai Chamber of Commerce*
อีเมล์ : jiramortr@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคใต้ และศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเข้าร่วมโครงการ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ โรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคใต้ จำนวน 83 โรงงาน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ One-way ANOVA (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่าง

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 45-55 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สำเร็จการศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ เป็นเจ้าของสถานประกอบการ สถานประกอบการส่วนใหญ่มีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสงขลา มีจำนวนแรงงาน 50-200 คน ขนาดการลงทุน 50-200 ล้านบาท เป็นธุรกิจภายในประเทศ เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร และส่วนใหญ่ได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวในระดับ 1 รองลงมาได้รับการรับรองในระดับ 2 และ 3 ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ประเภทของกลุ่มลูกค้าและแนวโน้มการปฏิบัติอุตสาหกรรมสีเขียว

ของกลุ่มภาคธุรกิจต่างๆ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวหลังจากเข้าร่วมโครงการ 3 อันดับแรก ได้แก่ เพิ่มความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร สามารถพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ป้องกันและลดความขัดแย้งต่อผู้บริโภคและชุมชนรอบโรงงาน ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านงบประมาณในการดำเนินการโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว ด้านบุคลากรในการดูแลรับผิดชอบโครงการดังกล่าวภายในโรงงาน ด้านความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ลูกค้า ชุมชนรอบโรงงาน)

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

Abstract

The study aims to study factors affecting decision to participate in Green Industry Project of factories in the southern region of Thailand and to study problems and obstacles in participating in the project. The sample in the study was 83 factories in the southern region. The research instrument was an online questionnaire. Statistics in the study included data analysis, frequency, mean, percentage and One-way ANOVA (F-test) was used to measure difference.

The study result indicated as follows: Most of the respondents were males aged between 45-55 years. They graduated with a bachelor's degree in business administration and were owners of factories. Most of the factories are located in Songkhla province with 50-200 workers and size of investment is 50-200 million baht. They are domestic food business and most of them have been certified at green industry level 1, level 2, and level 3 respectively.

The top 3 factors affecting their decision-making to participate in Green Industry Project were factors related to organizational image, vision of management executives, types of customers, and tendency of green industry practice of business sectors respectively. The top 3 expected benefits from participating in Green Industry Projects were increase of reputation and good organizational image, development of good relationship between an organization and stakeholders, prevention and reduction of conflict toward consumers and communities surrounding factories respectively. The top 3 problems and obstacles in participating in Green Industry Project were budget in implementing Green Industry Project, personnel responsible

for the project within a factory, collaboration of stakeholders (customers and communities surrounding factories) respectively.

Keyword: Factors affecting Decision, Green Industry Project

บทนำ

กระบวนการผลิตเป็นการนำทรัพยากรต่างๆ เช่น วัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักร เข้าสู่กระบวนการแปรสภาพหรือกระบวนการจัดการซึ่งจะได้ผลลัพธ์ออกมาเป็นสินค้าหรือบริการเพื่อส่งมอบให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังมีสิ่งที่ถูกปล่อยออกมาจากกระบวนผลิตอันได้แก่ มลภาวะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ขยะ เศษวัตถุดิบที่ไม่ใช้แล้ว น้ำเสีย ฝุ่น ควัน และก๊าซพิษ จากประชากรโลกที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้กระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการมีความต้องการเพิ่มขึ้นตามขนาดของประชากร จึงส่งผลให้เกิดมลภาวะต่างๆ แหล่งน้ำเน่าเสีย สารเคมีปนเปื้อน อุณหภูมิโลกสูงขึ้น เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ ภูมิอากาศแปรปรวนไปทั่วโลก สิ่งเหล่านี้ย่อมส่งผลต่อประชากรโลก ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการใช้ชีวิต โรคภัยไข้เจ็บ เป็นต้น อย่างไรก็ดีประชาชนเริ่มหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยพฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่เปลี่ยนไป เช่น มีการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การลดการใช้ถุงพลาสติก ลดการใช้โฟมหรือภาชนะที่ย่อยสลายยาก ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงหันมาให้ความสำคัญและปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

ประเทศไทยมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ตามที่ได้ให้สัตยาบันรับรองปฏิญญาโจฮันเนสเบิร์ก เมื่อปี พ.ศ. 2545 และปฏิญญามะนิลาว่าด้วย “อุตสาหกรรมสีเขียว”เมื่อปี พ.ศ. 2552 โดยมีกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานหลักที่ผลักดันและดำเนินการ ในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม มุ่งส่งเสริมพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศให้เจริญเติบโต ก้าวหน้า และพัฒนาอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ดีเพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรมจึงได้ริเริ่มโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว หรือ Green Industry ขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อภาพลักษณ์ การสร้างเศรษฐกิจสีเขียว มีการใช้ทรัพยากรที่คุ้มค่าและไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมบริเวณรอบโรงงานและพื้นที่แห่งสาธารณะ อาทิ ชุมชน เมือง แหล่งน้ำ เป็นต้น

กระทรวงอุตสาหกรรมได้นิยามคำว่า “อุตสาหกรรมสีเขียว” คือ อุตสาหกรรมที่ยึดมั่นในการประกอบกิจการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงความรับผิดชอบ ต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดห่วงโซ่อุปทาน และโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถอยู่ร่วมกับสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

อุตสาหกรรมสีเขียวแบ่งเป็น 5 ระดับ ที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรม ได้แก่ ระดับที่ 1 ความมุ่งมั่นสีเขียว (Green Commitment ระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว (Green Activity) ระดับที่ 3 ระบบสี

เขียว (Green System) โดยองค์กรที่ได้รับ ISO 140001 จะอยู่ในระดับ 3 ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) และระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว (Green Network) ตั้งแต่ พ.ศ. 2554-2560 มีสถานประกอบการในประเทศไทยที่ผ่านการรับรองเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวแล้ว รวมทั้งสิ้น 31,324 ราย แบ่งเป็น ระดับที่ 1 ความมุ่งมั่นสีเขียว (Green Commitment) 19,312 ราย ระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว (Green Activity) 6,382 ราย ระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System) 5,309 ราย ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) 285 ราย และระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว (Green Network) 36 ราย (มติชนออนไลน์, 2560) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดว่าเศรษฐกิจไทยกำลังก้าวสู่เข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียวอย่างเป็นรูปธรรม

จากการตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมดังกล่าวจึงนำมาสู่ประเด็นการวิจัยที่สำคัญคือปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของสถานประกอบการ และศึกษาอุปสรรคในการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของสถานประกอบการในพื้นที่ภาคใต้ ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมาใช้ในการกำหนดแนวทางของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้สถานประกอบการสามารถเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวและได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวจากกระทรวงอุตสาหกรรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของสถานประกอบการในการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว
3. เพื่อศึกษาความเห็นของสถานประกอบการในการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลายๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่า เป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญ และเกี่ยวข้องกับ หน้าที่การบริหาร หรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุม การตัดสินใจได้มีการศึกษามานาน ความหมายของการตัดสินใจ นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังนี้

บาร์นาร์ด (Barnard) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า คือ เทคนิคในการที่จะพิจารณาทางเลือกต่างๆ ให้เหลือทางเลือกเดียว

ไซมอน (Simon) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการของการหาโอกาสที่จะตัดสินใจ การหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ และทางเลือกจากงานต่าง ๆ ที่มีอยู่

มูดี (Moody) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจเป็นการกระทำที่ต้องทำเมื่อไม่มีเวลาที่จะหาข้อเท็จจริงอีกต่อไป ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อใดถึงจะตัดสินใจว่าควรหยุดหาข้อเท็จจริง แนวทางแก้ไขจะเปลี่ยนแปลงไปตามปัญหาที่ต้องการแก้ไข ซึ่งการรวบรวมข้อเท็จจริง เกี่ยวพันกับการใช้จ่ายและการใช้เวลา

กิบสันและอิวาน เซวิช (Gibson and Ivancevich) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า เป็นกระบวนการสำคัญขององค์การ ที่ผู้บริหารจะต้อง กระทำอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (information) ซึ่ง ได้รับมาจากโครงสร้างองค์การ พฤติกรรมบุคคล และกลุ่มในองค์การ

โจนส์ (Jones) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจองค์การว่าเป็นกระบวนการ ที่จะแก้ไขปัญหาขององค์กร โดยการค้นหาทางเลือก และเลือกทางเลือกหรือแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การที่ได้กำหนดไว้

2. การเพิ่มประสิทธิภาพเชิงเศรษฐนิเวศ (Eco-Efficiency) มีการริเริ่มใช้อย่างเป็นทางการโดยคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมโลก ซึ่งได้ให้ความหมายของคำว่าประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ คือ หลักการทางการจัดการที่ช่วยกระตุ้นภาคธุรกิจให้มีศักยภาพในการแข่งขันและเจริญเติบโตพัฒนาไปพร้อมกับการมีส่วนรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมโดยจะนำไปสู่ผลประกอบการพัฒนาและยั่งยืน โดยมีหลักการเชิงทฤษฎีประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังนี้

1. ลดการบริโภคทรัพยากร (Reducing the consumption of resources) พยายามลดการใช้วัตถุดิบตั้งต้นในการผลิตพลังงาน น้ำและที่ดิน ส่งเสริมการใช้ซ้ำ (Reuse) และการแปรใช้ใหม่ (Recycle) ของผลิตภัณฑ์

2. ลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (Reducing the impact on nature) ลดการปล่อยของเสีย ได้แก่ น้ำทิ้งขยะและสารพิษ ออกสู่สิ่งแวดล้อม

3. เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และการบริการ (Increasing product or service value) ทำให้ผู้บริโภคได้รับผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ สินค้าและการบริการสูงสุดแต่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติน้อยที่สุด

3. โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว มีชื่อเต็มว่า “โครงการส่งเสริมและพัฒนาสถานประกอบการสู่อุตสาหกรรมสีเขียว” สืบเนื่องจากที่ประเทศไทยมีสัตยาบรรณที่ไปร่วมกับนานาประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของปฏิญญาโจฮันเนสเบิร์ก ปฏิญญามะนิลา ต่อเนื่องกันมาจนประมาณปี 2532-2553 เป็นช่วงที่ทาง UNIDO (องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ) ก็ได้มีการประดิษฐ์ คำที่เรียกว่า Green Industry ขึ้นมา Green Industry ในภาพของ UNIDO เป็นภาพที่ออกในเชิงของการกำหนดนโยบาย ของแต่ละประเทศ เพื่อให้แต่ละประเทศนั้นๆ มุ่งไปสู่ประเทศที่เรียกว่า สังคมคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Society) ในส่วนของกระทรวงอุตสาหกรรม ได้รับเอาหลักการ Green Industry ของ UNIDO มาเพื่อสร้างให้เกิดเป็นรูปธรรม จึงมีการจัดตั้งทีมงานวิชาการขึ้นมา เพื่อผลักดัน Green Industry ไปสู่การปฏิบัติ จึงเกิดโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวขึ้น โดยประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว มีดังนี้

1. เกิดภาพลักษณ์ และทัศนคติที่ดีต่ออุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ดีและการยอมรับระหว่างอุตสาหกรรมและชุมชนที่อยู่โดยรอบ

2. ลดการใช้ทรัพยากรและพลังงาน ประหยัดต้นทุนการดำเนินธุรกิจ สร้างโอกาสในการแข่งขัน

3. สร้างโอกาสทางการตลาดโดยเน้นประเด็น “สีเขียว” ของผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต ซึ่งกำลังจะเป็นที่ยอมรับและต้องการของผู้บริโภคทั่วโลก

4. การกำหนดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการตลาดซึ่งมีปัจจัยที่จะต้องพิจารณาแตกต่างกันออกไปตามประเภทของธุรกิจและเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจ ในแต่ละช่วงเวลา เนื่องจากการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์จะต้องมีความเป็นไปได้จริงภายใต้เงื่อนไขของสถานการณ์ปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540)

1. องค์กระกอบของธุรกิจ ได้แก่ ขนาด ประเภท เทคโนโลยีการผลิต ตลาด นโยบายและเป้าหมายทางการตลาด ตลอดจนการจัดสรรงบประมาณในการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ

2. สภาพเศรษฐกิจ โดยพิจารณาภาวการณ์เติบโตและการถดถอย ตั้งแต่เศรษฐกิจระดับโลก ประเทศ ท้องถิ่นจนถึงบุคคล

3. สภาพการแข่งขันของธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยดูว่ามีภาวการณ์แข่งขัน จุดเด่นของคู่แข่งขัน แนวโน้มของอุตสาหกรรมโดยรวม

4. กรอบสังคม ครอบคลุมเรื่องของวัฒนธรรม วิถีชีวิต กฎหมาย ซึ่งอาจเป็น ข้อจำกัด สำหรับการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจบางประเภท เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

5. กฎจรรยาบรรณวิชาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของมนุษย์อย่างใกล้ชิด

6. ผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและพลังงาน ดังเช่นที่ธุรกิจบางรายนำแนวคิดเรื่องการตลาดสีเขียว (Green Marketing) มาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดปัจจัยเหล่านี้จะช่วยเป็นแนวทางให้ธุรกิจสามารถ กำหนดกรอบของภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

วิธีการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ความคิดเห็นของสถานประกอบการในพื้นที่ภาคใต้ทั้งในส่วนที่เข้าร่วมและไม่ได้เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการ ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการเข้าร่วมโครงการ โดยมีแนวทางการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ สถานประกอบการโรงงานที่เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยที่อยู่ในพื้นที่ภาคใต้ และจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้คำนวณด้วยสูตร Taro Yamane ใช้ความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 0.1 จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 83 โรงงาน

2. เครื่องมือที่ใช้ที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นลักษณะการถามและตอบสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วย 6 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ / โรงงาน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

ส่วนที่ 4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับหลังจากเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

ส่วนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการและไม่ได้เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวที่อยู่ในพื้นที่ภาคใต้ จำนวนทั้งสิ้น 83 โรงงาน

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องจากวารสาร รวมไปถึงค้นคว้าข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตจากหลายแหล่ง เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูล และเพื่อใช้ในการอ้างอิงแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย ร้อยละ 80.7 มีอายุอยู่ในช่วง 45-55 ปี ร้อยละ 39.8 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 80.7 จบสาขาบริหารธุรกิจ ร้อยละ 32.5 เป็นเจ้าของสถานประกอบการ ร้อยละ 56.6

2. ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

สถานประกอบการส่วนใหญ่ตั้งอยู่จังหวัดสงขลา ร้อยละ 21.7 มีขนาดจำนวนแรงงาน 50-200 คน ร้อยละ 48.2 ขนาดการลงทุน 50-200 ล้านบาท ร้อยละ 43.4 เป็นธุรกิจภายในประเทศ ร้อยละ 54.2 อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ร้อยละ 32.5 ดำเนินกิจการ 10 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 78.3 ส่วนใหญ่เป็นบริษัทของคนไทย ร้อยละ 91.6 รู้จักโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว ร้อยละ 90.4 รู้จักโครงการผ่านเว็บไซต์กระทรวงอุตสาหกรรมร้อยละ 34.9 มีสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ 53 ได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 1 ร้อยละ 30.1 ระดับที่ 2 ปฏิบัติสีเขียว ร้อยละ 15.7 ระดับที่ 3 ระบบสีเขียว ร้อยละ 7.2 ไม่มีสถานประกอบการได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวในระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว และระดับที่ 5 เครือข่ายสีเขียว และมีสถานประกอบการไม่ได้เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ 47

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.60 รองลงมาคือ วิสัยทัศน์ของผู้บริหารมีค่าเฉลี่ย 4.25 ประเภทของกลุ่มลูกค้า และแนวโน้มการปฏิบัติอุตสาหกรรมสีเขียวของกลุ่มภาคธุรกิจต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.22 กระแสสังคมที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.16 ความพร้อมของพนักงานในการจัดการสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.92 ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมจากชุมชนบริเวณรอบโรงงาน มีค่าเฉลี่ย 3.63 ตราสัญลักษณ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความต้องการซื้อของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.61 ปัญหาด้านมลพิษที่เกิดจากกระบวนการผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.59 ความต้องการของตลาดภายในและต่างประเทศเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ และปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านกฎระเบียบในการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว มีค่าเฉลี่ย 3.54

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าร่วมโครงการของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ประโยชน์ด้านการเพิ่มความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.48 รองลงมา สามารถพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีต่อองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีค่าเฉลี่ย 4.32 สามารถป้องกันและลดความขัดแย้งต่อผู้บริโภคและชุมชุมรอบโรงงาน มีค่าเฉลี่ย 4.05 ได้รับการยอมรับจากลูกค้า ชุมชน และสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.02 สถานประกอบการได้แนวทางการพัฒนาตนเองเข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานสากล ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001 เทียบเท่า GI ระดับ 3 มีค่าเฉลี่ย 3.84 ประหยัดค่าใช้จ่ายในระยะยาว เนื่องจากสามารถเพิ่มศักยภาพในการผลิตแลใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า ค่าเฉลี่ย 3.36 ตามลำดับ และส่วนที่สถานประกอบการคิดว่ามีประโยชน์น้อยที่สุดคือ การประหยัดค่าใช้จ่ายในระยะยาวเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณรอบโรงงาน ค่าเฉลี่ย 3.32

5. ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ปัญหาและอุปสรรคด้านงบประมาณในการดำเนินการโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 3.30 รองลงมาคือ บุคลากรในการดูแลรับผิดชอบโครงการภายในโรงงาน มีค่าเฉลี่ย 2.93 ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีค่าเฉลี่ย 2.84 ความร่วมมือของผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการและขั้นตอนในการสมัครเข้าร่วมโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.20 ความร่วมมือของพนักงานภายในโรงงานมีค่าเฉลี่ย 2.16 ตามลำดับ

และในส่วนปัญหาและอุปสรรคของสถานประกอบการที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการพบว่า ปัญหาและอุปสรรคด้านบุคลากรในการดูแลรับผิดชอบโครงการภายในโรงงาน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 3.21 รองลงมาคือ งบประมาณในการดำเนินการโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวมีค่าเฉลี่ย 3.15 ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีค่าเฉลี่ย 2.85 ความร่วมมือของพนักงานภายในโรงงานมีค่าเฉลี่ย 2.28 ความร่วมมือของผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการและขั้นตอนในการสมัครเข้าร่วมโครงการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.13 ตามลำดับ

6. การทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ One-Way Anova (F-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความเห็นของปัจจัยในการเข้าร่วมโครงการกับการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของสถานประกอบการ

สมมติฐาน ความเห็นของปัจจัยในการเข้าร่วมโครงการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของสถานประกอบการแตกต่างกัน

H_0 : ความเห็นของปัจจัยในการเข้าร่วมโครงการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของสถานประกอบการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความเห็นของปัจจัยในการเข้าร่วมโครงการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของสถานประกอบการแตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความเห็นของปัจจัยในการเข้าร่วมโครงการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของสถานประกอบการแตกต่างกัน ซึ่งมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยทางด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจัดการสิ่งแวดล้อม ปัจจัยทางด้านปัญหาด้านมลพิษที่เกิดจากกระบวนการผลิต และปัจจัยทางด้านแนวโน้มการปฏิบัติอุตสาหกรรมสีเขียวของกลุ่มภาคธุรกิจต่างๆ หรือ คู่แข่งทางการค้า

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว Green industry ของโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคใต้ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ซึ่งสอดคล้องกับ บุษกร คำโฮม (2557, หน้า 92) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของสถานประกอบการจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ความต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวมากที่สุด และบนนรา ชวนอาจ (2553, หน้า 71) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (CSR-DIW) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ (CSR-DIW) มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร รองลงมาคือวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวมากที่สุด ได้แก่ การเพิ่มความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร รองลงมาคือ สามารถพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับการยอมรับจากลูกค้า ชุมชน และสังคม ซึ่งสอดคล้องกับ บุษกร คำโฮม (2557, หน้า 92) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของสถานประกอบการจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ความต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวมากที่สุด บนนรา ชวนอาจ (2553, หน้า 100) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (CSR-DIW) พบว่าสถานประกอบการได้รับประโยชน์มากที่สุดในด้านการเพิ่มความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และสอดคล้องกับ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2561) ที่กล่าวว่าประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวทำให้เกิดภาพลักษณ์ และทัศนคติที่ดีต่ออุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ดีและการยอมรับระหว่างอุตสาหกรรมและชุมชนที่อยู่โดยรอบ

ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าร่วมโครงการของผู้ประกอบการมากที่สุด ได้แก่ ด้านงบประมาณในการดำเนินการโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว ด้านบุคลากรในการดูแลรับผิดชอบโครงการภายในโรงงาน ซึ่งสอดคล้องกับ บุษกร คำโฮม (2557, หน้า 92) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของสถานประกอบการจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า อุปสรรคที่ผู้ประกอบการเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐไม่เพียงพอ บุคลากรขาดความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการขอการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียว

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยด้านต่างๆ ที่ทำให้สถานประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว และจากการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว มีข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ ดังนี้

1. ภาครัฐควรมีงบประมาณสนับสนุนในการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวในระดับจังหวัด เพื่อเป็นการชักจูงให้ผู้ประกอบการหันมาสมัครเข้าร่วมโครงการดังกล่าวเพิ่มขึ้น และควรมีงบประมาณในการยกระดับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวเพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้สถานประกอบการมียกระดับการรับรองจากระดับที่ต่ำกว่าไประดับที่สูงกว่า เช่น จากระดับ 2 ปฏิบัติสีเขียว ไประดับ 3 ระบบสีเขียว เป็นต้น

2. เนื่องจากสถานประกอบการขาดบุคลากรที่มีความรู้ในการดูแลโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวภายในสถานประกอบการ ภาครัฐจึงควรจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวอย่างต่อเนื่องและลงพื้นที่ในแต่ละจังหวัดเพื่อเป็นการสร้างบุคลากรที่มีความรู้ และสามารถนำองค์ความรู้ไปปฏิบัติ ประชาสัมพันธ์ดำเนินงานภายในสถานประกอบการเพื่อให้ได้การรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวและให้ได้ระดับการรับรองที่สูงกว่าเดิม

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเหตุผลในการไม่เข้าร่วมโครงการของสถานประกอบการเพื่อให้หน่วยงานของรัฐสามารถทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของสถานประกอบการเกี่ยวกับการสมัครเข้าร่วมโครงการ

2. ควรทำการศึกษาสถานประกอบการแยกรายกลุ่มอุตสาหกรรม ทั้งในส่วนสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการ เพื่อเป็นแนวทางให้ภาครัฐเข้าไปทำการประชาสัมพันธ์ ให้คำแนะนำ และเป็นที่ปรึกษา เพื่อสร้างความรู้เข้าใจเกี่ยวกับโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว และเพื่อเป็นการชักจูงให้สถานประกอบการในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมสมัครเข้าร่วมโครงการ

3. จัดทำแบบสัมภาษณ์บุคคลที่ดูแลหรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวภายในสถานประกอบการ สอบถามก่อนและหลังดำเนินการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวด้วยว่ามีผลตอบรับอย่างไรในผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และชุมชนบริเวณรอบโรงงาน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2561). ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2562, จาก http://greenindustry.diw.go.th/index.php/th/about-2/benefits/benefits-3

เดชา จาตุธนานันท์. (2559). *อุตสาหกรรมสีเขียว*. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2562, จาก http://www.industry.go.th/industry/index.php/th/knowledge/item/10594-2016-05-23-05-07-31

ธงชัย ศิริฤทธิ์. (2553). *การศึกษาแรงจูงใจในการทำมาตรฐานระบบการจัดการ สิ่งแวดล้อม ISO14001: กรณีศึกษา บริษัท บุญเลิศวิศวกรรม จำกัด.* การศึกษาค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธีรพร ทองขะโชค, อาคม ใจแก้ว. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 30(1), 23-50.

บนนรา ชวนอาจ. 2553. *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการแสดงความรับผิดชอบของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม (CSR-DIW).* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บุษกร คำโฮม. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารปัญญาภิวัฒน์, 5(ฉบับพิเศษ),* 92-104.

ปวีณา สินขาว. (2556). *ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทไทยน้ำทิพย์ จำกัด จังหวัดปทุมธานี.* การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด , มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สถาบันสิ่งแวดล้อมอุตสาหกรรม (2554). การเพิ่มประสิทธิภาพเชิงเศรษฐนิเวศ. สืบค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2562, จาก https://www.iei.or.th/media/www/file/435/90739611378872506.pdf

ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย

Factors Affecting the Value of Motor Vehicle Exports from Thailand to Australia

สกุล ศุภมาร์คภักดี*

Sakun Supamakpakdee*

นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*

Master Degree student, Business Economics*

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

อาจารย์ ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล**

Dr.Lalita Chanwongpaisarn Nguitragool**

อาจารย์ประจำ**

Lecturer**

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

School of Economics, The University of the Thai Chamber of Commerce*

อีเมล์ : sakunsupamakpakdee@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออก รถยนต์นั่งบุคลพิกัด 8703และรถกระบะขนาด 1 ตัน พิกัด 8704 จากประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอนุกรมเวลารายไตรมาส ช่วงตั้งแต่ไตรมาส 1 พ.ศ. 2552 จนถึงไตรมาส 4 พ.ศ. 2561 ทั้งหมด 10 ปี เป็นรายไตรมาสทั้งหมด 40 ไตรมาส และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเศรษฐมิติแบบสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regressions) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares : OLS) โดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์จากประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย มีตัวแปรอิสระได้แก่ อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานของประเทศออสเตรเลีย ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งบุคลและรถกระบะ ของประเทศไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์ออสเตรเลีย ราคาน้ำมันดิบWTI ปริมาณการขายรถยนต์นั่งบุคคลและรถกระบะ ขนาด 1 ตันภายในประเทศไทย อัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลีย ค่าตอบแทนการจ้างงานของประเทศออสเตรเลียและตัวแปรหุ่นนโยบาย แผนปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ (The Automotive Transformation Scheme : ATS) ของประเทศออสเตรเลีย

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์พิกัด 8703 และพิกัด 8704 จากประเทศไทยไปออสเตรเลียทำให้ทราบว่า ปริมาณการผลิตรถยนต์พิกัด 8703 และพิกัด 8704 ของประเทศไทยและค่าตอบแทนการจ้างงานของประเทศออสเตรเลีย มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์พิกัด 8703 และพิกัด 8704 จากประเทศไทยไปออสเตรเลียในทิศทางเดียวกันอัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลียมีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์พิกัด 8703 และพิกัด 8704 จากประเทศไทยไปออสเตรเลียในทิศทางตรงกันข้าม ขณะที่อัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลีย มีผลเฉพาะต่อมูลค่าการส่งออกรถกระบะพิกัด 8704 ในทิศทางเดียวกัน

คำสำคัญ : มูลค่าการส่งออกรถยนต์ ส่งออกรถยนต์นั่ง ส่งออก รถกระบะขนาด 1 ตัน นโยบาย ATS ออสเตรเลีย อัตราดอกเบี้ยนโยบาย

Abstract

The purpose of this research was to study factors affecting the value of motor vehicles exports including, passenger cars (the tariff code H8703) and the 1 ton pickup (the tariff code H8704), from Thailand to Australia. Data were collected in Quarterly time series for 40 quarters in total 10 years from the first quarter of 2009 to the fourth quarter of 2018 and analyzed using the Multiple Linear Regressions (MLR) model by the Ordinary Least Squares (OLS) method. The independent variables in this study are the core inflation rate in Australia, the amount of passenger cars and 1 ton pickups produced in Thailand, the exchange rate of Thai Baht to Australian Dollar, WTI Crude, the amount of passenger cars and 1 ton pickups sold in Australia, the policy interest rate in Australia, total wage return in Australia and the Automotive Transformation Scheme policy dummy variable.

The result shows that the amount of passenger cars and 1 ton pickups produced in Thailand and total wage return in Australia have a positive effect on the value of motor vehicles exports. In contrast, the policy interest rate in Australia negatively affects the value of motor vehicles exports. The core inflation rate in Australia has a positive effect only on the value of pickup exports.

Keywords : value of motor vehicles exports, value of passenger car exports, value of pickup exports, The Automotive Transformation Scheme,policy interest rate in Australia.

บทนำ

ในระบบเศรษฐกิจแบบเปิดการค้าระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการนำเงินลงทุนจากต่างชาติเข้ามาสู่ประเทศของตน ซึ่งส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน การลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ และการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี โดยประเทศไทยมีการส่งออกเป็นส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศมาเป็นระยะเวลานาน โดยในช่วงปี พ.ศ. 2546 - 2556 มูลค่าสินค้าส่งออกของไทยต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 60 มาโดยตลอด ซึ่งรายได้จากอุตสาหกรรมรถยนต์ ถือเป็นสินค้าที่ทำรายได้เป็นอันดับ 1 โดยมีการส่งออกรถยนต์ไปยังประเทศออสเตรเลียสูงที่สุด มีมูลค่าถึง 616 ล้านเหรียญสหรัฐฯในปีพ.ศ. 2546

ในปี พ.ศ. 2560 พบว่าออสเตรเลียนำเข้าสินค้ายานยนต์จากทั่วโลกมูลค่าสูงถึง 26,878 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยนำเข้ารถยนต์นั่งส่วนบุคคลมากที่สุดรองลงมาคือรถบรรทุกหรือรถกระบะ ซึ่งมูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีมูลค่าถึง 15,915 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยนำเข้าจากญี่ปุ่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.4 เยอรมนี ร้อยละ 13.3 เกาหลีใต้ ร้อยละ 12.9 และ ไทย ร้อยละ 10.9 ขณะที่การนำเข้ารถกระบะ มีมูลค่า 5,996 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยนำเข้าจากไทยเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อย ละ 60.3 ญี่ปุ่น ร้อยละ 18.8 เยอรมนี ร้อยละ 3.5

อีกทั้งรัฐบาลออสเตรเลียพยายามให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ออกจากระบบในรูปแบบต่างๆ อาทิ การช่วยเหลือเพื่อออกจากอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ โดย แผนปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ (The Automotive Transformation Scheme : ATS) เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถออกจากอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ได้ ซึ่งผลของนโยบายดังกล่าวส่งผลให้ความต้องการนำเข้ารถยนต์ของประเทศออสเตรเลียเพิ่มขึ้นอีก โดยจะเห็นได้ว่าภายหลังจากที่ออสเตรเลียได้ยกเลิกการผลิตรถยนต์ด้วยตัวเอง การแข่งขันในการส่งออกรถยนต์ไปออสเตรเลียรุนแรงขึ้น ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์จากประเทศไทยไปออสเตรเลียเพื่อพัฒนาศักยาภาพในการแข่งขันการผลิตรถยนต์เพื่อส่งออกไปยังออสเตรเลียจึงเป็นสิ่งสำคัญมากในปัจุบัน

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์จากประเทศไทยไปออสเตรเลียฉบับนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะมูลค่าการส่งออกของยานยนต์นั่งส่วนบุคคล (H8703) และยานยนต์สำหรับขนส่งของหรือรถกระบะ (H8704) จากประเทศไทยไปออสเตรเลีย เนื่องจากยานยนต์ทั้ง 2 ชนิดเป็นยานยนต์ชนิดที่ประเทศออสเตรเลียมีมูลค่าการนำเข้าสูงเป็นอันดับที่ 1 และอันดับที่ 2 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยมีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งส่วนบุคลและรถยนต์เพื่อการขนส่งของหรือรถกระบะขนาดไม่เกิน 1 ตันของประเทศไทยไปออสเตรเลีย

ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งบุคลพิกัด 8703 และรถกระบะพิกัด 8704 ของไทยไปออสเตรเลียในช่วงปี พ.ศ.2552 - พ.ศ.2560 รวมระยะเวลา 10 ปี ทั้งหมด 40 ไตรมาส

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีอุปสงค์ อุปสงค์ ในทางเศรษฐศาสตร์นั้น หมายถึงผู้ซื้อเต็มใจอยากจะซื้อและสามารถซื้อได้ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์หมายถึง ตัวแปรหรือปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาจะซื้อ (Quantity Demand) เช่น ราคาสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ระดับรายได้ของผู้บริโภค รสนิยมของผู้บริโภค ราคาสินค้าอื่นๆที่เกี่ยวข้อง จำนวนผู้บริโภคในตลาด และการคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต

2. ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) David Ricardo กล่าวว่าประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าทุกๆอย่างกับประเทศอื่น ยังคงสามารถทำการค้าที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายได้ ประเทศที่ด้อยประสิทธิภาพควรผลิตและส่งออกเฉพาะสินค้าที่ประเทศตนมีความเสียเปรียบโดยสมบูรณ์น้อยกว่า ถือได้ว่าสินค้านี้เป็นสินค้าที่ประเทศผลิตด้วยความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

3. ทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อ (Purchasing Power Parity : PPP) เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยความเท่าเทียมกันของอำนาจซื้อ โดยอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินสองประเทศต้องอยู่ในภาวะสมดุล ทำให้อำนาจการซื้อหรือราคาสินค้าอย่างหนึ่งในประเทศทั้งสองเท่ากัน

4. ทฤษฎีการส่งผ่านของการเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Rate Pass – Through: ERPT) อธิบายถึง ระดับการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้านำเข้าและส่งออกเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยน

ตัวแปรที่นำมาศึกษา

1. ตัวแปรตาม (Y) มูลค่าการส่งออกรถยนต์พิกัด (H8703) และ (H8704) ของไทยไปออสเตรเลีย

2. ตัวแปรต้น (X) อัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลีย (CPIAU) ปริมาณการผลิตรถยนต์พิกัด (H8703) และ (H8704) ของประเทศไทย (PR) อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์ออสเตรเลีย (EAUTH/Au) ราคาน้ำมันดิบ WTI (OILWTI) ปริมาณรถยนต์พิกัด (H8703) และ (H8704) ที่ขายภายในประเทศไทย (SELL) อัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลีย (P-RATEAU) ค่าตอบแทนการจ้างงานในประเทศออสเตรเลีย (WAGAU) และตัวแปรหุ่นนโยบาย ATS ของประเทศออสเตรเลีย (ATS)

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์พิกัด (H8703) และ(H8704) จากประเทศไทยไปออสเตรเลียโดยเก็บข้อมูลแบบอนุกรมเวลา (Time Series) ช่วงปี พ.ศ.2552 - พ.ศ.2561 (40 ไตรมาส) วิธีที่ใช้ในการศึกษาโดยสร้างสมการเชิงถดถอย (Multiple Linear Regressions) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OrdinaryLeastSquares :OLS)

จากนั้นทำการตรวจสอบปัญหาของข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยการทดสอบ Multicollinearity ที่ใช้การทดสอบทางสถิติหาความสัมพันธ์ (Correlation Matrix) เพื่อศึกษาว่ามีตัวแปรต้นใดที่มีค่าสหสัมพันธ์ในระดับที่รุนแรง (Multicollinerrity) หรือไม่

การตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity เพื่อทดสอบว่าความแปรปรวนของตัวคลาดเคลื่อน (Error) ที่ได้จากสมการประมาณค่ามีค่าคงที่ตามข้อสมมติของวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) หรือไม่ โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบปัญหาดังกล่าวด้วยวิธี Breusch-Godfrey Heteroskedasticity Test ในโปรแกรม EVIEW

การตรวจสอบปัญหา Autocorrelation เพื่อทดสอบว่าตัวคลาดเคลื่อนมีการกระจายที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้วิธีการตรวจสอบจากค่า Durbin-Watson statistic (D.W.)

แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์สมการถดถอยมีรูปแบบ Double-Log และใช้ค่าตอบแทนการจ้างงานในประเทศออสเตรเลีย (WAGAU) แสดงอำนาจการซื้อ

$$\ln EX_i = \alpha + \beta_1 CPI_{AU} + \beta_2 \ln PR_i + \beta_3 \ln EAU_{TH/Au} + \beta_4 \ln OILWTI + \beta_5 \ln SELL_i + \beta_6 \ln WAGAU + \beta_7 P\text{-}RATE_{AU} + \beta_8 ATS + \mu$$

กำหนดให้

$\ln EX_i$ คือ log มูลค่าการส่งออกรถยนต์พิกัด (H8703) และ (H8704) ของไทยไปออสเตรเลีย(ล้านบาท)

i คือ พิกัดของรถยนต์ ได้แก่ รถยนต์นั่งบุคลพิกัด 8703และ รถกระบะพิกัด 8704

CPI_{AU} คือ อัตราเงินเฟ้อ ของประเทศออสเตรเลีย (%)

$\ln PR_i$ คือ log ปริมาณการผลิตรถยนต์พิกัด (H8703) และ (H8704) ของประเทศไทย(คัน)

$\ln EAU_{TH/Au}$ คือ log อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์ออสเตรเลีย (THB/AUS)

lnOILWTI คือ log ราคาน้ำมันดิบ WTI (ดอลลาร์/บาร์เรล)

$\ln SELL_i$ คือ log ปริมาณรถยนต์พิกัด (H8703) และ (H8704) ที่ขายภายในประเทศไทย (คัน)

lnWAGAU คือ log ค่าตอบแทนการจ้างงานในประเทศออสเตรเลีย (ล้านเหรียญออสเตรเลีย)

P-RATEAU คือ อัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลีย (%)

ATS คือ ตัวแปรหุ่นนโยบาย ATS ของประเทศออสเตรเลีย

μ คือ ค่าความผิดพลาด (Error term)

ผลการประมาณการสำหรับรถยนต์ทั้ง 2 ประเภท สามารถแสดงได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์พิกัด H8703 (รถยนต์นั่งขนส่งบุคคล) ของประทศไทยไปออสเตรเลีย (ล้านบาท)

$\ln EX_{8703}$ = - 37.19204 - 0.049902CPI_{AU} + 1.031169$\ln PR_{8703}$ - 1.718626$\ln EAU_{TH/Au}$ + 0.013695lnOILWTI

(-2.992530)*** (-0.187320) (3.235238)*** (1.217859) (0.029903)

+ 0.081161$\ln SELL_{8703}$ + 3.207554lnWAGAU - 0.190453P-$RATE_{AU}$ +μ

(0.204526) (2.953794)*** (-2.021672)**

ค่า Adjusted R-squared = 0.94

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์พิกัด H8704 (รถยนต์ขนส่งเพื่อการพาณิชย์หรือ รถกระบะ) ของประเทศไทยไปออสเตรเลีย (ล้านบาท)

$\ln EX_{8704}$ = - 8.569039 +0.200221CPI_{AU} + 0.838889$\ln PR_{8704}$ + 0.670065$\ln EAU_{TH/Au}$ - 0.145603lnOILWTI

(-2.300369)** (2.199191)** (8.658460)*** (1.579278) (-1.329467)

+ 0.573795lnWAGAU - 0.215333P-$RATE_{AU}$ +μ

(1.741192)* (-5.305887)***

ค่า Adjusted R-squared = 0.91

ตารางที่ 1 ตารางแสดง Multiple regression ของ รถยนต์พิกัด (H8703) และ (H8704)

VARIABLES	LNEX8703	LNEX8704
LNWAGAU	3.207554***	0.573795*
	(2.953794)	(1.741192)
CPIAU	-0.049902	0.200221**
	(-0.187320)	(2.199191)
LNSELL8703/8704	0.081161	
	(0.204526)	
LNPR8703/8704	1.031169***	0.838889***
	(3.235238)	(8.65846)
LNOILWTI	0.013695	-0.145603
	(0.029903)	(-1.329467)
LNEAU	-1.718626	0.670065
	(1.217859)	(1.579278)
P-RATEAU	-0.190453**	-0.215333***
	(-2.021672)	(-5.305887)
Constant	-37.19204***	-8.569039**
	(-2.992530)	(-2.300369)
Observations	40	40
R-squared	0.95	0.92
Adjusted R-squared	0.94	0.91

หมายเหตุ 1 : ***P < 0.01 **P < 0.05 *P < 0.10

2 : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่า t-statistic

สรุปผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งส่วนบุคล (H 8703) จากประเทศไทยไปออสเตรเลียจากการประมาณการพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งส่วนบุคล (H 8703) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่

ค่าตอบแทนการจ้างงานของประเทศออสเตรเลีย(lnWAU) และปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งพิกัด 8703 ของประเทศไทย ($lnPR_{8703}$) โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และอัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลีย (P-RATEAU) มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรอิสระอื่น ไม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของ มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งพิกัด 8703 จากประเทศไทยไปออสเตรเลียอย่างมีนัยสำคัญ

สรุปผลจากการศึกษาพบว่า จากค่า Adjusted R-squared = 0.94 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่เลือกมาสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของ มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งพิกัด 8703 ได้ร้อยละ 0.94 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 0.06 เกิดจากปัจจัยอื่นๆและค่า Durbin-Watson stat = 1.882525 ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation โดยสามารถอธิบายผลสรุปจากการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งพิกัด 8703 ($lnPR_{8703}$) มีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.031169 นั่นคือเมื่อปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งพิกัด 8703 ($lnPR_{8703}$) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ1 จะทำให้มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งพิกัด 8703 ($lnEX_{8703}$) เปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันร้อยละ 1.031169 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ ทิชากร เกษรบัว (2555)

2. อัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลีย (P-RATEAU) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.190453 นั่นคือ เมื่อ อัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลีย (P-RATEAU) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ต่อไตรมาส จะทำให้มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งพิกัด 8703 ($lnEX_{8703}$) เปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้าม ร้อยละ 0.190453 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ค่าตอบแทนการจ้างงานของประเทศออสเตรเลีย (lnWAU) มีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 3.207554 นั่นคือ เมื่อ ค่าตอบแทนการจ้างงานของประเทศออสเตรเลีย (lnWAU) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้ มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งพิกัด 8703 ($lnEX_{8703}$) เปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน ร้อยละ 3.207554 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนตัวแปรอิสระอื่น ไม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของ มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งพิกัด 8703 ($lnEX_{8703}$) อย่างมีนัยสำคัญที่

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อ มูลค่าการส่งออกรถกระบะ(H 8704) จากประเทศไทยไปออสเตรเลีย จากการประมาณการพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกกระบะ (H 8704) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่

ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งพิกัด 8704 ของประเทศไทย ($lnPR_{8704}$) โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 อัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลีย (P-RATEAU) และอัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลีย (CPIAU) มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ค่าตอบแทนการจ้างงานของประเทศออสเตรเลีย(lnWAU) มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.1

ส่วนตัวแปรอิสระอื่น ไม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของ มูลค่าการส่งออกรถกระบะพิกัด 8704 จากประเทศไทยไปออสเตรเลียอย่างมีนัยสำคัญ

สรุปผลจากการศึกษาพบว่า จากค่า Adjusted R-squared = 0.91 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่เลือกมาสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของ มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งพิกัด 8704 ได้ร้อยละ 0.91 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 0.09 เกิดจากปัจจัยอื่นๆและค่า Durbin-Watson stat = 1.662308 ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation โดยสามารถอธิบายผลสรุปจากการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งพิกัด 8704 ($lnPR_{8704}$) มีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.838889 นั่นคือเมื่อปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งพิกัด 8704 ($lnPR_{8704}$) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้ มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งพิกัด 8704 ($lnEX_{8704}$) เปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.838889 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ ทิชากร เกษรบัว (2555)

2. อัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลีย (P-RATEAU) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ - 0.215333 นั่นคือเมื่อ อัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลีย (P-RATEAU) เปลี่ยนแปลงไป ร้อยละ 1 ต่อไตรมาส จะทำให้ มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งพิกัด 8704 ($lnEX_{8704}$) เปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้าม ร้อยละ 0.215333 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ค่าตอบแทนการจ้างงานของประเทศออสเตรเลีย (lnWAU) มีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.573795 นั่นคือเมื่อ ค่าตอบแทนการจ้างงานของประเทศออสเตรเลีย (lnWAU) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้ มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งพิกัด 8704 ($lnEX_{8704}$) เปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.573795 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.1 ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. อัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลีย (CPIAU) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.200221 นั่นคือ เมื่อ อัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลีย (CPIAU) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ต่อไตรมาส จะทำให้มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งพิกัด 8704 ($lnEX_{8704}$) เปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.200221 อย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับปิยพร ประพันธ์พจน์ (2556)

ส่วนตัวแปรอิสระอื่น ไม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งพิกัด 8704 ($lnEX_{8704}$) อย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาพบว่าปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งบุคคลและรถกระบะ ของประเทศไทยและค่าตอบแทนการจ้างงานของประเทศออสเตรเลีย มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งบุคคลและรถกระบะจากประเทศไทยไปออสเตรเลียในทิศทางเดียวกันอัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลียมีผลต่อ มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่ง

บุคคลและรถกระบะ จากประเทศไทยไปออสเตรเลียในทิศทางตรงกันข้าม ขณะที่อัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลีย มีผลเฉพาะต่อมูลค่าการส่งออกรถกระบะ ในทิศทางเดียวกัน

1. ปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งบุคคลและรถกระบะของประเทศไทย มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งบุคคลและรถกระบะ ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากประเทศออสเตรเลียมีความต้องการซื้อรถยนต์ปีละ 9 แสนคัน ถึง 1 ล้านคัน ขณะที่ประเทศออสเตรเลียสามารถผลิตรถยนต์ได้เพียงปีละ 3 ถึง 4 แสนคัน อีกทั้ง ในช่วงปลายปี พ.ศ.2560 โรงงานผลิตรถยนต์ในออสเตรเลียได้ปิดตัวลงทั้งหมด ดังนั้นเมื่อประเทศไทยเพิ่มการผลิตรถยนต์เพื่อส่งออก ประเทศออสเตรเลียจะมีการนำเข้ารถยนต์เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับ ทิชากร เกษรบัว (2555)

2. อัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลีย มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งบุคคลและ รถกระบะ ในทิศทางตรงกันข้าม เนื่องจากเมื่ออัตราดอกเบี้ยลดลงการกู้เพื่อซื้อรถจึงมีต้นทุนถูกลง ส่งผลให้ผู้ที่ต้องการซื้อรถสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

3. ค่าตอบแทนการจ้างงานของประเทศออสเตรเลีย มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งบุคคลและรถกระบะ ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากเมื่ออัตราค่าตอบแทนการจ้างงานในออสเตรเลียที่สูงขึ้นจะส่งผลให้อำนาจซื้อ ของภาคครัวเรือนในประเทศออสเตรเลียสูงขึ้นตาม จึงทำให้ภาคครัวเรือนออสเตรเลียมีการนำเข้ารถยนต์นั่งบุคคลและรถกระบะ จากประเทศไทยมากขึ้น สำหรับภาคการผลิต ค่าตอบแทนการจ้างงานที่สูงขึ้นจะส่งผลให้ต้นทุนของผู้ผลิตสูงขึ้นผลดังกล่าวจึงทำให้ภาคการผลิตนำเข้ารถกระบะ เพื่อใช้งานลดลง จะเห็นว่าเมื่อพิจารณาจากมีความยืดหยุ่น พบว่าค่าตอบแทนการจ้างงาน มีอิทธิพลต่อมูลค่าการส่งออกรถกระบะ ซึ่งมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.573795 ต่ำกว่า มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งส่วนบุคล ซึ่งมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 3.207554 อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากรถกระบะมีการใช้งานทั้งในภาคครัวเรือนและภาคการผลิต ซึ่งผลดังกล่าวหักล้างกันจึงส่งผลให้ค่าตอบแทนการจ้างงานมีอิทธิพลต่อมูลค่าการส่งออกรถกระบะน้อยกว่ามูลค่าการส่งออกรถยนต์

4. อัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลีย มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถกระบะ ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากอัตราเงินเฟ้อในประเทศออสเตรเลียอยู่ในระดับอ่อน ไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งเป็นสัญญาณของสภาพเศรษฐกิจที่ดี นั่นคือ เป็นการกระตุ้นการลงทุน การจ้างงาน การผลิต และทำให้รายได้ชาวออสเตรเลียสูงขึ้น ส่งผลให้อุปสงค์ของการนำเข้าสินค้ามากขึ้น สอดคล้องกับ รุ่งนภา คงคา และผทัยรัตน์ ภาสนพิพัฒน์กุล (2559) ปิยพร ประพันธ์พจน์ (2556)

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

ผลจากการศึกษาพบว่าปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งบุคคลและรถกระบะมีผลในทิศทางเดียวกับมูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งบุคคลและรถกระบะ เท่ากับว่าหากประเทศไทยมีการผลิตรถยนต์นั่งบุคคล และรถกระบะมากขึ้นจะส่งผลให้มีการส่งออกได้สูงขึ้นตาม ดังนั้นภาคเอกชนควรทำการผลิตรถยนต์สำหรับการส่งออกไปยัง

ประเทศออสเตรเลียให้สูงขึ้น ขณะที่ในภาครัฐบาลควรมีนโยบายสนับสนุนการส่งออกรถยนต์ ในขณะเดียวกัน เนื่องจากประเทศออสเตรเลียยังมีความต้องการรถยนต์นั่งบุคคลและรถกระบะสูง

อีกทั้งผลจากการศึกษาพบว่าในภาวะที่อัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศออสเตรเลียลดลงจะส่งผลให้มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งบุคคลและรถกระบะของประเทศไทย เพิ่มขึ้น ดังนั้น ในภาวะที่อัตราดอกเบี้ยนโยบายในประเทศออสเตรเลียต่ำผู้ผลิตรถยนต์ส่งออกของไทยควรผลิตและส่งออกรถยนต์นั่งบุคคลและรถกระบะไปยังประเทศออสเตรเลียมากขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขาย

นอกจากนี้ผลจากการศึกษาตัวแปรพบว่าค่าตอบแทนการจ้างงานของประเทศออสเตรเลียที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลต่อการบริโภครถยนต์นั่งบุคคล สูงกว่าการบริโภครถกระบะเนื่องจาก โดยมาก การบริโภครถยนต์นั่งบุคลมาจากภาคครัวเรือนในประเทศออสเตรเลีย ขณะที่การบริโภครถกระบะมีการบริโภคทั้งในภาคครัวเรือนและภาคการผลิตในประเทศออสเตรเลีย ดังนั้นผู้ผลิตและส่งออกควรให้ความสำคัญในการพัฒนารถยนต์แต่ละชนิดให้เหมาะกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละภาคส่วน

ในส่วนของอัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลีย พบว่าเมื่ออัตราเงินเฟ้อในประเทศออสเตรเลียสูงขึ้นส่งผลให้ มูลค่าการส่งออกรถกระบะเพิ่มขึ้น เนื่องจากอัตราเงินเฟ้อในประเทศออสเตรเลียอยู่ในระดับอ่อน เมื่ออัตราเงินเฟ้อสูงขึ้นจึงเป็นการกระตุ้นการลงทุน การผลิต การจ้างงาน จึงทำให้ภาคการผลิตมีการใช้งานรถกระบะมากขึ้นจากการลงทุนเพิ่มและภาคครัวเรือนมีรายได้สูงขึ้นจากการจ้างงานเพิ่มจึงบริโภครถกระบะมากขึ้น ดังนั้นหากอัตราเงินเฟ้อในประเทศออสเตรเลียสูงขึ้น ภาคเอกชนควรทำการผลิตรถกระบะสำหรับการส่งออกไปยังประเทศออสเตรเลียให้สูงขึ้น ขณะที่ในภาครัฐบาลควรมีนโยบายสนับสนุนการส่งออกรถกระบะ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ (H 8703) และ(H 8704) จากประเทศไทยไปออสเตรเลีย ในครั้งนี้ ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ (H 8703) และ(H 8704) จากประเทศไทยไปออสเตรเลียเพียง 40 ไตรมาส และอาจมีตัวแปรอิสระอื่นๆ ที่ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ (H 8703) และ(H 8704) จากประเทศไทยไปออสเตรเลียอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งหากมีการเพิ่มตัวแปรอิสระและเพิ่มจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา อาจส่งผลให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปหากเพิ่มตัวแปรเหล่านี้และเพิ่มจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาอาจส่งผลให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

สมชนก คุ้มพันธุ์ (2547). “ผลกระทบจากการจัดทำเขตการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย.” (ฉบับที่ 3). โครงการศึกษาผลกระทบจากการจัดทำเขตการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รุ่งนภา คงคา และ ผทัยรัตน์ ภาสนพิพัฒน์กุล (2559). “ผลกระทบของตัวแปรทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อมูลค่าส่งออกและพยากรณ์มูลค่าการส่งออกรถยนต์อุปกรณ์และส่วนประกอบรถยนตข์องประเทศไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย.” การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ทิชากร เกษรบัว (2555). “ ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอุตสาหกรรมรถยนต์และการพยากรณ์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาอุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ปิยพร ประพันธ์พจน์ (2556). “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกสินค้ารถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ขนิษฐา ภูสีมุงคุณ (2551). “ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าการส่งออกที่แท้จริงของรถยนต์และชิ้นส่วนกับดัชนีราคาหุ้นกลุ่มยานยนต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.” การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การพัฒนาชุดการสอน เรื่องทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี รายวิชาดนตรีสากล ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา

THE CREATION OF AN INSTRUCTION PACKAGE FOR THE PURPOSE OF TEACHING MUSIC THEORY FOR MATHAYOM SUKSA 4 STUDENTS, TRIAM UDOM SUKSA SCHOOL

ศิลปชัย พิมเนียม
Sinlapachai Pimnaim
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมลมาศ พร้อมสุขกุล
Assistant Professor Dr.Pimonmas Promsukkul
อาจารย์ ดร.ชาลินี สุริยนเปล่งแสง
Dr.Chalinee Suriyonplengsaeng
อาจารย์ ดร.วรสรณ์ เนตรทิพย์
Dr.Worasorn Netthip

สาขาดนตรีตะวันตก วิทยาลัยการดนตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
Western Music College of Music Bansomdejchaopraya Rajabhat University
Email : Sinlapachai13@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อหาประสิทธิภาพของชุดการสอนเรื่องทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ตามเกณฑ์ 80/80 2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนด้วย ชุดการสอนเรื่องทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา และเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง สำหรับกลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมาจากการสุ่ม จำนวน 2 ห้อง ห้องเรียนละ 40 คน รวม 80 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที (t-test)

ผลการวิจัยพบว่า

1. การพัฒนาชุดการสอน เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรีสำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา มีค่าเท่ากับ 83.30/88.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้ง คือ80/80

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน มีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน ($\bar{x}$ = 26.10) สูงกว่าก่อนเรียน ($\bar{x}$ = 15.10) เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มโดยการทดสอบค่าที (t-test) แล้วพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ชุดการสอน,ทฤษฎีดนตรีสากล

Abstracct

The purposes of this research were to 1) find the efficiency of the creation of an instructional package for the purpose of teaching music theory for Mattatom Suksa 4 students of Triam Udom Suksa School, which is 80/80 as in line with the criteria: 2) compare the learning achievements between before and after using of the instructional package and compare the learning achievements between the control group and the experimental group. The sample group was the Mattayom Suksa 4 students of Triam Udom Suksa School who were studying in the first semester of the 2019 academic year. The samples was randomly selected by 2 classes,40 students each class total 80.Data was collected by using arithmetic mean,standard deviation, and t-test.

The results of the research were the followings.

1) the creation of an instructional package for the purpose of teaching music theory was effective with 83.30/88.00,Which is higher than the criteria 80/80.

2) The learning achievements by using the instructional package of the music theory. Have found that learning achievements after using the instructional package ($\bar{x}$ = 26.10) was higher than before using the instructional package ($\bar{x}$ = 15.10). The t-test result was found that the mean of the two groups was significantly different at the 0.05 level.

Key Words: Instructional package, music theory

บทนำ

กระทรวงศึกษาธิการกำหนดให้มีหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ขึ้น โดยได้แบ่งเนื้อหาสาระออกเป็น 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ ประกอบด้วยภาษาไทย คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม สุขศึกษาและพลศึกษา ศิลปะ การงานอาชีพออกแบบและเทคโนโลยีและภาษาต่างประเทศ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551, น.10) กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ เป็นกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่เน้นให้นักเรียนมีความริเริ่มสร้างสรรค์มีจินตนาการทางศิลปะ ชื่นชมความงาม สุนทรียภาพ ได้แบ่งออกเป็น 3 สาระด้วยกัน คือ ทัศนศิลป์ ดนตรีและนาฏศิลป์ โดยในส่วนของสาระดนตรีแบ่งออกเป็น 2 มาตรฐาน มาตรฐานแรก คือ เข้าใจและแสดงออกทางดนตรีอย่างสร้างสรรค์ วิเคราะห์ วิพากษ์ วิจารณ์ คุณค่าถ่ายทอดความรู้สึกความคิดต่อดนตรีอย่างอิสระ ชื่นชมและประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และมาตรฐานที่ 2 คือ เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างดนตรี ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เห็นคุณค่าของดนตรีที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทยและสากล (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551, น.164)

ทฤษฎีดนตรีนั้นมีความสำคัญกับการศึกษาดนตรีเป็นอย่างยิ่งด้วยเพราะสาเหตุที่ว่าวิชาดนตรีนั้นเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีเนื้อหาสาระเฉพาะตัว ทฤษฎีดนตรีเป็นศาสตร์ที่รวบรวมเนื้อหาสาระทางดนตรีเอาไว้เพื่อให้ผู้เรียนได้ศึกษาหาความรู้ เรียนรู้เนื้อหาสาระในเรื่องต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในวิชาดนตรี เพื่อในเวลาที่นำมาใช้จริงในการแสดงดนตรี จะได้เข้าถึงบทเพลงที่บรรเลงว่าผู้แต่งต้องการที่จะสื่ออะไรออกมาในบทเพลง และสามารถถ่ายทอดออกมาให้ผู้ฟังรับรู้ไปด้วย และถ้าผู้เรียนได้รับความรู้ทางทฤษฎีดนตรีอย่างพอเพียงจะสามารถพัฒนาวิชาชีพเป็นไปตามเป้าหมาย (ธิติ ปัญญาอินทร์, 2550, น.6)

โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา เป็นโรงเรียนมัธยมขนาดใหญ่พิเศษ ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 1 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ โดยโรงเรียนได้ตระหนักถึงความสำคัญในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรายวิชาดนตรี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และหลักสูตรสถานศึกษาของโรงเรียน จึงได้จัดทำรายวิชาดนตรีสากล รหัสวิชา ศ 33104 ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ซึ่งเป็นรายวิชาหนึ่งที่บรรจุอยู่ในกลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ ผู้วิจัยซึ่งเป็นครูผู้สอนในรายวิชาดนตรีสากล รหัสวิชา ศ 33104 ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 และจากการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในภาคเรียนต่างๆที่ผ่านมา พบว่า นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในเรื่องของทฤษฎีดนตรีสากลที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนา จากการสังเกตและสอบถามนักเรียนเป็นรายบุคคลพบว่า นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวยังไม่ครบถ้วน เนื้อหาในหน่วยการเรียนมีรายละเอียดค่อนข้างมาก มีความยากและซับซ้อน ทำให้ยากต่อการทำความเข้าใจในการเรียนเพียงครั้งเดียว การเรียนการสอนในห้องเรียนขนาดใหญ่ที่มีผู้เรียนจำนวนมากเป็นอุปสรรค ที่จะให้ผู้เรียนทุกคนสามารถเรียนรู้ได้ทันกันทำให้เกิดปัญหาทั้งด้านครูผู้สอนและผู้เรียนและที่สำคัญคือ ขาดสื่อการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพส่งผลให้ผู้เรียนสนใจในการเรียนไม่ดีเท่าที่ควร และมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในเรื่องนี้ค่อนข้างต่ำ และอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักเรียนมีพื้นฐานความรู้ทางทฤษฎีดนตรีไม่เท่ากันเพราะโรงเรียนเตรียม

อุดมศึกษาเป็นโรงเรียนที่นักเรียนทั่วประเทศสอบแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ดังนั้น นักเรียนจึงมีพื้นฐานความรู้ทางทฤษฎีดนตรีที่หลากหลาย และมีความรู้ความเข้าใจที่แตกต่างกัน

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของวิชาดนตรีโดยเฉพาะในเรื่องของทฤษฎีดนตรีสากล ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญอย่างยิ่งในการเรียนการสอนวิชาดนตรีจึงมุ่งหวังที่จะเสริมสร้างการเรียนการสอนดนตรีให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นโดยการนำเสนอแนวทางการจัดกระบวนการเรียนการสอนรายวิชาดนตรีที่จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถคิด วิเคราะห์และทำกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองได้โดยใช้สื่อการสอนที่ตอบสนองการเรียนรู้ดนตรีได้ด้วยตนเอง คือ ชุดการสอน เพราะชุดการสอนเป็นสื่อประสมที่ได้จากระบบการผลิตและการนำสื่อการสอนที่สอดคล้องกับเนื้อหาวิชา (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2545, น.23) นอกจากนี้ชุดการสอนยังมีคุณค่าในด้านช่วยให้ผู้เรียนและผู้สอนมีความมั่นใจในการดำเนินการเรียนการสอน ทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ศึกษาด้วยตนเองและมีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างแท้จริงรวมทั้งชุดการสอนเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้แบบบูรณาการเป็นอย่างดี ทำให้กิจกรรมการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยคาดหวังว่าการสร้างและพัฒนาชุดการสอนวิชาดนตรี เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 นี้ จะสามารถนำมาใช้ในการเรียนการสอนดนตรีและเป็นการพัฒนาการสอนดนตรีให้มีความก้าวหน้าอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาประสิทธิภาพของชุดการสอนเรื่องทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ตามเกณฑ์ 80/80

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนด้วย ชุดการสอนเรื่องทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา และเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง

สมมติฐานการวิจัย

1. ชุดการสอน เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี สำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80

2. นักเรียนมีคะแนนการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรีสำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และกลุ่มทดลองมีคะแนนการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมากกว่ากลุ่มควบคุม

- กลุ่มทดลอง นักเรียนมีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนด้วย ชุดการสอน สูงกว่าก่อนเรียน

- หลังการเรียนด้วยชุดการสอน กลุ่มทดลอง มีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สูงกว่ากลุ่มควบคุม ที่เรียนด้วยการเรียนแบบปกติ

ขอบเขตของการวิจัย

- ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 ของโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา จำนวน 700 คน ซึ่งฝ่ายวิชาการได้มีการจัดห้องเรียนแบบคละความสามารถของนักเรียนไว้ทั้ง 17 ห้องเรียน

- กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 ของโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ซึ่งได้มาจากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบจับสลาก เนื่องจากนักเรียนในแต่ละห้องมีคุณสมบัติที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่แผนการเรียนวิทย์ – คณิต จำนวน 2 ห้อง ห้องเรียนละ 40 คน รวม 80 คน โดยหนึ่งห้องเรียนเป็นกลุ่มควบคุม และอีกหนึ่งห้องเรียนเป็นกลุ่มทดลอง โดยกลุ่มทดลองจะใช้ชุดการสอนเรื่องทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี ส่วนกลุ่มควบคุมจะใช้การสอนแบบปกติ

ตัวแปรที่ศึกษา

- ตัวแปรต้น คือ ชุดการสอน เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล
- ตัวแปรตาม คือ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ข้อตกลงเบื้องต้น

- หลักสูตรสถานศึกษาของโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาได้กำหนดให้วิชาดนตรีสากลมีจำนวนคาบเรียนทั้งหมด 20 คาบต่อภาคเรียน และมีการจัดการเรียนการสอนเพิ่มเนื้อหาเรื่องทฤษฎีดนตรีสากล ในการวิจัยครั้งนี้ 8 คาบ เพื่อให้เท่ากับชุดการสอนเรื่องทฤษฎีดนตรีสากล ที่สร้างขึ้นจำนวน 8 ชุด

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

ชุดการสอน เรื่องทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี ราชวิชาดนตรีสากล ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากเอกสาร หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตัวชี้วัดและหลักสูตรแกนกลาง กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ มาตรฐานที่ ศ 2.1 ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาเป็นสาระการเรียนรู้ ในชุดการสอนที่สร้างขึ้น โดยมีชุดการสอนทั้งหมด 8 ชุดการสอนโดยมีรายละเอียด ดังนี้

ชุดการสอนที่ 1 เรื่องบรรทัดห้าเส้น กุญแจประจำหลัก และเครื่องหมายแปลงเสียง
มาตรฐานที่ ศ 2.1 ม.4 – 6 ตัวชี้วัดที่ 1,2,4

ชุดการสอนที่ 2 เรื่องตัวโน้ต ตัวหยุดและวิธีเพิ่มค่าตัวโน้ต
มาตรฐานที่ ศ 2.1 ม.4 – 6 ตัวชี้วัดที่ 1,2,4

ชุดการสอนที่ 3 เรื่องเครื่องหมายกำหนดจังหวะอัตราธรรมดา
มาตรฐานที่ ศ 2.1 ม.4 – 6 ตัวชี้วัดที่ 4,8

ชุดการสอนที่ 4 เรื่องเครื่องหมายกำหนดจังหวะอัตราผสม
มาตรฐานที่ ศ 2.1 ม.4 – 6 ตัวชี้วัดที่ 4

ชุดการสอนที่ 5 เรื่องเททราคอร์ด
มาตรฐานที่ ศ 2.1 ม.4 – 6 ตัวชี้วัดที่ 4,8
ชุดการสอนที่ 6 เรื่องบันไดเสียงโครมาติค และบันไดเสียงไดอาโทนิคเมเจอร์
มาตรฐานที่ ศ 2.1 ม.4 – 6 ตัวชี้วัดที่ 4
ชุดการสอนที่ 7 เรื่องบันไดเสียงไดอาโทนิคไมเนอร์
มาตรฐานที่ ศ 2.1 ม.4 – 6 ตัวชี้วัดที่ 4
ชุดการสอนที่ 8 เรื่องขั้นคู่
มาตรฐานที่ ศ 2.1 ม.4 – 6 ตัวชี้วัดที่ 4,7

วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และหลักสูตรสถานศึกษาของโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ในกลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะและปัญหาของการเรียนการสอนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่ผ่านมา วิเคราะห์ผลการเรียนรู้รายวิชาดนตรี เนื้อหา กิจกรรม ภาระงาน และผู้เรียน ศึกษาเอกสาร หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวกับชุดการสอน ตัวชี้วัดและหลักสูตรแกนกลาง กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ มาตรฐานที่ ศ 2.1 และ ศ 2.2 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการสร้างชุดการสอน

2. ผู้วิจัยได้นำชุดการสอนที่สร้างขึ้นมาทดลองใช้กับนักเรียนที่มีคุณสมบัติเหมือนกลุ่มตัวอย่าง ครั้งแรก จำนวน 3 คน โดยใช้ชุดการสอน 1 ชุดและเก็บข้อมูลจากการสังเกตมาปรับปรุง หลังจากปรับปรุงแล้วจึงนำมาทดลองใช้ครั้งที่สอง จำนวน 10 คน โดยใช้ชุดการสอนเดียวกับครั้งที่ 1 และเก็บข้อมูลจากการสังเกตมาปรับปรุงเพิ่มเติม หลังจากปรับปรุงแล้วจึงนำมาทดลองใช้ครั้งที่สามกับนักเรียนจำนวน 30 คน โดยในครั้งนี้ได้ทดลองใช้ชุดการสอนทั้ง 8 ชุดและทำแบบทดสอบหลังเรียนด้วย หลังจากนั้นปรับปรุงพัฒนาชุดการสอนทั้งหมดเตรียมส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ 7 ท่าน ประเมินคุณภาพชุดการสอน

3. การนำไปใช้ (Implementation)ผู้วิจัยนำชุดการสอนที่ได้ปรับปรุงแก้ไขและมีประสิทธิภาพไปใช้ในกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 40 คน เรียนและทำกิจกรรมต่างๆ ที่กำหนดไว้ในบทเรียน เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

4. การประเมินผล (Evaluation) ผู้วิจัยทำการประเมินผลชุดการสอน รูปแบบ (Formative) ประกอบด้วย การประเมินคุณภาพของชุดการสอน โดยผู้เชี่ยวชาญและการประเมินประสิทธิภาพของชุดการสอนโดยการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อหาประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 โดยใช้สูตร E_1/E_2

5. สร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล ก่อนเรียนและหลังเรียน ตามตารางวิเคราะห์ข้อสอบ โดยผู้วิจัยศึกษาวิธีการสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแบบเลือกตอบ (Multiple Choice Test) แบบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อโดยให้สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ และนำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล ก่อนเรียนและหลังเรียนไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจำนวน 30 ข้อโดยใช้แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index Of Consistency : IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปทดลองใช้ โดยตรวจลักษณะการใช้คำถาม ตัวเลือก ความสอดคล้องกับจุดประสงค์ ผลการเรียนรู้ที่ต้องการวัดและความถูกต้องด้านการใช้ภาษา เพื่อปรับปรุงแก้ไข โดยที่ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านเห็นด้วยจึงจะใช้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการทดลองใช้ชุดการสอนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 ซึ่งก่อนการทดลองผู้วิจัยได้ปฐมนิเทศและทำการทดสอบก่อนเรียน (Pre – test) กับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี สำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ที่ผ่านการหาคุณภาพของเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว จำนวน 30 ข้อ จากนั้นนำมาตรวจให้คะแนนพร้อมทั้งบันทึกผลไว้เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ ในการดำเนินการสอน ผู้วิจัยดำเนินการสอนโดยใช้ชุดการสอน ที่ผ่านการหาคุณภาพของเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว ดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ จากนั้นบันทึกข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลไว้เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ หลังสิ้นสุดกิจกรรมการเรียนการสอน ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหลังเรียน (Post–test) โดยใช้แบบทดสอบชุดเดียวกับแบบทดสอบก่อนเรียน (Pre–test) กับกลุ่มตัวอย่าง เมื่อเสร็จสิ้นการทำการทดสอบหลังเรียน (Post–test) แล้วจึงนำมาตรวจให้คะแนนพร้อมทั้งบันทึกผล และนำผลคะแนนที่ได้จากการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ

สรุปผลการวิจัย

1.การพัฒนาชุดการสอน เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี รายวิชาดนตรีสากล ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพบว่ามีประสิทธิภาพ 83.30/88.00สรุปได้ว่าชุดการสอน เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์กำหนด 80/80

2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ระหว่างก่อนเรียนกับหลังเรียนของกลุ่มทดลอง และผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุมหลังการเรียน มีดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ระหว่างก่อนเรียนกับหลังเรียนของกลุ่มทดลองด้วยเทคนิค t – test แบบ dependent

	ก่อน		หลัง		t	df	p
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
ผลสัมฤทธิ์	15.10	1.39	26.10	1.01	30.05	39	.000

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มทดลองหลังจากได้รับการสอนด้วยชุดการสอนทฤษฎีดนตรีสากลมีคะแนนเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมากกว่าก่อนการเรียน ($\bar{x}$ = 26.10 > 15.10) อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ.05 (t=30.05) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุมหลังการเรียน

กลุ่ม	ผลสัมฤทธิ์		T	df	P
	$\bar{x}$	S.D.			
ทดลอง	26.10	1.01	19.402	61.095	.000
ควบคุม	19.75	1.81			

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มทดลองหลังจากได้รับการสอนด้วยชุดการสอนทฤษฎีดนตรีสากล มีคะแนนเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมากกว่ากลุ่มควบคุม (M = 26.10 > 19.75) อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ.05 (t=19.402) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผล

1.การพัฒนาชุดการสอน เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี รายวิชาดนตรีสากล ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา พบว่ามีประสิทธิภาพ 83.30/88.00 สรุปได้ว่าชุดการสอน เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์กำหนด 80/80 เป็นผลมาจากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบทุกขั้นตอน ได้รับการตรวจสอบ แก้ไขตามข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการประเมิน ผลการประเมิน พบว่า ชุดการสอน เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี รายวิชาดนตรีสากล ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด สามารถนำไปทดลองสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพในชั้นเรียน ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับวิธีการสร้างชุดการสอนและองค์ประกอบของชุดการสอนของไชยยศ เรืองสุวรรณ (2522:153) และ ชม ภูมิภาค (2524:102) , บุญชม ศรีสะอาด (2537 : 39),และคนอื่น ๆ

2.ผลการเรียนของนักเรียนเมื่อเปรียบเทียบระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่ามีความแตกต่างกัน แสดงว่าการใช้ชุดการสอน เรื่อง ทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี สำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา นั้นส่งผลต่อคะแนนความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีดนตรีสากล อาจเนื่องมาจากพัฒนาการของนักเรียนที่ได้เรียนด้วยชุดการสอน ร่วมกับการบูรณาการในชั้นเรียน กระตุ้นให้

นักเรียนมีความสนใจในการเรียน นักเรียนมีโอกาสได้ศึกษาด้วยตนเอง โดยสามารถอ่านบทเรียนซ้ำได้อีกหากไม่เข้าใจ ทำให้นักเรียนเกิดความรู้ความเข้าใจเนื้อหามากยิ่งขึ้น และมีการให้ข้อมูลป้อนกลับเพื่อสร้างการเสริมแรงโดยอาศัยแนวคิดจากดวงใจ พัฒนไชย (2541: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลการใช้ชุดการสอนวิชาดนตรี เรื่องโน้ตสากลเบื้องต้นต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่มีรูปแบบการเรียนแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1.ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ ควรศึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนการใช้ชุดการสอน เรื่องทฤษฎีดนตรีสากล สาระการเรียนรู้ดนตรี รายวิชาดนตรีสากล ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ให้เข้าใจและลองปฏิบัติตามให้ได้ก่อนนำไปใช้จริง เพื่อให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพสูงสุด ศึกษาเนื้อหา เรื่องทฤษฎีดนตรีสากล ให้เข้าใจก่อนนำไปใช้สอนจริง เพื่อจะได้ตอบคำถามหรืออธิบายเพิ่มเติมเมื่อผู้เรียนไม่เข้าใจได้ และเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ศึกษาชุดการสอนตามความสามารถและตามความต้องการของนักเรียนได้โดยไม่จำกัดเวลา

2.ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ควรพัฒนาวิธีเรียนด้วยชุดการสอนในรูปแบบต่างๆเพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในเนื้อหาเดียวกัน ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย

ชม ภูมิภาค. (2524**).** *เทคโนโลยีทางการและการสอน.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2545). *เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาเทคโนโลยีการศึกษาหน่วยที่ 1-5.* กรุงเทพฯ: สำนักเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2522). *หลักการและเทคโนโลยีทางการศึกษา.* (พิมพ์ครั้งที่ 2*)*. กรุงเทพฯ: เรือนแก้วการพิมพ์.

ดวงใจ พัฒนไชย. (2541). *ผลการใช้ชุดการสอนวิชาดนตรี เรื่อง โน้ตสากลเบื้องต้นต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่มีรูปแบบการเรียนที่แตกต่างกัน.* วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

บุญชม ศรีสะอาด. (2537). *การวิจัยเบื้องต้นและการพัฒนาการสอน.* กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน์.

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

The feasibility study of investing in used car business at Mueang District, Surat Thani Province.

ปาริชาติ สุวรรณนุรักษ์*
Parichad Suwannurak*
นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*
Master Degree student, Business Economics*
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*
Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*
อีเมล์ : ps.parichad@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ ประการแรก เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ โดยการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนประกอบธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประการที่สอง เพื่อศึกษาความอ่อนไหวของโครงการ ความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ต้นทุน และผลตอบแทนของโครงการ

ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดสถานที่ประกอบการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ขนาดของเต็นท์รถยนต์เป็นเต็นท์ขนาดกลาง มีรถยนต์ที่นิยมใช้ในท้องตลาดทั่วไป และราคาที่ไม่สูงจนเกินไป มีรถยนต์จำหน่ายหมุนเวียนภายในเต็นท์รถยนต์มือสอง 15-30 คัน

ข้อมูลด้านต้นทุน ผลตอบแทน และจำนวนรถยนต์ที่ขาย ได้มาจากแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองและฝ่ายขายประจำและไม่ประจำ จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน โดยคำนวณจากมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value : NPV) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost Ratio : B/C Ratio) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) และระยะเวลาคืนทุนที่ปรับค่าของเวลา (Discounted Payback Period : DPB) จากนั้นทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis) ผลการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการในกรณีใช้เงินสดในการลงทุน 100% คือ ณ อัตราคิดลดร้อยละ 7.245 พบว่าธุรกิจนี้มีความเป็นไปได้ และมีความเหมาะสมต่อการลงทุน ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value : NPV) มีค่ามากกว่า ศูนย์ คือ 4,357,892 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost Ratio : B/C Ratio) มีค่ามากกว่าหนึ่ง คือ 1.12 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) มีค่ามีค่ามากกว่าดอกเบี้ยเงินกู้ คือ 19.64 % และระยะเวลาคืนทุนที่ปรับค่าของเวลา (Discounted Payback

Period : DPB) คือ 4 ปี 8 เดือน อยู่ภายในอายุโครงการที่กำหนดไว้ 10 ปี

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ พบว่าธุรกิจสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ถึงแม้ว่าจะมีต้นทุนหรือผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ร้อยละ 5 และ ร้อยละ 10 เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value : NPV) มีค่ามากกว่า ศูนย์ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost Ratio : B/C Ratio) มีค่ามากกว่าหนึ่ง อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) มีค่ามีค่ามากกว่าดอกเบี้ยเงินกู้ และระยะเวลาคืนทุนที่ปรับค่าของเวลา (Discounted Payback Period : DPB) อยู่ภายในอายุโครงการที่กำหนดไว้ 10 ปี แต่ในกรณีรายรับลดร้อยละ 5 ต้นทุนเพิ่มร้อยละ 10 กรณีรายรับลดร้อยละ 10 ต้นทุนเพิ่มร้อยละ 5 กรณีรายรับลดร้อยละ 10 ต้นทุนเพิ่มร้อยละ 10 พบว่าไม่เหมาะสมต่อการลงทุน

ผลการศึกษาพบว่ากรณีใช้เงินสดในการลงทุน 100% เมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวถึงแม้ว่าจะยังมีในบางกรณีที่ไม่มีความเหมาะสมในการลงทุน แต่เมื่อดูโดยรวมทั้งผลการศึกษากรณีปกติและผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการแล้ว การศึกษาครั้งนี้ก็ยังพบว่ามีความเหมาะสมในการลงทุนในโครงการนี้อยู่

คำสำคัญ : รถยนต์มือสอง, การลงทุน

Abstract

The objectives of this study were 1) to conduct the feasibility study of the project through the cost-benefit analysis of the secondhand car business in Mueang District, Surat Thani Province, and 2) to study the project sensitivity and changes affecting the business operation, cost and benefit of the project. In this study, the setting was medium-sized secondhand business operators in Mueang District, Surat Thani Province. They sold around 15-30 commonly used secondhand cars in the market with not too expensive price.

This study collected data on costs, returns, and the number of secondhand cars sold by distributing copies of questionnaire to secondhand car business operators and regular and part-time salespeople. Data collected were then analyzed to determine the return on investment by calculating Net Present Value (NPV), Benefit-Cost Ratio (B / C Ratio), Internal Rate of Return (IRR) and Discounted Payback Period (DPB). After that, Sensitivity Analysis was conducted. The financial analysis of the project in case of using 100% cash for investment was also conducted with a discount rate of 7.245 %. The results indicated that this project was feasible and worth for investing. The results of analyzing data showed that Net Present Value (NPV) was 4,357,892 baht, which was greater than zero; Benefit-Cost Ratio (B / C Ratio) was 1.12, which was greater than one; Internal Rate of Return (IRR) was 19.64%, which was greater than the loan interest rate; and Discounted Payback Period (DPB) was 4 years and 8

months, which was within 10 years criteria.

The results of project sensitivity analysis indicated that this business can continue to operate, although a cost or a return on investment may be fluctuated to be increased or decreased by 5% and 10% because Net Present Value (NPV) was estimated to be greater than zero; Benefit-Cost Ratio (B / C ratio) was greater than one; Internal Rate of Return (IRR) was greater than the loan interest rate;
Discounted Payback Period (DPB) was within the specified 10 years. However, the project would not be worth for investing in case of 5% decrease of income and 10% increase of cost; 10% decrease on income and 5% increase of cost; 10% decrease of income and 10% increase of cost.

In sum, the findings showed that in case of using 100% cash investment, the results of Sensitivity analysis indicated that this project would not be worth for investing in some case. However, overall result could be concluded that by studying a normal case and sensitivity analysis, this project is still suitable for investment.

Keywords: Secondhand car, Investment

บทนำ

สภาพทั่วไปของตลาดรถยนต์มือสองสามารถแบ่งเป็น 3 ขนาด ได้แก่ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ โดยใช้หลักเกณฑ์พิจารณาในการแบ่งจากจำนวนรถยนต์ที่เสนอขายภายในเต็นท์ เต็นท์รถยนต์ขนาดเล็กปริมาณรถยนต์หมุนเวียนภายในประมาณ 1-15 คัน เต็นท์รถยนต์ขนาดกลางปริมาณรถยนต์หมุนเวียนภายในประมาณ 16-30 คัน และเต็นท์รถยนต์ขนาดใหญ่ปริมาณรถยนต์หมุนเวียนภายในประมาณ 30 คันขึ้นไป

<u>ข้อดี-ข้อเสียของขนาดเต็นท์รถยนต์มีดังนี้</u>

เต็นท์รถยนต์ขนาดเล็ก

ข้อดี – เงินทุนหมุนเวียนต่ำ ความเสี่ยงในการลงทุนมีน้อย มีความคล่องตัวในการตัดสินใจซื้อขาย
ข้อเสีย – ปริมาณรถยนต์น้อยไม่มีความหลากหลายในการเสนอขาย การหมุนเวียนของรถยนต์ต้องรวดเร็ว สะดวกซื้อและสะดวกขาย สภาพรถยนต์เป็นรถเก่า ความน่าเชื่อถือมีน้อย

เต็นท์รถยนต์ขนาดกลาง

ข้อดี – เงินทุนหมุนเวียนปานกลาง รถยนต์เสนอขายเป็นรถที่มีราคาและคุณภาพสามารถจูงใจลูกค้าได้ สามารถเจาะตลาดรถยนต์เฉพาะกลุ่มได้ มีพ่อค้ารถยนต์หมุนเวียนอย่างต่อเนื่องเพิ่มโอกาสในการขาย
ข้อเสีย – รถยนต์มีให้ลูกค้าเปรียบเทียบน้อย มีการต่อรองจากลูกค้ามาก เสียค่านายหน้าให้กับพ่อค้ารถ

เต็นท์รถยนต์ขนาดใหญ่

ข้อดี – มีความหลากหลายในการเสนอขายรถ ลูกค้ามีความมั่นใจคุณภาพสามารถจูงใจได้
ข้อเสีย - เงินทุนหมุนเวียนสูง ความเสี่ยงสูง ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนสูง รถยนต์ราคาสูง เนื่องจากขายรถยนต์สภาพใกล้เคียงของเดิม

ส่วนทิศทางของตลาดรถยนต์มือสองมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากต้นทุนในการดำเนินการไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับบรรดาดีลเลอร์จำหน่ายรถยนต์ใหม่รวมทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยนการบริหารงานได้ตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้ทันท่วงที แต่ทั้งนี้ก็ยังต้องขึ้นอยู่กับสินค้าคือ รถยนต์ที่ซื้อมาเพื่อจำหน่ายต่อ ต้องมีคุณภาพ ต้องไม่เน้นกำไรที่เกินจริงมากนัก ต้องเน้นการขายที่รวดเร็วและต้องขายให้ได้ในปริมาณที่มากพอภายใต้คุณภาพของสินค้ารถยนต์ที่มีมาตรฐานและต้องมีแหล่งเงินทุนรองรับที่คิดอัตราดอกเบี้ยไม่แพงจนเกินไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ร่วมธุรกิจรายอื่นๆที่มีแนวโน้มในการแข่งขันรุนแรงทุกๆด้าน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของโครงการโดยการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนประกอบธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาความอ่อนไหวของโครงการ ความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ต้นทุน และผลตอบแทนของโครงการ

ขอบเขตการศึกษา

<u>ขอบเขตด้านประชากร</u>

ได้แก่ ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของเต็นท์รถทั้งหมดในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างสอบถาม จำนวน 20 คน โดยแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจรถยนต์มือสอง จำนวน 10 แห่ง แห่งละ 1 คน รวมเป็น 10 คน
2. ฝ่ายขายทั้งประจำและไม่ประจำ จำนวน 10 แห่ง แห่งละ 1 คน รวมเป็น 10 คน

<u>ขอบเขตด้านเนื้อหา</u>

1. เนื้อหาที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจเต็นท์รถยนต์มือสอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามกรอบแนวคิด ทฤษฎีวิเคราะห์ด้านการตลาด และทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
2. ตัวแปร ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ ตัวแปรต้น ตัวแปรตาม แบ่งออกเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ

<u>ขอบเขตข้อมูลทางการเงิน</u>

การศึกษาเพื่อวิเคราะห์การตลาดและข้อมูลทางการเงินเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน ซึ่งประกอบไปด้วย ระยะเวลาคืนทุนที่ปรับค่าของเวลา (DPB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อทุน (B/C Ratio) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ โดยอาศัยข้อมูลทางการเงินของเต็นท์รถยนต์มือสองย้อนหลังจำนวน 5 ปี ตั้งแต่ปี 2557 – 2561

ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ เขตถนนเลี่ยงเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ข้อกำหนดการวิจัย

1. กำหนดอายุโครงการ 10 ปี
2. อัตราคิดลด ใช้อัตรา 7.245% โดยนำข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยย้อนหลัง 10 ปี
3. ใช้เงินสดในการลงทุนแรกเริ่ม 6,000,000 บาท
4. ค่าเช่าที่ดินรายปี ปีละ 160,000 บาท
5. ค่าก่อสร้างร้านและตกแต่งร้าน 300,000 บาท
6. ค่าใช้จ่ายของ เช่น บำรุงรักษารถ ซ่อมแซมรถยนต์ 25% ของรายได้
7. ค่าดำเนินการภายในขนส่ง 2,000 บาทต่อคัน
8. ค่าอุปกรณ์สำนักงาน 0.8% ของรายได้
9. ค่าจ้างบุคลากรประจำ (มีทักษะ) 12,000 บาทต่อคน
10. ค่าจ้างบุคลากรประจำ (ไร้ทักษะหรือต่างด้าว) 10,000 บาทต่อคน
11. ค่าคอมมิชชั่นรถยนต์ของบุคลากรประจำและไม่ประจำ 14% ของรายได้
12. โบนัสประจำปีสำหรับพนักงานอัตราคงที่ 1 เดือนต่อคน
13. ค่าโทรศัพท์ เดือนละ 1,000 บาท
14. ค่าไฟฟ้าและค่าน้ำ 10,000 บาทต่อเดือน
15. ภาษีประจำปี อัตราภาษีร้อยละ 20 ของรายได้

ทบทวนวรรณกรรม

1. มรุต สังข์รักษา และธีระวัฒน์ จันทึก (2559) นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ การวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจซื้อขายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงการลงทุนในธุรกิจซื้อขายการอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ (2) เพื่อศึกษาความอ่อนไหวโครงการลงทุนในธุรกิจซื้อขายการอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์เพื่อให้ทราบอัตราผลตอบแทนของโครงการลงทุนในธุรกิจซื้อขายการอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสัมภาษณ์ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบบสัมภาษณ์เชิงลึกศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจจาหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์จากเจ้าของกิจการ ผู้จัดการ พนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจานวน 15 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) ศึกษาต้นทุนทั้งหมดในการประกอบธุรกิจซื้อขายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ซึ่งได้จำแนกต้นทุนที่เกิดขึ้นเป็น 2 ประเภท คือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (2) ศึกษารายได้ของธุรกิจซื้อขายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์โดยข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้ประกอบการ รายได้ที่ได้รับโดยเฉลี่ยและรายได้อื่นๆ (3) การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ และการตัดสินใจในการลงทุนของโครงการสามารถแบ่งได้ 2 กรณี ต้นทุนผันแปรเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในขณะที่รายได้คงที่และ ต้นทุนแปรผันคงที่ ในขณะที่รายได้ลดลงร้อยละ 5

ในการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงการลงทุนในธุรกิจซื้อขายการอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ แนวคิดและทฤษฎีการตกแต่งรถยนต์ ส่วนมากการตกแต่งจะเริ่มการตกแต่งจากภายนอก ธุรกิจนี้ได้ก่อตั้งมาแล้วเป็นระยะเวลา 3-6 ปี โดยที่มาของเงินจะมาจากทรัพย์สินของตนเอง และมีส่วนที่มีการกู้ยืมรวมอยู่ด้วย โดยต้นทุนที่ใช้เริ่มโครงการจะเริ่มตั้งแต่ 2-5 ล้านบาท แบ่งเป็นค่าเช่าอาคารสำหรับเก็บสินค้า นัดรับสินค้าค้า หรือสำหรับการติดตั้งอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ ประมาณ 10% ค่าตกแต่งและออกแบบประมาณ 20% ค่าทำรูปแบบรายละเอียดของสินค้าประมาณ 3% ค่าอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับติดตั้งอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ที่ลูกค้าต้องการมาติดหน้าร้านเช่น เครื่องยกรถยนต์ ตู้รวมอุปกรณ์การขันน็อตทุกขนาด ประมาณ 20% ค่าเงินเดือนพนักงานประมาณ15% ค่าสินค้าที่เตรียมจำหน่ายประมาณ 30% ค่าสาธารณูปโภคประมาณ 2% ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 30 ปีขึ้นไปโครงการธุรกิจซื้อขายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ออนไลน์ซึ่งผลจากการศึกษาความเป็นไปได้พบว่ามี ระยะเวลาคืนทุนเฉลี่ย 2 ปีกำไรสุทธิปีแรกเท่ากับ 1,024,000 บาท กระแสเงินสด ณ วันสิ้นงวดเท่ากับ 1,547,776.45 อัตราผลตอบแทนจากต้นทุนเท่ากับ 41.06% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 7,006,117.80 บาท จากผลการวิจัยนี้การลงทุนในธุรกิจซื้อขายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ออนไลน์มีความน่าสนใจในการลงทุนมีความโดดเด่น มีผลตอบแทนที่สูงเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นและมีความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจมีระยะเวลาคืนทุนที่น่าพอใจการวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในกรณีที่รายได้ค่าเช่าคงที่ พบว่ามีมูลค่าปัจจุบัน สุทธิเป็นบวกจำนวน 7,006,117.80 บาท หมายถึงกระแสเงินสุทธิที่ได้รับจากโครงการมีค่ามากกว่าเงินลงทุน เริ่มแรกดังนั้นจึงยอมรับโครงการ กรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 ในขณะที่ต้นทุนคงที่ พบว่ามีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็น จำนวน 2,715,702.71 บาท หมายถึงกระแสเงินสดสุทธิที่ได้รับจากโครงการมีค่ามากกว่าเงินลงทุนเริ่มแรก ดังนั้น จึงยอมรับโครงการ

2. เสถียร ญานสาร (2554) หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสอง ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสอง ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และระดับการศึกษา (3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ การบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสอง ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยศึกษาธุรกิจมือสองในจังหวัดกาฬสินธุ์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ทั้งหมดจำนวน 88 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการ และพนักงานที่ทำงานในธุรกิจรถยนต์มือสอง แยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจรถยนต์มือสอง จา นวน 22 แห่ง ๆ ละ 1 คน รวมเป็น 22 คน (2) หัวหน้าฝ่าย 4 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายขาย ฝ่ายทะเบียนรถยนต์ และฝ่ายศูนย์บริการ จำนวน 22 แห่ง ๆ ละ 1 คน รวมเป็น 66 คน และระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่ม 1-30 พฤศจิกายน พ.ศ.2553 รวมระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 30 วัน ซึ่งในการศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า

1. ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการใน เขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ส่วน

ใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับด้านสูงสุดไปหาต่ำสุด ได้แก่ ด้านการงบประมาณ ด้านการจัดหาบุคคลเข้าทำงาน และด้านการรายงานผล

2. ผลการศึกษา พบว่าการบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์มีความสัมพันธ์กับอายุ และระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. สำหรับข้อเสนอแนะ เช่น ควรมีการควบคุมการปฏิบัติงานให้ได้ตามการวางแผนอย่างต่อเนื่อง ควรมีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบให้แก่บุคลากรในองค์กรอย่างชัดเจนและแน่นอนและควรนำหลักความรู้ความสามารถเป็นเกณฑ์พิจารณาคัดเลือกพนักงาน

3. วิภาวดี ผกามาส (2554) บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารความเสี่ยงของธุรกิจรับซื้อและจำหน่ายรถยนต์มือสอง ในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาระดับความเสี่ยงด้านการเงินที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจรับซื้อและจำหน่ายรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ (2) เพื่อศึกษาแนวโน้มและหาทางแก้ไขความเสี่ยงให้ผู้ประกอบการ รวบรวมการวิจัยด้วยเครื่องมือแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลพรรณนาเพื่อหาสถิติในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความถี่ ใช้มาตรวัดความสำคัญ ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้จัดการหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของธุรกิจรับซื้อและจำหน่ายรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 65 แห่ง แห่งละ 1 คน รวม 65 คน

ผลการศึกษาพบว่าความเสี่ยงทางการเงินโดยรวมอยู่ในระดับมาก และความเสี่ยงย่อยที่พบในระดับมากได้แก่ ขาดเงินทุนหมุนเวียน ระบบบัญชีไม่ดี ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่มีแหล่งเงินกู้ระยะสั้น ปริมาณหนี้สูงมากเกินไป อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป และส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจและเห็นด้วยในการบริหารความเสี่ยงโดยเห็นว่าควรมีการประเมินความเสี่ยงคือประเมินทั้งโอกาสและผลกระทบทั้งทางบวกทางลบที่เกิดจากความเสี่ยง คิดเป็นร้อยละ 69.23 รองลงมาเห็นด้วยว่าการบริหารความเสี่ยงของ COSO มีกระบวนการบริหารความเสี่ยง 6 ขั้นตอน คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ เหตุการณ์บ่งชี้ การประเมินความเสี่ยง การตอบสนองความเสี่ยง กิจกรรมควบคุมและการตรวจสอบและการดูแล คิดเป็นร้อยละ 64.62 และเห็นด้วยว่าท่ามกลางสภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจรับซื้อและจำหน่ายที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา องค์กรควรมีการบริหารความเสี่ยงเป็นร้อยละ 63.08 กิจการไม่เห็นด้วยว่าการที่องค์กรไม่สามารถสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งเป็นความเสี่ยงที่เป็นโอกาสคิดเป็นร้อยละ 66.15 และไม่เห็นด้วยว่าการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายองค์กรนั้นถือว่าเป็นความเสี่ยง คิดเป็นร้อยละ 61.54

4. กัลยา ขันภาแก้ว (2546) บัณฑิตวิทยาลัยหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนของผู้ประกอบธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของโครงการโดยการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนประกอบธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (2) เพื่อวิเคราะห์ความไหวตัวของโครงการ โดยพิจารณาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงผลทางต้นทุนหรือผลตอบแทน ที่อาจจะเกิดขึ้นกับโครงการได้ (3) เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่

สนใจจะประกอบธุรกิจค้ารถยนต์มือสอง ได้ทำการศึกษาเต็นท์รถยนต์ขนาดกลาง มีรถยนต์หมุนเวียนภายในเต็นท์ 20 คัน ประเภทของรถยนต์ที่ทำการศึกษาเป็นรถยนต์ที่มีอายุการใช้งานมาแล้วไม่เกิน 8 ปี และเป็นยี่ห้อที่ได้รับความนิยมในตลาดราคารถยนต์มือสอง เริ่มต้นตั้งแต่ 200,000-300,000 บาทต่อคัน ภายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีระยะเวลาของโครงการ 10 ปี และข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางด้านต้นทุนประกอบด้วยต้นทุนของเงินลงทุนและต้นทุนการดำเนินงานส่วนของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางด้านผลตอบแทนจะเป็นรายได้สุทธิขั้นต่ำจากการขายจำหน่ายรถยนต์มือสอง

โดยผลการศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการประกอบกิจการรถยนต์มือสองพบว่า ผลวิเคราะห์ทางการเงินในกิจการโดยคำนวนจากระยะเวลา 10 ปีของโครงการและราคารถยนต์มือสองเริ่มต้นตั้งแต่ 200,000-300,000 บาท ซึ่งพบว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 1,482,236 บาท อัตราผลตอบแทน ภายในโครงการ (IRR) ร้อยละ 45.22 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) เท่ากับ 1.18 และระยะเวลาคืน ทุน (Payback Period) เท่ากับ 1 ปี 6 เดือน และ ณ อัตราคิดลดร้อยละ 7.25 % ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าธุรกิจนี้มีความเหมาะสมต่อการลงทุน

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวตัวของธุรกิจ พบว่าธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้แม้ว่าต้นทุนของโครงการ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15 หรือผลตอบแทนภายในโครงการลดลงถึงร้อยละ 15 และมีอัตราคิดลดจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12 เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่ามากกว่าศูนย์ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่า มากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) มีค่ามากกว่า 1 โดยผลการศึกษานี้อยู่ภายใต้เงื่อนไขการพยากรณ์ส่วนแบ่งตลาด

5. สุภมาส ธนันชัย (2543) บัณฑิตวิทยาลัย หลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุน+ผลตอบแทนของธุรกิจสถานตรวจสภาพรถในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อให้ทราบถึงต้นทุนของการดำเนินธุรกิจสถานตรวจสภาพรถ (2) เพื่อให้ทราบผลตตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจสถานตรวจสภาพรถเอกชน (3) เพื่อให้ทราบถึงอัตราผลตอบแทนจากการประกอบธุรกิจตรวจสถาพรถเอกชน (4) เพื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวตัวของโครงการธุรกิจสถานตรวจสภาพรถเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ และได้กำหนดให้สถานตรวจสภาพรถเป็นสถานประกอบการที่มีอุปกรณ์เครื่องมือในการตรวจสถาพรถครบถ้วนตามที่ราชการกำหนด การวิเคราะห์ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจได้มาจากการสอบถามข้อมูลการลงทุนจากผู้ประกอบการสถานตรวจสภาพรถในจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับข้อมูลด้านผลตอบแทนของธุรกิจได้มาจากการนำจำนวนรถที่ชำระภาษีต่อสำนักงานขนส่ง จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2536-2542 มาพยากรณ์จำนวนที่เข้ารับบริการตรวจสภาพกับโครงการโดยวิธีเชิงถดถอยเชิงเส้นตรงอย่างง่าย ทำการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนโดยการคำนวณจากค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในของธุรกิจ (IRR) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C) และระยะเวลาคืนทุน (PB) พบว่า ณ อัตราคิดลด 8.75% พบว่าธุรกิจนี้มีความเหมาะสมต่อการลงทุนเนื่องจากมูลค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่า 1,030,955 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 62% อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C) เท่ากับ 1.24 และระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 10 เดือน

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของธุรกิจพบว่า การดำเนินธุรกิจจะสามารถดำเนินต่อไปได้แม้ว่าต้นทุนในการประกอบธุรกิจจะเพิ่มขึ้นถึง 15% หรือผลตอบแทนของโครงการจะลดลง 15% หรืออัตราคิดลดจะเพิ่มขึ้น 19% เนื่องจากการวิเคราะห์ความไหวตัวพบว่า ค่า NPV มีค่ามากกว่าศูนย์ IRR มีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และค่า B/C มากกว่า 1 จากผลการวิเคราะห์พบว่าค่า IRR ของธุรกิจมีค่าสูงมากเมื่อเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากธุรกิจสถานตรวจสภาพรถในจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นธุรกิจใหม่ เพิ่งจะเริ่มดำเนินการเมื่อต้นปี พ.ศ.2543 ซึ่งเมื่อพิจารณาจำนวนผู้ประกอบการจะพบว่ามีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณรถ จึงทำให้ผลการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของธุรกิจนี้มีค่าสูงและระยะเวลาคืนทุนสั้น แต่หากมีการเพิ่มขึ้นของจำนวน ผู้ประกอบการแล้วจะทำให้อัตราผลตอบแทนของธุรกิจนี้มีการเปลี่ยนแปลงในอัตราที่ลดลง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลด้านต้นทุนและผลตอบแทนที่ได้มาจากผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของเต็นท์รถทั้งหมดในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างสอบถาม จำนวน 20 คน แห่งโดยแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1 ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจรถยนต์มือสอง จำนวน 10 แห่ง แห่งละ 1 คน รวมเป็น 10 คน

1.2 ฝ่ายขายทั้งประจำและไม่ประจำ จำนวน 10 แห่ง แห่งละ 1 คน รวมเป็น 10 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจาก หนังสือวารสาร บทความ สิ่งพิมพ์และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ต่อโครงการ เช่น ประโยคและคำแปลกในการซื้อขายรถยนต์ การเลือกซื้อรถยนต์มือสอง

3. การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Analysis)

การวิเคราะห์งบการเงินจากการประเมินต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการในแต่ละปี โดยมีเครื่องมือทางการเงินดังต่อไปนี้

(1) มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value : NPV)

(2) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost Ratio : B/C Ratio)

(3) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

(4) ระยะเวลาคืนทุนที่ปรับค่าของเวลา (Discounted Payback Period : DPB)

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ ประการแรก เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของโครงการโดยการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนประกอบธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุ-ราษฎร์ธานี ประการที่สอง เพื่อศึกษาความอ่อนไหวของโครงการ ความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ต้นทุน และผลตอบแทนของโครงการ

ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดสถานที่ประกอบการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ขนาดของ

เต็นท์รถยนต์เป็นเต็นท์ขนาดกลาง มีรถยนต์ที่นิยมใช้ในท้องตลาดทั่วไป และราคาที่ไม่สูงจนเกินไป อยู่ระหว่าง 200,000-300,000 บาท มีรถยนต์จำหน่ายหมุนเวียนภายในเต็นท์รถยนต์มือสอง 15-30 คัน

ข้อมูลด้านต้นทุน ผลตอบแทน และจำนวนรถยนต์ที่ขาย ได้มาจากแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองและฝ่ายขายประจำและไม่ประจำ จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน โดยคำนวณจากมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value : NPV) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost Ratio : B/C Ratio) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) และระยะเวลาคืนทุนที่ปรับค่าของเวลา (Discounted Payback Period : DPB) จากนั้นทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis) ผลการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการในกรณีใช้เงินสดในการลงทุน 100% โดยมีเงินลงทุนจำนวน 6,000,000 บาท คือ ณ อัตราคิดลดร้อยละ 7.245 พบว่าธุรกิจนี้มีความเป็นไปได้ และมีความเหมาะสมต่อการลงทุน ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value : NPV) มีค่ามากกว่า ศูนย์ คือ 4,357,892 บาท อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost Ratio : B/C Ratio) มีค่ามากกว่าหนึ่ง คือ 1.12 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) มีค่ามีค่ามากกว่าดอกเบี้ยเงินกู้ คือ 19.64 % และระยะเวลาคืนทุนที่ปรับค่าของเวลา (Discounted Payback Period : DPB) คือ 4 ปี 8 เดือน อยู่ภายในอายุโครงการที่กำหนดไว้ 10 ปี

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ พบว่าธุรกิจก็สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ถึงแม้ว่าจะมีต้นทุนหรือผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ร้อยละ 5 และ ร้อยละ 10 เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value : NPV) มีค่ามากกว่า ศูนย์ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit – Cost Ratio : B/C Ratio) มีค่ามากกว่าหนึ่ง อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) มีค่ามีค่ามากกว่าดอกเบี้ยเงินกู้ และระยะเวลาคืนทุนที่ปรับค่าของเวลา (Discounted Payback Period : DPB) อยู่ภายในอายุโครงการที่กำหนดไว้ 10 ปี

แต่เมื่อมีการวิเคราะห์ความอ่อนไหวในกรณีใช้เงินสดในการลงทุน 100% พบว่า กรณีรายรับลดร้อยละ 5 ใช้ระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 8 เดือน กรณีรายรับลดร้อยละ 10 ใช้ระยะเวลาคืนทุน 6 ปี 4 เดือนกรณีต้นทุนเพิ่มร้อยละ 5 ใช้ระยะเวลาคืนทุน 8 ปี 5 เดือน กรณีต้นทุนเพิ่มร้อยละ 10 ใช้ระยะเวลาคืนทุน 7 ปี 3 เดือน กรณีรายรับลดร้อยละ 5 ต้นทุนเพิ่มร้อยละ 5 ใช้ระยะเวลาคืนทุน 8 ปี พบว่าจากกรณีนี้ที่ศึกษายังอยู่ภายในอายุโครงการที่กำหนดไว้ 10 ปี ซึ่งยังเหมาะสมต่อการลงทุน แต่ในกรณีรายรับลดร้อยละ 5 ต้นทุนเพิ่มร้อยละ 10 ใช้ระยะเวลาคืนทุน 10 ปี 2 เดือน กรณีรายรับลดร้อยละ 10 ต้นทุนเพิ่มร้อยละ 5 ใช้ระยะเวลาคืนทุน 11 ปี 2 เดือน กรณีรายรับลดร้อยละ 10 ต้นทุนเพิ่มร้อยละ 10 ใช้ระยะเวลาคืนทุน 15 ปี 1 เดือน พบว่าจากกรณีที่ศึกษาไม่อยู่ภายในอายุโครงการที่กำหนดไว้ 10 ปี ซึ่งไม่เหมาะสมต่อการลงทุน

ผลการศึกษาพบว่ากรณีใช้เงินสดในการลงทุน 100% เมื่อวิเคราะห์ความอ่อนไหวถึงแม้ว่าจะยังมีในบางกรณีที่ไม่มีความเหมาะสมในการลงทุน แต่เมื่อดูโดยรวมทั้งผลการศึกษากรณีปกติและผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการแล้ว การศึกษาครั้งนี้ก็ยังพบว่ามีความเหมาะสมในการลงทุนในโครงการนี้อยู่

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจรถยนต์มือสอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผลได้ดังนี้

การศึกษาเปรียบเทียบวิธีการวิเคราะห์ต้นทุนทางการเงินตลอดไปจนถึงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวตัวของธุรกิจในกิจการโดยคำนวนจากระยะเวลา 10 ปี พบว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) โดยคำนวนจากระยะเวลา 10 ปี มีความเหมาะสมในการลงทุนในโครงการ และการวิเคราะห์ความอ่อนไหวตัวของธุรกิจก็ยังคงมีความเหมาะสมในการลงทุนในโครงการเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของ กัลยา ขันภาแก้ว (2546) บัณฑิตวิทยาลัยหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในหัวข้อ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนของผู้ประกอบธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนของผู้ประกอบธุรกิจรถยนต์มือสอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าในกรณีใช้เงินสดในการลงทุน 100% โดยมีเงินลงทุนจำนวน 6,000,000 บาท ในการลงทุน ยังคงมีความเสี่ยงในกรณีที่ธุรกิจมีความอ่อนไหว ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงต้นทุน ค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนเป็นสำคัญ ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ทางด้านรถยนต์มือสองให้มากขึ้น ศึกษาการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เนื่องจากรถยนต์มือสองนั้นมีหลากหลายรุ่น หลากหลายยี่ห้อ ในแต่ละรุ่นนั้นก็จะมีความแตกต่างกันมากมาย จนในบางครั้งผู้ประกอบการอาจจะมีการซื้อขายผิดพลาดเกิดขึ้นได้ อาจจะมีการเสียรายได้และผลประโยชน์ในการผิดพลาดที่ค่อนข้างเยอะ และในส่วนของสถานที่ตั้งของผู้ประกอบการก็มีส่วนสำคัญไม่น้อยกว่าปัจจัยอื่นที่จำเป็นในการดำเนินกิจการประกอบเต็นท์รถยนต์มือสอง เนื่องจากแหล่งรถยนต์มือสองนั้นจะต้องหาแหล่งรถยนต์ เพื่อต้องการเลือกรถยนต์ให้มากที่สุดเพื่อให้ได้รถยนต์ที่สภาพดี ราคาเหมาะสม ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องสร้างความเชื่อถือกับลูกค้าและมีจรรยาบรรณต่อลูกค้า เรื่องจากลูกค้าอาจจะมีการบอกต่อ แนะนำให้อีกบุคคลหนึ่งเข้ามาซื้อ หรืออาจจะเป็นตัวผู้ซื้อเองนั้นกลับมาซื้อซ้ำ และการที่ผู้ประกอบการจะสามารถดำเนินกิจการหรือแข่งขันได้ในธุรกิจรถยนต์มือสองนั้นจะต้องมีเงินทุนในการประกอบกิจการทั้งในส่วนของเงินทุนส่วนตัวและเงินทุนที่กู้ยืมจากสถาบันการเงิน โดยผู้ประกอบการต้องมีต้นทุนเงินลงทุนที่ต่ำ เพื่อความสามารถในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

จากการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนของผู้ประกอบกิจการในเขตออำเภอเมือง จังหวัดสุ

ราษฎร์ธานี ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะนี้ต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ กำหนดแผนในการดำเนินงานที่ชัดเจน เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้

1. ควรทำการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสอง เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ควรการศึกษาความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของผู้บริโภค ในทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. ควรทำการศึกษาในต่างจังหวัดใกล้เคียงนอกเหนือจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในต่างจังหวัด และทราบถึงความต้องการของแต่ละพื้นที่ว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อรถยนต์มือสองแตกต่างกันหรือไม่
4. ส่งเสริมการตลาด (promotion) ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร การแจกใบปลิว และการจัดแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ เป็นส่วนที่ได้ระดับความสำคัญน้อย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อจะได้เพิ่มยอดขายให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยา ขันภาแก้ว (2546) การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนของผู้ประกอบธุรกิจรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการประกอบกิจการรถยนต์มือสอง .บัณฑิตวิทยาลัยหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มรุต สังข์รักษา และนายธีระวัฒน์ จันทึก (2559) การวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจซื้อขายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร.นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ระบบสืบค้นผลงานทางวิชาการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (SWOT Analysis).(2019).การวิเคราะห์ SWOT.สืบค้นวันที่ 6 กรกฎาคม 2562. เข้าถึงจาก:
https://www.stou.ac.th/Offices/rdec/headquater/upload/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B9%8C%20SWOT.pdf

วิภาวดี ผกามาส (2554) การบริหารความเสี่ยงของธุรกิจรับซื้อและจำหน่ายรถยนต์มือสอง ในเขตจังหวัดเพชนบูรณ์.บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

สุภมาส ธนันชัย (2543) การวิเคราะห์ต้นทุน+ผลตอบแทนของธุรกิจสถานตรวจสภาพรถ ในจังหวัดเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย หลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตร์ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เสถียร ญานสาร (2554) การบริหารจัดการธุรกิจรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อการศึกษาการบริหารจดัการธุรกิจรถยนต์มือสองของผู้ประกอบการในเขตจังหวัด กาฬสินธุ์.หลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

Inc karmins.(2019).ปัจจัยกดดันทั้ง 5 (Five Force Model).สืบค้นวันที่ 6 กรกฎาคม 2562. เข้าถึงจาก: https://inc.karmins.com/%E0%B8%9B%E0%B8%B1%E0%B8%88%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%94%E0%B8%94%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B9%89%E0%B8%87-5-five-force-model/

Thesisavenue blogspot.(2019).ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix '7Ps). สืบค้นวันที่ 6 กรกฎาคม 2562. เข้าถึงจาก: http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html

การยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และคุณภาพเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

Technology Acceptance Model, Brand Image, and Website Quality Affecting to Decision of People in Bangkok to Buy VGA from Banana IT Website

โอภาส คำวิชัย[1*]
Opas Kumwichai[1*]
สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Master of Business Administration, Graduate School, Bangkok University
อีเมล์ : opas.kumw@bumail.net
ดร.ชุติมาวดี ทองจีน[2**]
Chutimavadee Thongjeen, Ph.D.[2**]
อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Lecturer, Management Department, School of Business Administration, Bangkok University
อีเมล์ : chutimavadee.t@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และคุณภาพเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผู้บริโภคที่เลือกใช้เป็นประชากรในบริเวณห้างสรรพสินค้า ในกรุงเทพมหานครมีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และค่าเฉลี่ย สถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้การวิเคราะห์คือสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และคุณภาพเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, ภาพลักษณ์ตราสินค้า, คุณภาพเว็บไซต์, การตัดสินใจซื้อการ์ดจอ

Abstract

This research was conducted with the aim of technology acceptance model, brand image, and website quality affecting to decision of people in Bangkok to buy VGA from Banana

IT website. Questionnaire was used to collect data from sample group of population who go to different Shopping Mall in Bangkok. There are a lot and the exact number is unknown. The researcher selected 400 samples via Purposive Sampling method. The descriptive statistics used in the analysis were percentage, frequency, and mean. The statistical hypotheses test used multiple regression analysis. The results of this study revealed that brand image, and website quality affecting to decision of People in Bangkok to buy VGA from Banana IT website at the statistical significant level of 0.05.

Keywords: Technology Acceptance Model, Brand Image, Website Quality, Buying Decision

บทนำ

ปัจจุบันสังคมทุกวันนี้กระแสดิจิทัลมีเทคโนโลยีที่เรียกว่า Web 4.0 ซึ่งสิ่งนี้ได้มีการพัฒนาให้เป็นไปตามยุคสมัยที่เกิดขึ้นมากมายโดยที่พัฒนามาเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้ที่ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน (A Symbiotic Web) โดยที่ Artificial Intelligent (AI) มีความเป็นลักษณะจิตของมนุษย์ (Human Mind) ฉลาดมากยิ่งขึ้นทำงานเหมือนคนมากขึ้นโดยสามารถสังเกตพฤติกรรมต่างๆ โดยจะเป็นพฤติกรรมกายภาพ และทางการท่องโลกออนไลน์จากการสังเกตความสนใจของเรา ที่เราให้ความสนใจอยู่ ดังนั้นคอมพิวเตอร์มีความคิดเป็นของตัวเองมากขึ้น ใส่ใจในสิ่งที่เราไม่คาดคิดมาก่อนว่ามันจะฉลาดขึ้นอย่างมาก ที่มา: เทคโนโลยีเว็บ,
https://sites.google.com/a/bumail.net/technoloyi websit/web-3-0- web-4

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นทำให้ Internet และ E- commerce เข้ามามีบทบาทมากขึ้นและเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อต่างๆ ที่มีอยู่บนเว็บไซต์ และโซเชียลมีเดียเนื่องจากการใช้สื่อในปัจจุบันผู้คนจะได้รับข่าวสารที่ไวมากขึ้นเนื่องจากการเชื่อมต่อไร้สายมีความเสถียรมากกว่าเดิม ทำให้การแชร์ข้อมูลข่าวสารเป็นไปได้เร็วมากผ่านทางเครื่องมืออุปกรณ์ที่ไม่มีการใช้สาย และมีการใช้สาย ส่งผลให้เกิดความสะดวกสบาย เร็วขึ้นในการติดต่อสื่อสารของยุคดิจิทัลในปัจจุบัน ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอีกเช่นกัน จึงทำให้อินเทอร์เน็ต และธุรกิจเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นเข้ามาเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ทั้งในการดำเนินชีวิตทั้งในด้านการสื่อสารของเราไปจนถึงในด้านของธุรกิจก็ตาม จึงทำให้มีผลประกอบต่อการตอบสนองของการตัดสินใจซื้อสินค้า และบริการของผู้บริโภค (ที่มา: ปณชัย อารีเพิ่มพร (2561). เทรนด์ E-Commerce สืบค้นจาก https://thestandard.co/e-commerce-trends-2018/)

ปัจจุบันพบได้ว่าธุรกิจเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) มีการเติบโตและมีการแข่งขันสูงจึงทำให้มีผู้ที่ทำธุรกิจประเภทนี้มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น โดยการเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลนี้ ทำให้ผู้ประกอบการมีเปอร์เซ็นต์ที่บรรลุเป้าหมายมากขึ้นและ Banana IT ก็เป็นอีกผู้ประกอบการหนึ่งที่เลือกใช้ระบบ E-commerce และพบว่าช่องทางการจำหน่ายสินค้าของ Banana IT สามารถทำยอดขายได้เพิ่มขึ้น

เป็นจำนวนมากนอกจากนี้ Banana IT พบว่าข้อดีของการขายออนไลน์คือมีสินค้าออนไลน์มีตัวเลือกเยอะกว่าที่วางหน้าร้าน เพราะในร้านสาขาแห่งหนึ่งมีพื้นที่วางของได้อย่างมาก 3,000 SKU แต่ถ้าสั่งออนไลน์ สินค้าอยู่ที่สำนักงานใหญ่มีถึง 6,000 SKU ส่งผลให้สินค้าหลายตัวที่ไม่สามารถขายผ่านหน้าร้าน กลับขายได้ผ่านออนไลน์ (สุภาวรรณ ชัยทวีวุฒิกุล, 2555)

อย่างไรก็ตามการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบ E-Commerce หรือออนไลน์นั้นไม่ใช่มีเพียง Banana IT รายเดียวจึงสามารถทำให้ผู้ซื้อได้มีโอกาสที่จะเลือกซื้อสินค้าจากผู้ขายรายอื่นได้อีกเป็นจำนวนมาก Banana IT จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างกลยุทธ์ และวิธีการทางการตลาดเพื่อนำมาพัฒนาการตลาดของตนเองให้ผู้ซื้อเกิดความคิดที่จะต้องซื้อผลิตภัณฑ์ (การ์ดจอ) ของ Banana IT อย่างต่อเนื่อง

ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยดังกล่าวมีมากมายจากการศึกษาพบว่าปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (การ์ดจอ) สามารถซื้อผ่านทางออนไลน์หรือบนเว็บไซต์ คนส่วนใหญ่มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยมีเวลาไปซื้อสินค้าด้วยเองที่หน้าร้าน ดังนั้น การเลือกที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์สามารถทำให้ผู้บริโภคลดค่าใช้จ่าย และลดเวลาในการเดินทาง อีกทั้งยังทำให้ทราบอีกว่าสินค้าที่ต้องการยังคงมีอยู่ในคลังสินค้า และทราบด้วยอีกว่ารายละเอียดของการ์ดจอที่ท่านต้องการไปใช้ดูหนังฟังเพลงทำงานหรือต่างๆ ดังนั้นการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ทำให้มีคนสั่งซื้อสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่ปัจจัยประสบการณ์ในการซื้อสินค้าออนไลน์บุคคลที่ได้ทำการสั่งซื้อสินค้าแล้ว ได้มีการกลับมาซื้ออีกผ่านทางเว็บไซต์โดยสิ่งที่สำคัญที่ทำให้กลับมาซื้ออีกก็คือหน้าตาของเว็บไซต์ ผู้จัดการออนไลน์ (2559)

ผู้วิจัยเห็นว่าหากมีปัจจัยดังกล่าวทั้งสามปัจจัยมาศึกษากับธุรกิจของ Banana IT หรือธุรกิจที่ขายสินค้าประเภทการ์ดจอผ่านทางออนไลน์จะส่งผลอย่างไร โดยผู้วิจัยมองว่าปัจจัยทั้งสามประการ ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยี, ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า, และคุณภาพของเว็บไซต์จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอผ่านทางออนไลน์หรือไม่

ดังนั้นผู้ทำวิจัยได้ให้ความใส่ใจ และความสำคัญอย่างมากที่จะศึกษา การยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และคุณภาพเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร หรือไม่ เพื่อส่งผลดีในรูปแบบความเป็นประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยเจาะไปที่กลุ่มออนไลน์และบนเว็บไซต์ ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาคุณภาพร้านค้าในเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อหรือบริโภคในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อวิเคราะห์คุณภาพเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครกรุงเทพมหานคร

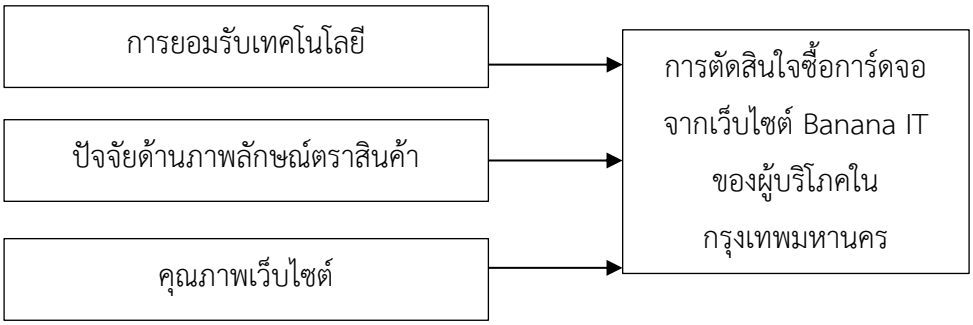
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครคาดว่าจะได้ประโยชน์จากการศึกษาและการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงการยอมรับเทคโนโลยี ภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณภาพเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ที่ผู้วิจัยได้มีการทำด้วยความตั้งใจ

2. เพื่อส่งต่อให้เป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการได้นำไปใช้ในการปรับปรุงหรือพัฒนาเว็บไซต์ Banana IT ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความโดดเด่นของสินค้าให้ดูมีความต่างออกไปทำเครื่องมือทางการตลาดในจำพวกของสื่อออนไลน์ต่างๆ และสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขัน

3. เพื่อให้นักศึกษา นักวิชาการ หรือผู้ที่สนใจที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณภาพเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT สามารถนำผลงานวิจัยไปใช้เป็นแนวทางกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพเว็บไซต์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร ประชากรที่นำมาใช้เพื่อการศึกษาครั้งนี้จะเป็นกลุ่มคนที่เคยซื้อการ์ดจอผ่านเว็บไซต์ออนไลน์หรือประชากรที่ไปร่วมงานไอทีในที่ต่าง ๆ ที่มีการจัดงานขึ้นที่มีอายุตั้งแต่ 23 ปี ขึ้นไป เพราะเป็นวัยที่สามารถทำงานและมีกำลังในการซื้อสินค้าประเภทการ์ดจอนี้ ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากร โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยเลือกบริเวณห้างสรรพสินค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ IT ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถแบ่งเป็น สถานที่ต่างๆ ทั้งหมด 4 แห่งดังนี้

สถานที่ 1 เซียร์รังสิต

สถานที่ 2 พันทิพย์ พลาซ่า ประตูน้ำ

สถานที่ 3 พันทิพย์ พลาซ่า งามวงศ์วาน

สถานที่ 4 พันทิพย์ พลาซ่า บางกะปิ

และใช้จำนวน 400 คน จากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549, หน้า 28)

ตัวแปร ตัวแปรอิสระ คือ การยอมรับเทคโนโลยี, ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า, คุณภาพเว็บไซต์ และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 5 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณภาพเว็บไซต์

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับการการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Pre-test) จำนวน 40 ชุด ได้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ค อัลฟ่า (Cranach's Alpha Coefficient) รวม .965 และตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากความครบถ้วนและสอดคล้องกับเนื้อหาจากอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำมาปรับปรุง และแจกจริงจำนวน 400 ชุด

สถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) คือการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ย (Mean) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) คือ การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

สรุปผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 23 – 30 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-25,000 บาทจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 ความถี่ในการซื้อสินค้าปีละ 1 ครั้ง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 ช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสาร มีการรับข่าวสารผ่านทาง สื่อ Social media จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 89.3 จำนวนเงินในการซื้อสินค้าส่วนใหญ่เลือกซื้อการ์ดจอในราคา 3,001-6,000 บาท จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยผลรวม 3.39 หรืออยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยผลรวม 3.45 หรืออยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพเว็บไซต์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยผลรวม 3.52 หรืออยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยผลรวม 3.61 หรืออยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และคุณภาพเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT

ตัวแปรอิสระ	**B**	**Std. Error**	**Beta**	**t**	**Sig**
การยอมรับเทคโนโลยี	.023	.048	.024	0.485	.628
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า	.253	.064	.224	3.933	.000
คุณภาพเว็บไซต์	.519	.052	.480	9.956	.000

R^2 = 0.426, F = 99.545, N = 400, $p < 0.05$

ผลการศึกษาตามตารางที่ 1 พบว่าการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เป็นผลมาจากการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และคุณภาพเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 42.6 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์เป็นรายประเภทแสดงให้

เห็นว่าคุณภาพเว็บไซต์มากที่สุด (B = .480) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า (B = .224) และการยอมรับเทคโนโลยีน้อยที่สุด (B = .024)

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่า มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณภาพเว็บไซต์สินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในส่วนของการยอมรับเทคโนโลยีไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 3 คุณภาพเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง

ผลการทดสอบสมมติฐานตามตารางที่ 2 สรุปได้ว่า ผลการศึกษาที่สอดคลองกับสมมติฐาน คือปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คุณภาพเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และผลการศึกษาที่ไม่สอดคลองกับสมมติฐาน คือการยอมรับเทคโนโลยีที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

การยอมรับเทคโนโลยีไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลางที่ค่าเฉลี่ย 3.39 ผลการทดสอบสมมติฐาน การยอมรับเทคโนโลยีไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของประชากรในกรุงเทพมหานครอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ การรับรู้ถึงประโยชน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้ การรับรู้ของบุคคลโดยที่เกิดจากการที่ได้ศึกษา เรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่สะดวกและง่ายต่อการใช้งานที่ได้เกิดความรู้สำคัญมากที่สุดเพื่อที่จะศึกษาความง่ายแล้วแชร์ให้แก่ผู้ที่ให้ความสนใจ การยอมรับเทคโนโลยีจะเกิดผลขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลได้ศึกษาเทคโนโลยีว่ามีประโยชน์อย่างไรบ้าง จากนั้นถ้าได้ศึกษาเสร็จสิ้นแล้วว่ามีทัศนคติต่อการยอมรับเทคโนโลยีว่าเราจะได้ประโยชน์อะไรบ้างที่สามารถนำไปใช้ได้อย่างสมบูรณ์ (Chu & Chu, 2011) และยังไม่สอดคล้องกับบทวิจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลต่อความพึงพอใจใน

การใช้บริการสมัครงานออนไลน์ของผู้บริโภคหรือใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครของ นิตนา ฐานิตธนกรและณัฐชยา รักประกอบกิจ(2559) เพราะผู้ตอบแบบสอบถามบางท่านมีความคิดว่าการ์ดจอนั้นไม่สามารถติดตั้งได้โดยง่าย ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์ออกมาแล้วผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีนั้นจะมองถึงประสิทธิภาพของงานที่ดีขึ้นมากกว่า

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าอยู่ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.45 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของประชากรในกรุงเทพมหานครนัยสำคัญในระดับ 0.05 ส่งผลให้มีความสอดคล้องกับแนวทฤษฎีของ Kotler (2003 อ้างใน รวิช เมฆสุนทรากุล, 2555) ได้อธิบายความหมายของตราสินค้าไว้ว่าการสร้างตราสินค้านั้นเป็นปัจจัยสำคัญในสร้างกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าที่รู้จักแพร่หลายโดยสามารถเป็นตัวกำหนดราคาสินค้าได้ ประกอบไปด้วย 6 ด้าน 1)คุณสมบัติ 2)คุณประโยชน์ 3)คุณค่า 4)วัฒนธรรม 5)บุคลิกภาพ 6)ผู้ใช้ โดยการศึกษาครั้งนี้พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าช่วยให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการ (Needs) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ที่มีต่อแบรนด์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับบทวิจัยของ ชางยู่เหวย (2558) ได้ให้ความสนใจเพื่อที่จะศึกษาเกี่ยวกับ แรงบันดารใจที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า และค่านิยมที่เกิดขึ้นในทางสังคมจะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์จากต่างประเทศของผู้บริโภคที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยให้ผลตรงกันคือ ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านความเชื่อมโยง ด้านอัตลักษณ์ ด้านประโยชน์ ด้านบุคลิกภาพ

คุณภาพเว็บไซต์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพเว็บไซต์อยู่ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 3.52 ผลการทดสอบสมมติฐานการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของประชากรในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวทฤษฎีของ (Li, et al., 2002; Dutta & Segev, 1999; Liu & Arnett, 2000; Peterson, et al., 1997; Rice, 1997และ Sullivan, 1999 อ้างใน Kim & Stoel, 2004) กล่าวไว้ว่า คุณภาพเว็บไซต์นั้นจำเป็นต้องมีองค์ประกอบหลักสำคัญอยู่ 5 ประการ คือ 1)การเชื่อมต่อ 2)คุณภาพข้อมูล 3)การปฏิสัมพันธ์ 4)ความสนุกสนาน 5)การเรียนรู้ โดยการศึกษาครั้งนี้พบว่าคุณภาพเว็บไซต์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดจอจากเว็บไซต์ Banana IT ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครนั้นกล่าวจาก ภูริพันธ์ คุธีรสุภะเสฏฐ์ (2559) สรุปได้ว่า คุณภาพเว็บไซต์ หมายถึง สิ่งที่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าที่แสดงผ่านเว็บไซต์ โดยคำนึงถึงอรรถประโยชน์ ความเพลิดเพลิน เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาในเว็บไซต์การปรากฏทางไกล หมายถึงแนวคิดที่นำเสนอบนเว็บไซต์พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์แบบเสมือนจริงด้วยเทคนิคการสร้างภาพวัตถุต่างๆ จากระยะไกลด้วยเทคโนโลยี มัลติมีเดีย เพื่อให้ผู้บริโภคได้สัมผัสถึงสินค้าหรือบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับบทวิจัยของ ปพน เลิศชาคร และนิตนา ฐานิตธนกร (2560) ได้เล็งเห็น และศึกษา

เกี่ยวกับเรื่อง ของคุณภาพเว็บไซต์ ที่ส่งผลความไว้วางใจในการที่จะเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ การรับรู้ถึงคุณค่าที่จะได้รับเมื่อได้ทำการซื้อ และการจัดอันดับเพื่อทำให้เกิดความมั่นจัดขึ้นว่ามีอันดับที่ดีที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน eBay ของผู้บริโภคชาวไทย โดยให้ผลตรงกันคือ ปัจจัยคุณภาพของเว็บไซต์ ด้านคุณภาพของข้อมูลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ด้านการยอมรับเทคโนโลยีนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายได้รู้สึกว่าการ์ดจอช่วยให้ท่านได้รับประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่จะมีบางหัวข้อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นรู้สึกว่าการติดตั้งการ์ดจอสำหรับบางคนยังคงไม่สามารถติดตั้งเองได้ ผู้ประกอบการควรมีการแนะนำหรือจำลองการติดตั้งโดยให้ผู้ที่ต้องการติดตั้งการ์ดจอด้วยตัวเองนั้นได้นำไปใช้ได้โดยง่าย

ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้านั้นอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายได้รู้สึกว่าภาพลักษณ์ของตราสินค้า สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก และหลายคนมองว่าวัสดุ รูปลักษณ์ของการ์ดจอนั้นเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและประทับใจในตัวการ์ดจอที่ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับรูปภาพประกอบที่หลากหลายมากขึ้นหรือภาพเคลื่อนไหวให้เกิดการตัดสินใจซื้อมากขึ้นในหมู่ผู้บริโภค

ด้านคุณภาพเว็บไซต์นั้นอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายได้รู้สึกว่าข้อมูลสินค้าบนเว็บไซต์ที่มีข้อมูลครบถ้วนทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อการ์ดจอผ่านเว็บไซต์ Banana IT เป็นจำนวนมาก และผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายรู้สึกว่าการจัดแบ่งหมวดหมู่ประเภทของสินค้าบนเว็บไซต์ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกสบายในการเลือกสินค้าของ เว็บไซต์ Banana IT เป็นอย่างดี ผู้ประกอบการควรหรือเจ้าของธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการตอบปัญหาแบบเรียลไทม์ให้แก่ผู้บริโภคได้เข้ามาสอบถามปัญหาได้อย่างรวดเร็วขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.ชุติมาวดี ทองจีน อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ จะสามารถเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจค้นคว้าประกอบการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาอิสระครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา (2549) สถิติสาหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชางยู่ เหวย (2558) อิทธิพลภาพลักษณ์ตราสินค้า และค่านิยมทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟแฟรนไชส์ต่างประเทศของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ. ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เทคโนโลยีเว็บไซต์ หัวข้อความสำคัญในการติดต่อสื่อสารผ่านหน้าเว็บไซต์ 4.0 สืบค้นจาก https://sites.google.com/a/bumail.net/technoloyi-websit/web-3-0-web-4-0

เทรนด์ E-Commerce & E-Sport https://thestandard.co/e-commerce-trends-2018/

ปพน เลิศชาครและนิตนา ฐานิตธนกร (2560) คุณภาพเว็บไซต์ ความไว้วางใจ การรับรู้ถึงคุณค่า และการจัดอันดับและความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านeBayของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ. ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

นิตนา ฐานิตธนกร และ ณัฐชยา รักประกอบกิจ (2559) คุณภาพของเว็บไซตและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลตอความพึงพอใจในการใชบริการ สมัครงานออนไลน (E-job) ของผูใช่บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ. ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผู้จัดการออนไลน์ (2559) เทคโนโลยีการ์ดจอ. สืบค้นจาก https://mgronline.com/game/detail/9620000002554

สุภาวรรณ ชัยทวีวุฒิกุล (2555) พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์แบบร่วมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์ ENSOGO ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภูริพันธ์ คุธีรสุภะเสฏฐ์ (2559) การรับรู้คุณค่าของช่องทางออนไลน์และสังคมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการระดับชาติปัญญาภิวัฒน์ ครั้งที่ 6. นนทบุรี: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.

รวิช เมฆสุนทรากุล, (2555) การรับรู้ภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีความสัมพันธ์ต่อความภักดีในตราสินค้าสตาร์บัคส์ (Starbucks) การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ในเขตกรุงเทพมหานคร

Dutta, S., & Segev, A. (1999). Business transformation on the Internet. European Management Journal, 17(5), 466-476

Chu, A.Z-C., & Chu, R.J-C. (2011). The intranet's role in newcomer socialization in hotel industry in Taiwan-technology acceptance model analysis. The International Journal of Human Resource Management, 22(5), 1163-1179

Liu, C., Arnett, K.P., & Litecky, C. (2000). Design quality of websites for electronic commerce: Fortune 1000 webmasters' evaluations. Electronic Markets, 10(2), 120-129

Li, et al., 2002 The eukaryotic two-component histidine kinase Sln1p regulates OCH1 via the transcription factor, Skn7p. Mol Biol Cell 13(2):412-24

Kim, S., & Stoel,L. (2004). Apparel retailers: Website quality dimensions and satisfaction. Journal of Retailing and Consumer Services, 11(2), 109-117

Kotler, P. (2003). Marketing management (11rd ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Peterson, et al., 1997 Crystallization and characterization of bovine liver glutamate dehydrogenase. J Struct Biol 120(1):73-7

Rice, 1997 What makes users revisit a website Marketing New, 31(6), 12.

Sullivan, 1999 Newspaper must retain credibility. Editor & Publisher, 4.

การพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

THE DEVELOPMENT OF PILOK MINE, AMPHUR THONGPHAPHUM IN KANCHANABURI PROVINCE TO BECOME A TOURIST LEARNINIG CENTER

พัชรี แสงทอง*
Patcharee Saengthong*
ณัฏฐกฤษฎิ์ เอกวรรณัง**
Nuttakrit Eakwannang**

*นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
* Master Degree's student of Arts, Program in Tourism Management Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University
Tourism Management Program Faculty of Tourism and Hospitality Dhurakij Pundit University
*Email: Tuckta_34080@hotmail.com
**อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
**Lecturer, Bachelor of Arts, Program in Tourism Management Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University
** Email: nuttakrit.eak@dpu.ac.th

*ที่อยู่ 189/109 หมู่บ้านไพร์เพรส ซ.วัดไผ่เหลือง ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี 11110
โทรศัพท์มือถือ : 086-343-8346
**ที่อยู่ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ 110/1-4 ถนนประชาชื่น หลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210
โทรศัพท์มือถือ : 089-987-6251

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพของเหมืองปิล็อกในด้านการท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาความคิดเห็นการพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ดูแลเหมืองปิล็อก ประชาชนในหมู่บ้านอีต่อง และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเหมืองปิล็อก และบ้านอีต่อง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบบันทึกข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ผลการศึกษาในด้านความคิดเห็นของชาวบ้านในหมู่บ้านอีต่อง และนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาเหมืองปิล็อกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ พบว่า ผู้ดูแลเหมืองปิล็อก และประชาชนในหมู่บ้านอีต่องส่วนใหญ่เห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการแสดงการจำลองรูปแบบการทำเหมืองไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชม รองลงมาคือ ควรมีการจัดแสดงที่เกี่ยวกับการทำเหมืองแร่ เพื่อให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว และมีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการให้บริการนักท่องเที่ยว ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาเหมืองปิล็อก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าควรมีการจัดแสดงที่เกี่ยวกับการทำเหมืองเพื่อให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว รองลงมาคือ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลและตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยว และมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับเหมืองปิล็อกบนสื่ออินเตอร์เน็ต

คำสำคัญ : การพัฒนา เหมืองแร่ เพื่อการเรียนรู้

Abstract

The research on “The Development of Pilok Mine, Amphur Thongphaphum in Kanchanaburi Province to Become a Tourist Learning Center” was aimed to 1) study the tourism conditions of Pilok Mine and 2) explore the opinions on developing Pilok Mine to become a tourist learning center. A sample was selected from Pilok mine keepers, E-tong village’s community members, and Thai tourists visiting Pilok mines and E-tong village. The instruments used were a tourist destination recording form and a questionnaire and the data were analysed using percentage, frequency, mean and standard deviation.

According to the findings, the opinions of community members on developing the mine to become a tourist learning center revealed that the majority of mine keepers and the

community members agreed with exhibiting mining processes and techniques for tourists, followed by exhibiting a display related to mining providing both knowledge and entertainment, and widening the opportunities of tourist service to the community members.

In terms of the tourists' opinion level on developing Pilok mines, the majority suggested exhibiting a display related to mining providing both knowledge and entertainment at the highest level, followed by establishing a tourist service center to provide the information and answer the tourists' queries, and advancing public information promotion about the mine on online websites respectively.

Keywords : development, mine, tourist learning center

บทนำ

หมู่บ้านอีต่อง และเหมืองปิล็อก ในอำเภอทองผาภูมิ เป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ภายในเหมืองปิล็อกยังคงมีซากของการทำเหมืองแร่ไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ดูและศึกษาจากประวัติความเป็นมาของเหมือง ถึงแม้ปัจจุบันจะไม่ได้ทำเป็นเหมืองแร่แล้วก็ตาม แต่ภายในพื้นที่หมู่บ้านอีต่อง และเหมืองปิล็อกก็ยังคงได้รับความนิยมและแวะเวียนเข้ามาเยี่ยมชมจากนักท่องเที่ยวไม่ขาดสาย อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวที่เหมืองปิล็อกยังเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าไปชมและพักผ่อน โดยไม่ได้ความรู้อะไรมากนัก นอกจากการสัมผัสบรรยากาศ การลงพื้นที่สำรวจนี้ด้วยตัวเอง พบว่าในพื้นที่เหมืองเองยังไม่มีการจัดการการเรียนรู้ที่น่าดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร เนื่องจากยังไม่มีการจัดการที่ดีทำให้การท่องเที่ยวอาจยังไม่น่าสนใจ และไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเหมืองปิล็อกนอกจากการถ่ายรูป และพักผ่อนรับบรรยากาศในพื้นที่ ดังนั้น เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเหมืองปิล็อกให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ มีความน่าสนใจ จึงควรมีการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการทำเหมืองแร่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ และเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน ในการดำเนินการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาเหมืองปิล็อกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจมากยิ่งขึ้น และจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวในบริเวณดังกล่าวมีความยั่งยืนมากขึ้นตามไปด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพของเหมืองปิล็อกในด้านการท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นการพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

ณัฐวุธ บุศเนตร (2557) สรุปว่าการพัฒนา คือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากเดิมโดยผลจากการพัฒนาต้องเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น โศรยา สิ่งชูวงศ์ (2546) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวว่า คือ การดำเนินงานพัฒนาสภาพชุมชนด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกหรือโครงสร้างพื้นฐานโดยมีการวางแผนการจัดการจากภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอันจะทำให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจะควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรให้คงความดึงดูดใจ ทั้งนี้จำเป็นต้องสอดคล้องกับสภาพและความต้องการของชุมชน และเกิดการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม

แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งการเรียนรู้

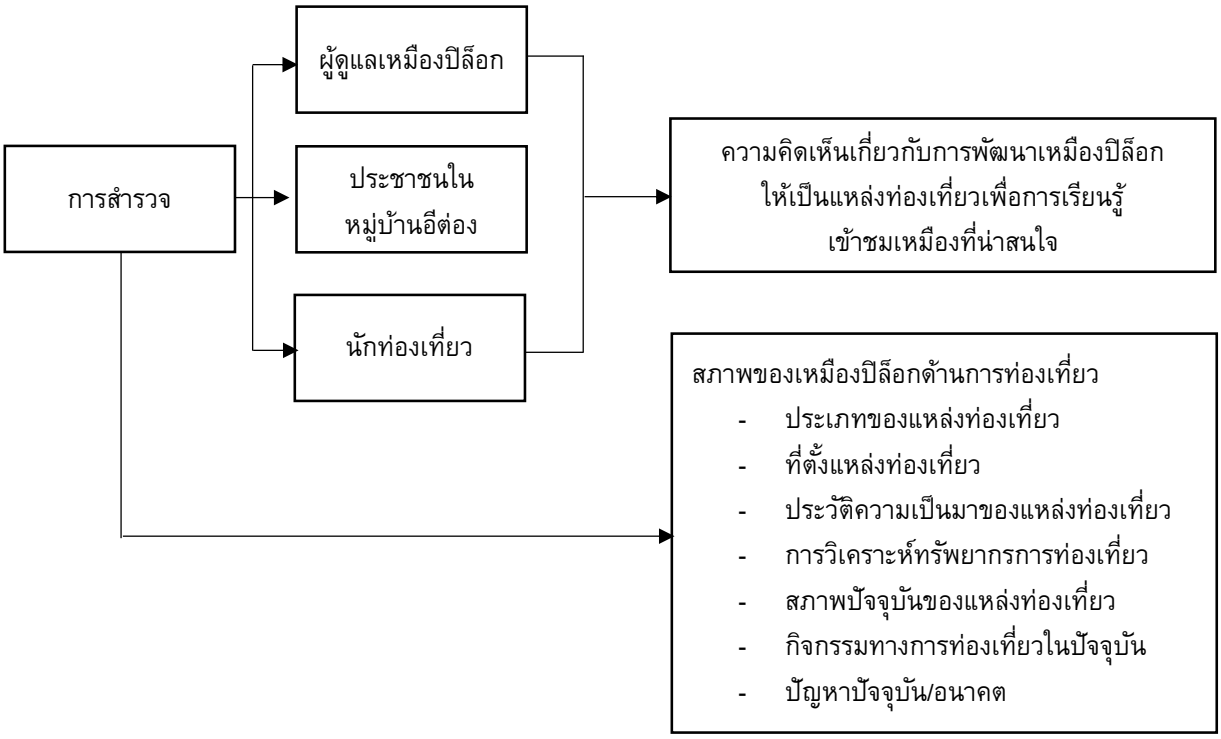
วีระพน ภานุรักษ์ (2558) สรุปว่าแหล่งการเรียนรู้ หมายถึง แหล่งข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ วิทยากร ภูมิปัญญาชาวบ้านและประสบการณ์อื่นๆ ที่สนับสนุนส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ และเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ แสวงหาความรู้ และเรียนรู้ด้วยตนเองตามอัธยาศัยอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง เช่นเดียวกับดวงพร ปวงมาลา (2557) ที่กล่าวว่า แหล่งเรียนรู้ หมายถึง แหล่งหรือที่ให้ข้อมูล ข่าวสาร สาระความรู้ ประสบการณ์ที่หลากหลายที่เอื้อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้เรียน เกิดเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องกว้างขวาง คำ วงค์เทพ (2554) ได้กล่าวสรุปถึงความหมายของแหล่งเรียนรู้ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างรอบๆ ตัว ไม่ว่าจะเป็นรูปของธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม บุคคล สิ่งประดิษฐ์ วัตถุอาคาร สถานที่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ข้อมูล ข่าวสาร สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ แหล่งวิทยากรชุมชน ห้องสมุด อุทยานศึกษา ศูนย์การกีฬาและนันทนาการ ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนไม่ว่าจะอยู่ในห้องเรียนหรือนอกห้องเรียนให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง สามารถสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ปลูกฝังนิสัยแห่งการใฝ่รู้ใฝ่เรียน และสามารถเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องจนถึงตลอดชีวิต

ความหมายของพิพิธภัณฑ์

จิรา จงกล (อ้างถึงใน นเรนทร์ ปัญญาภู และสุวิภา จำปาวัลย์, 2556) ได้ขยายความจากบทความหนังสือ The Organization of Museum: Practical Advice ว่างานพิพิธภัณฑสถานมีทั้งหน้าฉากและหลังฉาก โดยมีหน้าที่หลักดังต่อไปนี้ 1. การรวบรวมวัตถุ (Collection) เพราะการสะสมเป็นนิสัยดั้งเดิมของมนุษย์ การสะสมจึงต้องการพื้นที่การดูแลรักษา การรับมรดกตกทอด ในการรวบรวมสิ่งของของพิพิธภัณฑสถานอาศัยทั้งการบริจาค การขุดค้นทางโบราณคดี และการจัดซื้อ 2. การตรวจสอบ จำแนกแยกประเภท และศึกษาวิจัย (Identifying, Classifying, Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลเรื่องราวที่แน่นอน เพื่อเป็นตัวช่วยในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ประชาชนในฐานะเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ให้บริการด้านวิชาการ 3. การทำบันทึกหลักฐาน (Recording) หรือการจัดทำทะเบียนวัตถุทุกชิ้นที่ได้เก็บรวบรวมไว้ เพื่อให้เกิดการตรวจสอบได้และเป็นข้อมูลด้านวิชาการทั้งข้อความและภาพถ่าย เพื่อใช้เป็นเอกสารเบื้องต้นของการค้นคว้าวิจัยทางวิชาการ 4. การซ่อม สงวนรักษาวัตถุ (Conservation and Preservation) โดยอาศัยหลักการทางวิทยาศาสตร์ในการสงวนและรักษาวัสดุทุกชิ้นให้อยู่ในสภาพดีไม่ให้มีการเสื่อมสภาพ 5. การรักษาความปลอดภัย (Museum Security) ทั้งการรักษาให้ปลอดภัยจากการเสื่อมสภาพ การ

โจรกรรม อัคคีภัยต่างๆ โดยระบบรักษาความปลอดภัยต้องมีการวางแผนตั้งแต่เริ่มก่อสร้างอาคาร เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ประชาชน 6. การจัดแสดง (Exhibition) ถือเป็นหน้าที่หน้าฉากของพิพิธภัณฑสถาน จากเดิมเพียงเพื่อเป็นแหล่งศึกษาซึ่งทำให้คนทั่วไปเข้าถึงได้ยาก ต่อมาเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดเป็นการให้ทั้งความรู้และความเพลิดเพลินแก่ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา การจัดงานแสดงของพิพิธภัณฑ์จึงเปลี่ยนไปโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมทุกรูปแบบ ทั้งการแสดงถาวรและการแสดงแบบชั่วคราวซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนได้เสมอ 7. การศึกษา (Museum Education) หน้าที่นี้เกิดขึ้นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เพื่อให้พิพิธภัณฑสถานกลายเป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียนในความรับผิดชอบต่อประชาชนทุกคน ทั้งการจัดแสดงที่อาคารและพิพิธภัณฑ์เคลื่อนที่ 8. หน้าที่ทางสังคม (Social Function) คล้ายกับหน้าที่ทางการศึกษา พิพิธภัณฑสถานต้องปรับเปลี่ยนไปตามสภาพความเปลี่ยนแปลงของสังคม ดำเนินงานตามความต้องการของสังคมให้เกิดความสะดวกสบาย ความเพลิดเพลิน มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ดูแลเหมืองปิล็อก ประชาชนในหมู่บ้านอีต่อง และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเหมืองปิล็อก และบ้านอีต่อง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายไม่มีการเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชม เพราะไม่มีการจำหน่ายบัตรหรือเก็บค่าเข้า

ชม จึงต้องประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว สำหรับนำมาใช้ในการอ้างอิง เพื่อคำนวณกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกใช้ระดับความเชื่อมั่น 92% และค่าความคลาดเคลื่อน 8% (ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.08) เนื่องจากช่วงที่ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลแบบสอบถาม มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเหมืองปิล็อกจำนวนน้อย และการเดินทางไม่สะดวก เมื่อแทนค่าในสูตรดังกล่าว

ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 160 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) และประชาชนในหมู่บ้านอีต่อง 75 คน ส่วนผู้ดูแลเหมืองปิล็อก ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจำนวน 1 คน เป็นการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 236 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ ให้ข้อมูล นำเสนอข้อมูลในลักษณะเชิงพรรณนา และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอในลักษณะเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และแบบตารางแสดงค่าความสัมพันธ์ต่างๆ

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพของเหมืองปิล็อกในด้านการท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและชุมชนบ้านอีต่องในการพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ โดยการสำรวจและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชนบ้านอีต่อง และผู้ดูแลเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 236 ชุด พบว่า ประชาชนในหมู่บ้านอีต่อง และผู้ดูแลเหมืองปิล็อก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี รองลงมาคือ 46-55 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดและสมรสแล้ว รองลงมาคือ หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมาคือ มัธยมศึกษา ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย/อิสระ รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจ/กิจการส่วนตัว รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้อยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเหมืองปิล็อกและบ้านอีต่อง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-25 ปี รองลงมาคือ 26-35 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาคือ สถานภาพสมรสแล้ว ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเหมืองปิล็อก และบ้านอีต่อง ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเหมืองปิล็อก และบ้านอีต่องส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

ตารางที่ 1 แสดง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของประชาชน ในหมู่บ้านอีต่อง ผู้ดูแลเหมือง ปิล็อก และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเหมืองปิล็อก และบ้านอีต่อง เกี่ยวกับการพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

การพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้	**ประชาชนในหมู่บ้านอีต่อง และผู้ดูแลเหมืองปิล็อก**			**นักท่องเที่ยว**			**ผลรวม**		
	$\bar{x}$	**S.D.**	**ระดับความคิดเห็น**	$\bar{x}$	**S.D.**	**ระดับความคิดเห็น**	$\bar{x}$	**S.D.**	**ระดับความคิดเห็น**
1. มีการจัดแสดงที่เกี่ยวกับการทำเหมือง เพื่อให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา	3.81	1.020	มาก	3.76	.960	มาก	3.77	.977	มาก
2. มีการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้นภายในเหมือง	3.64	.963	มาก	3.66	.911	มาก	3.66	.925	มาก
3. มีการจัดแสดงประวัติความเป็นมาของการทำเหมืองแร่ดีบุกและวิถีชีวิตชาวเมือง	3.49	1.120	มาก	3.68	.928	มาก	3.62	.996	มาก
4. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหมืองบนสื่ออินเตอร์เน็ต	3.72	1.045	มาก	3.71	.962	มาก	3.71	.987	มาก
5. มีการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และอินเตอร์เน็ตเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการแสดงในทุกรูปแบบ	3.64	1.039	มาก	3.55	1.057	มาก	3.58	1.049	มาก
6. มีการจัดแสดงการจำลองรูปแบบการทำเหมืองไว้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาชม	3.85	1.081	มาก	3.64	1.067	มาก	3.71	1.073	มาก
6. มีการจัดแสดงการจำลองรูปแบบการทำเหมืองไว้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาชม	3.85	1.081	มาก	3.64	1.067	มาก	3.71	1.073	มาก
7. มีการส่งเสริมให้ประชาชน และคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนกำหนดแผนในการสร้างหรือพัฒนาเหมือง	3.75	1.054	มาก	3.67	1.044	มาก	3.70	1.045	มาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

การพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้	ประชาชนในหมู่บ้านอีต่อง และผู้ดูแลเหมืองปิล็อก			นักท่องเที่ยว			ผลรวม		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
8. มีการสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเหมืองแก่เจ้าหน้าที่และบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกระดับ	3.72	1.116	มาก	3.69	1.022	มาก	3.70	1.051	มาก
9. ภายในเหมืองมีการจัดวางวัตถุที่จัดแสดงที่น่าสนใจ ผู้เข้าชมสามารถจับต้องวัตถุได้	3.74	1.146	มาก	3.70	.993	มาก	3.71	1.042	มาก
10. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลและตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยว	3.72	1.183	มาก	3.72	1.062	มาก	3.72	1.100	มาก
11. มีการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว	3.74	1.163	มาก	3.68	1.087	มาก	3.70	1.109	มาก
12. มีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.79	.817	มาก	3.70	.838	มาก	3.73	.830	มาก
13. มีการจัดบริเวณเหมืองให้มีลักษณะทางกายภาพชวนตา ชวนใจ และมีเสน่ห์เฉพาะตัวสามารถดึงดูดความน่าสนใจของนักท่องเที่ยวได้	3.70	.972	มาก	3.59	.911	มาก	3.62	.930	มาก
14. มีการจัดทำป้ายแสดงรายละเอียดของวัตถุที่จัดแสดง	3.68	1.140	มาก	3.59	1.081	มาก	3.62	1.098	มาก
15. มีการจัดแนวทางเดินชมภายในเหมือง	3.72	1.215	มาก	3.54	1.030	มาก	3.60	1.094	มาก
16. มีการจัดการพื้นที่โดยรวมให้มีความสะอาด ไม่มีฝุ่นละออง และเงียบสงบ	3.68	1.034	มาก	3.62	1.096	มาก	3.64	1.073	มาก
17. มีการแบ่งพื้นที่การจัดแสดงอย่างชัดเจน	3.49	1.137	มาก	3.58	1.108	มาก	3.55	1.115	มาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

การพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้	ประชาชนในหมู่บ้านอีต่อง และผู้ดูแลเหมืองปิล็อก			นักท่องเที่ยว			ผลรวม		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
18. มีการจัดทำเอกสารประกอบการเข้าชมเหมืองที่น่าสนใจ	3.47	1.154	มาก	3.47	1.119	มาก	3.47	1.127	มาก
19. มีห้องสุขาหรือห้องน้ำสาธารณะเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.79	1.166	มาก	3.53	1.093	มาก	3.62	1.121	มาก
20. มีการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง	3.75	1.159	มาก	3.56	1.092	มาก	3.62	1.115	มาก
รวม	**3.69**	**.907**	**มาก**	**3.63**	**.821**	**มาก**	**3.65**	**.848**	**มาก**

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการจัดแสดงการจำลองรูปแบบการทำเหมืองไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาชมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 รองลงมาคือ ควรมีการจัดแสดงที่เกี่ยวกับการทำเหมือง เพื่อให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และมีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และควรมีการจัดการในด้านของห้องสุขาหรือห้องน้ำสาธารณะเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ส่วนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเหมืองปิล็อก เกี่ยวกับการพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวเหมืองปิล็อกส่วนใหญ่เห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวเหมืองปิล็อกส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าควรมีการจัดแสดงที่เกี่ยวกับการทำเหมือง เพื่อให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลและตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหมืองบนสื่ออินเตอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงสภาพของเหมืองปิล็อกในด้านการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ โดยวิธีการสำรวจและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ดูแลเหมืองปิล็อก และประชาชนในชุมชนบริเวณเหมืองปิล็อก คือ บ้านอีต่อง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปผลการศึกษา อภิปรายและเสนอแนะ ดังนี้

เหมืองปิล็อก จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยมีจุดประสงค์หลักในเชิงอุตสาหกรรมด้วยการผลิตแร่ที่สำคัญมาใช้ประโยชน์จะเป็นการทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคงด้านวัตถุดิบสำหรับภาคอุตสาหกรรม เช่น การนำแร่มาแปรรูปเป็นผลผลิตต่าง ๆ ที่ทำประโยชน์ต่อมนุษย์ในด้านอาวุธ และด้านอุตสาหกรรม นำมาสร้างเป็นภาชนะใช้สอยพาหนะที่ช่วยในการคมนาคม อาคารบ้านเรือน ก๊าซหุงต้ม พลังงานไฟฟ้า และทำให้ประชาชนมีรายได้จากการขุดแร่ ไปจนถึงแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภค ทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยทั่วไปของเหมืองปิล็อกล้อมรอบไปด้วยธรรมชาติ ต้นไม้ ภูเขา และมีอากาศที่บริสุทธิ์ ในช่วงฤดูหนาวที่บริเวณเหมืองปิล็อกจะเต็มไปด้วยหมอก เป็นวิวสวยเหมาะแก่การมาเที่ยวชม นอกจากนั้นยังมีซากเครื่องมือที่ในอดีตเคยใช้ในการทำเหมืองแร่ให้ได้ชมและศึกษา สามารถดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ดี การเดินทางเข้าถึงเหมืองปิล็อกสามารถเดินทางโดยยานพาหนะประเภท รถยนต์ รถมอเตอร์ไซต์ และรถโดยสารเป็นรถสองแถวสีเหลือง ซึ่งสภาพเส้นทางหรือสถาพบริเวณของถนนที่ใช้ในการเดินทางเข้าถึงเหมืองปิล็อกค่อนข้างลำบาก เนื่องจากเป็นถนนลาดยาง บางช่วงมีผิวถนนชำรุดเป็นหลุมบ่อ ควรมีการปรับปรุง

ในบริเวณเหมืองปิล็อกมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยวเช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ป้ายให้ความรู้ นิทรรศการ ป้ายบอกทาง ห้องสุขา การประชาสัมพันธ์ ลานกิจกรรมกลางแจ้ง ที่เหมืองปิล็อกจะมีไกด์ชาวบ้านคอยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเหมืองปิล็อก ควรมีอาสาสมัครเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน โดยเฉพาะเยาวชนที่ต้องการหารายได้พิเศษ ด้านที่พัก (โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล ฯลฯ) ที่อยู่ใกล้เคียงกับหมู่บ้านอีต่องจะอยู่บริเวณวัดเหมืองแร่ปิล็อกไปจนถึงตลาดบ้านอีต่อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย เจ้าของที่พักมีอัธยาศัยดีและเป็นกันเอง ส่วนจุดสำหรับกางเต็นท์ มีพื้นที่กว้างขวางสามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ มี 4 แห่ง ตั้งอยู่บริเวณหมู่บ้านอีต่อง เนินช้างศึก หน้าสภ. ปิล็อก และอุทยานแห่งชาติทองผาภูมิ และจุดบริการอื่นๆ เช่น ร้านอาหาร ซึ่งอาหารที่ขึ้นชื่อของทางร้านอาหารในแต่ละแห่ง คืออาหารทะเลจากฝั่งประเทศพม่า เช่น ปูทะเล กุ้งทะเล ในด้านร้านขายของที่ระลึก ที่ตลาดบ้านอีต่องส่วนใหญ่จะเป็นของที่ระลึกที่มาจากประเทศพม่า และมีราคาถูกห้องน้ำสาธารณะ ห้องน้ำห้องอาบน้ำเป็นของโรงเรียน เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ไม่มีค่าบริการ แต่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการสามารถหยอดเหรียญเพื่อช่วยเหลือโรงเรียนในด้านค่าน้ำหรือค่าไฟได้ และควรจะช่วยกันให้ความร่วมมือในการรักษาความสะอาด

ห้องสุขาสาธารณะ พบว่ามีจำนวนน้อย หากมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจำนวนมาก อาจทำให้ห้องสุขาสาธาณะไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ในด้านที่จอดรถ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะจอดรถบริเวณริมอ่างเก็บน้ำที่หมู่บ้านอีต่อง โดยรวมแล้วที่จอดรถไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากได้ และน้ำใช้สาธารณะ/น้ำประปา ยังไม่ครอบคลุม บางพื้นที่นักท่องเที่ยวหาใช้ได้ยาก และมีจุดบริการน้ำประปาสาธารณะน้อยมาก

การบริการเสริม (Ancillary Service) ได้แก่ สถานีอนามัยที่ตั้งอยู่ภายในหมู่บ้านอีต่อง ไปรษณีย์อีต่อง จำนวน 1 แห่ง จุดรับสัญญาณโทรศัพท์ทุกเครือข่าย เช่น AIS DTAC TRUE และเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยให้ความช่วยเหลือ และดูแลนักท่องเที่ยว ส่วนการบริการตู้ ATM ในบริเวณเหมืองปิล็อกหรือหมู่บ้านอีต่อง และปั๊มน้ำมันยังไม่พบว่ามีการให้บริการ ในส่วนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นยังไม่พบว่ามีหน่วยงานใดๆ เข้ามาดูแลรักษาเหมืองปิล็อก

สาธารณูปโภค/สาธารณูปการ ไม่พบว่าในเหมืองปิล็อกมีการให้บริการสิ่งเหล่านี้ ส่วนในบริเวณบ้านอีต่องที่สนับสนุนการท่องเที่ยวที่เหมืองปิล็อกมีการจำกัดปริมาณในการใช้ เช่น ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์บางเครือข่ายใช้งานไม่ได้ แต่ที่พักส่วนใหญ่จะมีสัญญาณเครือข่ายอินเตอร์เน็ตไว้ให้บริการ ในอนาคต สิ่งเหล่านี้น่าจะได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น

ความประทับใจที่มีต่อเหมืองปิล็อกสรุปโดยรวมได้ว่า เหมืองปิล็อก เป็นเหมืองเก่าแก่ที่มีการทำเหมืองแร่มาแต่สมัยก่อน แต่ปัจจุบันเหลือไว้เพียงซากเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในการทำเหมือง รวมถึงอาคาร และซากรถคันเก่าที่เคยใช้บรรทุกแร่ของยุคสมัยก่อน สิ่งแรกที่ทำให้รู้สึกประทับใจ คือ ได้สัมผัสกับธรรมชาติและป่าไม้ที่ยังคงอุดมสมบูรณ์ในทุกๆ พื้นที่ของเหมืองแร่ รวมถึงซากรถเก่าที่เคยบรรทุกแร่ โรงเก็บอุปกรณ์การร่อนแร่ และพื้นที่บางส่วนที่เคยเป็นอุโมงค์ขุดเจาะแร่ รวมถึงความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายของชาวบ้านในหมู่บ้านอีต่อง บริเวณโซนตลาดอีต่องจะมีสินค้าและอาหารให้บริการอยู่หลายร้าน ทั้งร้านอาหาร และร้านกาแฟที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ

สภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยว ที่บริเวณเหมืองปิล็อกล้อมรอบไปด้วยภูเขามีอากาศเย็นตลอดทั้งปี ในช่วงฤดูฝนอากาศจะชื้นตลอดทั้งวัน บริเวณเหมืองมีสระน้ำใสสะอาดสามารถมองเห็นพืชใต้น้ำและปลาคราฟตัวใหญ่ใต้น้ำ ที่เหมืองปิล็อดนั้นมีความงดงามของธรรมชาติ และมีอากาศอันบริสุทธิ์ รวมถึงวิถีชีวิตที่สงบ เรียบง่าย และเต็มไปด้วยมิตรไมตรีอันดีของชาวบ้านทั้งชาวไทยและชาวพม่า ภายในเหมืองปิล็อกมีเพียงซากอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการทำเหมืองแร่ในอดีตที่มีการเก็บรักษาและอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นได้ศึกษาและระลึกถึงอดีต สภาพถนนที่ใช้ในการสัญจรไปมาบางช่วงเป็นทางขลุขละ สภาพถนนที่ใช้ในการสัญจรไปมาบางช่วงเป็นทางขรุขระ และเส้นทางเป็นทางโค้งต้องใช้ความระมัดระวังพอสมควร เพราะอาจทำให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้เส้นทางนี้ได้ นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ใช้เส้นทางในการสัญจรไปมาจะต้องใช้ทักษะ และมีความระมัดระวังในการขับขี่พอสมควร ด้านสภาพแวดล้อม/มลภาวะในบริเวณเหมืองปิล็อก ไม่มีมลภาวะทางกลิ่น เสียง น้ำ หรือทัศนอุดจาดใดๆ ที่เป็นการรบกวนนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในชุมชนบริเวณใกล้เคียง เนื่องจากความ

ร่วมมือของชาวบ้านในหมู่บ้านอีต่องที่ช่วยกันรักษาความสะอาดภายในหมู่บ้านอีต่องและรอบๆ บริเวณของเหมืองปิล็อก ส่วนใหญ่สภาพบริเวณพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวจะพบปัญหาด้านสถานที่จอดรถ ห้องน้ำหรือห้องสุขาสาธารณะ และน้ำประปา ไฟฟ้ายังไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว เพราะไม่มีเจ้าหน้าที่คอยทำความสะอาด นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวจึงควรช่วยกันรักษาความสะอาดและใช้ห้องน้ำอย่างมีวินัย

ความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาเหมืองปิล็อกสรุปได้ว่า มีความเป็นไปได้ในการที่จะพัฒนาเหมืองปิล็อกให้เป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวหรือพิพิธภัณฑ์ได้ เพราะอาคารและซากอุปกรณ์ที่มีอยู่ภายในตัวเหมืองยังสามารถนำมาปรับปรุงและซ่อมแซม เพื่อนำมาใช้ในการจำลองรูปแบบของอุปกรณ์ในการทำเหมือง และจัดทำป้ายแสดงรายละเอียดของวัตถุที่จัดแสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชม และเรียนรู้ เพื่อเป็นการสงวนและรักษาอาคารและซากเครื่องมืออุปกรณ์ภายในเหมืองและบริเวณเหมืองให้อยู่ในสภาพที่ดี ไม่ให้มีการเสื่อมสภาพไปมากกว่าเดิม อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว แต่ยังขาดชมรมหรือแกนนำในการพัฒนา และการจัดโครงสร้างการบริหารงานด้านการท่องเที่ยวบริเวณเหมืองปิล็อกยังไม่มีความชัดเจน ยังไม่มีการจัดตั้งคณะกรรมการดูแลและรับผิดชอบอย่างเป็นรูปธรรม ไม่มีจุดขายที่สามารถดึงเงินจากนักท่องเที่ยว ตลอดจนนักท่องเที่ยวส่วนมากจะมาเที่ยวชมเฉพาะบริเวณหมู่บ้านอีต่อง ส่วนบริเวณเหมืองปิล็อกยังไม่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร

ปัญหาปัจจุบัน/อนาคต ด้านความน่าดึงดูดใจ/ความสวยงามของเหมืองปิล็อกนั้น พบว่า ปัจจุบันบริเวณเหมืองปิล็อกไม่มีความน่าดึงดูดใจ/ความสวยงามเท่าที่ควร เนื่องจากยังไม่มีการบริหาร และการจัดการในพื้นที่ของเหมืองปิล็อก สภาพพื้นที่และอุปกรณ์การทำเหมืองที่ให้นักท่องเที่ยวชมมีการจัดไม่เป็นระเบียบ ไม่มีการดูแลรักษาเท่าที่ควรจึงทรุดโทรมมาก อีกทั้งไม่มีการให้ข้อมูลความรู้ใดๆ หรือการจัดทำป้ายเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินชมและถ่ายรูปอุปกรณ์ขุดแร่ ซากรถเก่าที่เคยบรรทุกแร่ โรงเก็บอุปกรณ์การร่อนแร่ และพื้นที่บางส่วนที่เคยเป็นอุโมงค์ขุดเจาะแร่ของเหมืองปิล็อก รวมถึงการถ่ายรูปวิวทิวทัศน์รอบๆ บริเวณเหมืองปิล็อก

เมื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนในหมู่บ้านอีต่อง ผู้ดูแลเหมืองปิล็อก และนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยเป็นอย่างมากกับแนวทางการพัฒนาเหมืองปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการจัดแสดงที่เกี่ยวกับการทำเหมือง เพื่อให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย ทุกระดับการศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลและตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ จิรา จงกล (อ้างถึงใน นเรนท์ ปัญญาภู และสุวิภา จำปาวิลัย, 2556) ที่ได้ขยายความจากบทความหนังสือ The Organization of Museum : Practical Advice ว่างานพิพิธภัณฑสถานมีทั้งหน้ากากและหลังฉาก

โดยมีหน้าที่หลักกล่าวโดยสรุปดังนี้ คือ การรวบรวมวัตถุ การตรวจสอบ จำแนกแยกประเภท และคิดค้นวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลเรื่องราวที่แน่นอน การทำบันทึกหลักฐาน จัดทำทะเบียนวัตถุทุกชิ้นที่ได้เก็บรวบรวมไว้ การซ่อมแซมสงวนรักษาวัตถุให้อยู่ในสภาพดีไม่ให้เสื่อมสภาพ และมีการรักษาให้ปลอดภัยจากการเสื่อมสภาพ การโจรกรรม และอัคคีภัยต่างๆ การจัดแสดงของพิพิธภัณฑสถานโดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วม และการจัดพิพิธภัณฑสถานต้องดำเนินงานตามความต้องการของสังคม เพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย ความเพลิดเพลิน และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอ เนื่องจากเหมืองปิล็อก เคยเป็นแหล่งเหมืองแร่เก่าที่เต็มไปด้วยแร่ที่มีค่า จนครั้งหนึ่งประเทศไทยได้กลายเป็นแหล่งผลิตดีบุกที่สำคัญของโลกในช่วงยุคทองของการค้าแร่ และความรุ่งเรืองของเหมืองปิล็อกนั้นก็ได้จบลง เมื่อมีเทคโนโลยีการผลิตพลาสติกเข้ามาแทน และทางประเทศจีนได้ปล่อยดีบุกจำนวนมากออกขายในราคาถูก ทำให้ราคาแร่ดีบุกเข้าขั้นตกต่ำอย่างรุนแรง เมื่อเหมืองแร่ดีบุกในประเทศไทยทยอยปิดตัวลง คนงานต่างก็พากันอพยพไปทำงานที่อื่นไม่มีการขุดหาแร่อีกต่อไป และสุดท้ายเหมืองปิล็อกก็กลายกลายเป็นเพียงเรื่องราวในอดีตที่ถูกเล่าขานสืบทอดกันมา เหลือเพียงซากรถเก่าที่เคยบรรทุกแร่ โรงเก็บอุปกรณ์การร่อนแร่ถูกทิ้งร้าง และพื้นที่บางส่วนที่เคยเป็นอุโมงค์ขุดเจาะแร่เท่านั้น ดังนั้นหากมีการพัฒนาในด้านจัดแสดงจำลองรูปแบบการทำเหมืองและการจัดแสดงที่เกี่ยวกับการทำเหมือง เพื่อให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว จะทำให้โรงเก็บอุปกรณ์การร่อนแร่ อุปกรณ์การขุดเจาะเพื่อหาแร่ต่างๆภายในเหมือง และพื้นที่บางส่วนที่เคยเป็นอุโมงค์ขุดเจาะแร่ได้ถูกดูแล รักษาไว้ตามสภาพของเดิมเท่าที่เป็นอยู่ หรือมีการซ่อมแซม และปรับปรุงให้มีรูปทรงลักษณะกลมกลืนเหมือนของเดิมให้มากที่สุด เพื่อการพัฒนาเหมืองปิล็อกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เพื่อคนรุ่นหลังได้เห็นถึงความรุ่งเรืองของเหมืองในอดีต เช่นเดียวกับการสร้าง “พิพิธภัณฑ์เหมืองแร่ภูเก็ต” เพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ จุฑามาศ แก้วพิจิตร (2559) เรื่อง การศึกษากระบวนการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต พบว่า ภัณฑารักษ์ (ผู้มีบทบาทสำคัญในการอำนวยให้เกิดการเรียนรู้ขึ้นในพิพิธภัณฑ์ เป็นผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสำรวจ จัดหา การวิจัย และการจัดการแสดง) ควรมีความสามารถในการจัดรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์และกระตุ้นให้ผู้เข้าชมสามารถเชื่อมโยงความรู้จากอดีต สร้างความสัมพันธ์ระหว่างนิทรรศการและผู้เข้าชมไปสู่การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้นอกเหนือจากสาระองค์ความรู้ที่นำเสนอผ่านนิทรรศการ และสอดคล้องกับแนวคิดของ สุทัศน์ ฟังประเสริฐกุล (2558) กล่าวโดยสรุปถึงความหมายของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น คือ พิพิธภัณฑ์ที่เกิดจากชาวบ้านในท้องถิ่นเป็นผู้ริเริ่มจัดทำและดำเนินการเอง เนื้อหาที่นำเสนอในพิพิธภัณฑ์ดังกล่าวเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับชุมชนในด้านต่างๆ วัตถุในพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นจึงไม่ใช่เพียงของเก่าแต่เป็นวัตถุที่สะท้อนภูมิปัญญาของท้องถิ่นไม่จำเป็นต้องเป็นของมีค่า แต่เป็นสิ่งของที่จัดแสดงมีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ โดยมีเป้าหมายคือให้คนไทยในท้องถิ่นได้รู้จักตนเองมากขึ้น อีกทั้งผลการศึกษาของผู้วิจัยยังสอดคล้องกับ โครงการเหมืองแร่โพแทช จังหวัดอุดรธานี (2560) ในหัวข้อเรื่อง เด็กทุนเสนอไอเดีย ออกแบบเหมืองในฝัน ได้กล่าวว่า เหมืองแร่ที่เคยสร้างรายได้มหาศาลในอดีตหลายแห่ง ปัจจุบันได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความ

สนใจจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น เหมืองเกลือใต้ดินของประเทศโปแลนด์ ปัจจุบันกลายเป็นโบสถ์และมีห้องโถงสำหรับจัดคอนเสิร์ตหรือกิจกรรมต่างๆ เหมืองแร่หลายแห่งของประเทศไทย ที่แม้ปัจจุบันจะปิดตัวลงแล้ว ก็ยังคงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม เช่น เหมืองปิล็อก จังหวัดกาญจนบุรี พิพิธภัณฑ์เหมืองแร่ จังหวัดภูเก็ต ในโครงการนี้นักศึกษาทุนได้เสนอไอเดียในการออกแบบเหมืองแร่ของโครงการเหมืองแร่โพแทชจังหวัดอุดรธานี หัวข้อ "เหมืองในฝัน" โดยได้แสดงความคิดเห็นว่า เหมืองแร่จะต้องมีการจัดสรรพื้นที่ส่วนหนึ่งเป็นพื้นที่สาธารณะ เพื่อให้ประชาชนใช้ทำกิจกรรมต่างๆ เช่น สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น สนามกีฬา อย่างไรก็ตาม นักศึกษาทุน ยังได้เสนอความเห็นอีกว่า โครงการเหมืองแร่โพแทชจังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นเหมืองใต้ดิน น่าจะเปิดพื้นที่ใต้ดินบางส่วนเป็นสถานที่ศึกษาดูงานสำหรับผู้สนใจ โดยอาจออกแบบให้มีห้องสมุดและโรงภาพยนตร์ เพื่อเป็นแหล่งความรู้และสามารถสร้างความบันเทิงได้พร้อมกัน นอกจากนี้ การออกแบบเหมืองใต้ดินในหัวข้อ "เหมืองในฝัน" นักศึกษาทุนได้เสนอว่า อยากให้เหมืองเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสามารถสร้างรายได้แก่ชุมชน โดยอยากให้มีการจัดทำพื้นที่ใต้ดินเป็นถนนคนเดิน มีร้านอาหาร และมีที่พัก ซึ่งหากสามารถพัฒนาได้จริง ก็จะได้รับความน่าสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างแน่นอน ในอนาคตซึ่งเหมืองและชุมชนจะต้องอยู่ร่วมกัน นอกจากเหมืองจะต้องดูแลชุมชนแล้ว ชุมชนเองก็สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบเหมืองในฝัน หรือแสดงความคิดเห็น เพื่อให้การดำเนินโครงการเหมืองแร่สามารถอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จะเห็นได้ว่าเหมืองปิล็อกมีความเป็นไปได้ที่จะมีการพัฒนาเกิดขึ้น ซึ่งในการจัดตั้งเหมืองปิล็อกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้นั้น จะต้องได้รับความร่วมมือของคนในชุมชน/ชาวบ้านในท้องถิ่น และการประสานงานกันระหว่างภาครัฐและเอกชน หรือจำเป็นต้องเกิดจากความต้องการ หรือการริเริ่มของคนในชุมชน ชาวบ้านในท้องถิ่น และผู้ที่เป็นเจ้าของเหมืองปิล็อก หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และจึงดำเนินการขอความร่วมมือหรือการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน หรือหน่วยงานภายนอกที่มีความรู้ ความชำนาญในการให้คำแนะนำปรึกษาในการจัดตั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เช่น การตัดตั้งพิพิธภัณฑ์ เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จคนในชุมชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องก็ทำการบริหารจัดการ และดูแลกันต่อไป

ภาครัฐและเอกชน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการจัดกิจกรรมที่เป็นแนวทางในการสร้างประสบการการเรียนรู้ เพื่อกระตุ้นส่งเสริมและสนับสนุนให้คนในชุมชน/ประชาชนในท้องถิ่นเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง และเพื่อเป็นการสร้างความภาคภูมิใจและเห็นคุณค่าของสิ่งที่คนในชุมชนมีอยู่ รวมถึงได้เห็นถึงผลประโยชน์ที่คนในชุมชนหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะได้รับ เมื่อมีการพัฒนาเหมืองปิล็อกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาเพื่อต่อยอดงานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาผลกระทบหรือการเปลี่ยนแปลงของเหมืองปิล็อกที่มีผลต่อคนในชุมชนรวมถึงนักท่องเที่ยว เมื่อมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เพื่อศึกษาถึงสิ่งที่เกิดขึ้นตามมาหรือความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เช่น ความเปลี่ยนแปลงในการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน

หมู่บ้านอีต่อง อาชีพและรายได้ของคนในชุมชนที่เพิ่มขึ้นเมื่อมีการพัฒนาเหมืองปิล็อกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ และควรศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงศึกษาประสบการณ์และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าชมที่ได้เดินทางมาเที่ยวที่เหมืองปิล็อก ในขณะที่เหมืองปิล็อกได้รับการพัฒนาแล้วนั้นจะส่งผลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ดูแลเหมืองปิล็อกได้มีแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพเหมืองปิล็อกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลการศึกษาทั้งหมดนั้นจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนและพัฒนารูปแบบการให้บริการของเหมืองปิล็อกอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

คำ วงค์เทพ. (2554). การศึกษาการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนในอำเภอแม่ลาน้อย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จุฑามาศ แก้วพิจิตร. (2559). การศึกษากระบวนการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต. วารสาร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ ปีที่ 8 (ฉบับที่ 1),53-55. สืบค้นเมื่อ สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2562, จาก http://www.hrd.nida.ac.th/shrdjournal/image/1_59/6.%20Journal-1-2559.pdf

ณัฐวุธ บุศเนตร. (2557). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมน ตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี. งานนิพนธ์ รัฐประศาสนศาตรมหาบัณฑิต. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.

ดวงพร ปวงมาลา. (2557). การใช้แหล่งเรียนรู้ในชุมชนของครูในสถานศึกษาของศูนย์เครือข่าย สถานศึกษาอำเภอเถิน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลำปาง เขต 2. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศึกษา ศาสตรมหาบัณฑิต. ลำปาง : มหาวิทยาลัยเนชั่น.

เด็กทุนเสนอไอเดีย ออกแบบเหมืองในฝัน. (2560, 8 สิงหาคม). โครงการเหมืองแร่โพแทช จังหวัดอุดรธานี. สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2562. จาก http://udonpotash-news.blogspot.com/2017/08/blog-post_24.html

นเรนทร์ ปัญญาภู และสุวิภา จำปาวัลย์. (2557). ความสำเร็จในกระบวนการจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น จังหวัดลำพูน. โครงการวิจัยและกิจกรรมงานด้านพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นของกองทุนวิจัยฯ. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

วีระพน ภานุรักษ์. (2558). การพัฒนารูปแบบการเผยแพร่แหล่งการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นออนไลน์ เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. การประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 1. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

โศรยา สิ่งชูวงศ์. (2546). วิวัฒนาการแหล่งท่องเที่ยว กรณี เกาะช้าง จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม. นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุทัศน์ ฟังประเสริฐกุล. (2558). บทบาทของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในการพัฒนาสังคม กรณีศึกษา พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่ ก่อตั้ง โดยวัด,ชุมชนและเอกชน ในจังหวัดนครปฐม. สารสารวิชาการฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ปีที่ 9 (ฉบับที่ 2), 164-166. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2562, จาก https://www.tcithaijo.org/index.php/ EAUHJSocSci/article/view/195268/144073

ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและสุขภาวะที่พยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

Person-Job Fit and Well-being Predicting Employee Engagement in Electric Industry.

มุกมณีย์ ภูวงค์*
Mukmanee Puwong*
นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ
คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*
Master of Arts Program in Industrial and Organizational Psychology, Faculty of Applied Arts.
King Mongkut's University of Technology North Bangkok*
อีเมล์: s6108031856069@kmutnb.ac.th

อาจารย์ ดร.ชนัดดา เพ็ชรประยูร**
Chanadda Petchprayoon, Ph.D.**
คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ**
Faculty of Applied Arts. King Mongkut's University of Technology North Bangkok**
อีเมล์: chanadda.p@arts.kmutnb.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน สุขภาวะ และความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน และความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาวะและความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า และ 4) เพื่อพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้าด้วยความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและสุขภาวะ กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า จำนวน 398 คน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน สุขภาวะ และความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานของพนักงานอยู่ในระดับมาก สุขภาวะอยู่ในระดับมาก และความผูกพันต่อองค์การของพนักงานอยู่ในระดับมาก 2) ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.01 3) สุขภาวะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 4) สุขภาวะและความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานได้ร้อยละ 53.70

คำสำคัญ: ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน สุขภาวะ ความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน พนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the level of person-job fit, well-being and employee engagement in electric industry 2) to study relationship between person-job fit and employee engagement in electric industry 3) to study relationship between well-being and employee engagement in electric industry and 4) to predict employee engagement in electric industry with person-job fit and well-being. The sample group was 398 employees by proportional stratified random sampling. A questionnaire was also used as an instrument which comprised of personal data, person-job fit, well-being and employee engagement. The statistic used to analyze data were percentage, frequency, mean, standard deviation, Pearson Product Moment Correlation and Stepwise Multiple Regression Analysis.

The results revealed that 1) Person-job fit, well-being and employee engagement in electric industry were at high level 2) There was a positive relationship between person-job fit and employee engagement with a statistical significance at .01 level ($p < .01$) 3) There was a positive relationship between well-being and employee engagement with a statistical significance at .01 level ($p < .01$) and 4) Well-being and person-job fit accounted for 53.70% of variance in employee engagement.

Keywords: Person-Job Fit, Well-being, Employee Engagement, Electric Industry Employees

บทนำ

ไฟฟ้าเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน และเป็นตัวแปรสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ การเพิ่มผลผลิตทั้งเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมที่ทันสมัย (สำนักข่าวไทย, 2556) ซึ่งในอุตสาหกรรมไฟฟ้ามีโครงสร้างพื้นฐานด้านการผลิต ส่งออกไฟฟ้าและพลังงาน การขายส่วนมากเป็นการทำสัญญาซื้อขายระหว่างรัฐบาล องค์การ และบริษัท โดยทิศทางการพัฒนาจะมีแนวโน้มการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน (Renewable Energy) มากขึ้น และพัฒนาเป็นระบบจ่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ (Smart Grid) เพื่อให้สามารถควบคุม ตรวจสอบ สื่อสารต่าง ๆ ในระบบการจ่ายไฟฟ้า (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2557, p. 6) ซึ่งแนวโน้มการใช้ไฟฟ้าในอนาคต จะต้องมีโรงไฟฟ้าหลักกระจายในทุกภาคของประเทศเพื่อความ

มั่นคง รวมทั้งต้องมีการบริหารจัดการที่ดี เพื่อรองรับกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของพลังงานหมุนเวียนและการผลิตไฟฟ้าใช้เองของผู้บริโภค (มนูญ ศิริวรรณ, 2561) โดยปัจจุบันปี 2562 ความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้าของคนไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในทุกสาขาเศรษฐกิจ โดยครัวเรือนและธุรกิจ การใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น 15.4% และ 9.3% ตามลำดับ ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งเนื่องจากอุณหภูมิที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับการใช้ไฟฟ้าในภาคธุรกิจเพิ่มขึ้นตามความต้องการของกลุ่มธุรกิจหลัก เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรม อพาร์ตเม้นและเกสต์เฮาส์ ขายปลีก อสังหาริมทรัพย์ โรงพยาบาล ขายส่ง ภัตตาคารและไนต์คลับ เป็นต้น และยังส่งผลต่อกำลังผลิตในระบบไฟฟ้าที่ต้องเพิ่มขึ้นตามความต้องการใช้ (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน, 2562, p. 34) และสิ่งที่เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนในอุตสาหกรรมไฟฟ้า นั่นคือพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

พนักงานในองค์การเปรียบเสมือนทรัพยากรมนุษย์อันมีค่าขององค์การ ถ้าองค์การขาดทรัพยากรมนุษย์ไปคงดำเนินการต่อได้ยาก ซึ่งความผูกพันต่อองค์การของพนักงานถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งพนักงานในองค์การ โดยทัศนคติเชิงบวกที่มีผลให้พนักงานทำให้องค์การมีคุณค่า พนักงานที่มีความผูกพันจะตระหนักถึงบริบททางธุรกิจขององค์การและเต็มใจทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน และเพื่อประโยชน์ขององค์การ องค์การต้องดำเนินการเพื่อพัฒนาและรักษาความผูกพันของพนักงานไว้ (Robinson, Perryman & Hayday, 2004, p. 21) ซึ่งตัวแปรสำคัญที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานได้นั้น คือความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน ดังที่ Hamid & Yahya (2016, pp. 702-709) พบผลวิจัยว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันในงานของพนักงานในองค์การ และงานวิจัยของ Sulistiowati, Nurul & Endang (2018, pp. 75-81) พบว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน จึงกล่าวได้ว่าความผูกพันต่อองค์การของพนักงานเป็นตัวเสริมสร้างและพัฒนาองค์การ เป็นแรงผลักดันให้ผู้ปฏิบัติงานในองค์การทำงานได้ดียิ่งขึ้น และยังใช้ทำนายอัตราการเข้าออกของพนักงานอีกด้วย (วีรวัตร ทองตำลึง, 2552) ทั้งนี้ Mumtaz, Rohani & Mohamed (2015, pp. 313-320) ได้กล่าวไว้ว่าเมื่อความสอดคล้องเกิดขึ้นจะสร้างผลลัพธ์เชิงบวกเกี่ยวกับงานและพฤติกรรม ในทำนองเดียวกันถ้าความสอดคล้องระหว่างพนักงานกับผู้ว่าจ้างสูงจะทำให้บุคคลมีความผูกพันในองค์การระดับสูง และเมื่อบุคคลมีความสอดคล้องที่ดีกับงานและองค์การจะทำให้ระดับความผูกพันในองค์การสูงขึ้นด้วย ในทางตรงกันข้ามถ้าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานอยู่ในระดับต่ำก็ทำให้ความผูกพันต่ำไปด้วย (Warr & Inceoglu, 2012, pp. 1-22)

นอกจากความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานที่มีอิทธิพลต่อความความผูกพันต่อองค์การของพนักงานแล้วสุขภาวะยังเป็นตัวแปรอีกตัวหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน โดยประเวศ วะสี (2547, p.9) กล่าวว่า สุขภาวะเป็นความสมดุลที่เกิดจากความถูกต้องทั้งหมดของทั้งร่างกาย ทางจิต ทางสังคม และทางจิตวิญญาณ ซึ่ง Robertson & Cooper (2009, pp. 324-336) ได้กล่าวไว้ว่าพนักงานมีสุขภาวะเพิ่มขึ้นจะทำให้ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานเพิ่มขึ้น ความผูกพัน (Engagement) จะรวมสุขภาวะของพนักงานเป็นพื้นฐานในการสร้างประโยชน์ที่ยั่งยืนต่อบุคคลและองค์การ ปัจจัยของสุขภาวะและ

ความผูกพันเชื่อมโยงกับผลประโยชน์และผลลัพธ์ขององค์การ โดยพบว่าสุขภาวะช่วยเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันและผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การ กล่าวได้ว่าสุขภาวะเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาระดับที่ยั่งยืนของความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ดังผลการวิจัยของ Brunetto, Shacklock & Farr-Wharton. (2012, pp. 428-441) พบว่าสุขภาวะมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าเมื่อพนักงานในองค์การมีความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและมีสุขภาวะจะส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานได้ และในแผนบริหารความเสี่ยงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2562, p. 17) ได้ระบุความเสี่ยงในการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจและ PA สายงาน ปี 2562 จำนวน 12 เรื่อง ซึ่งเรื่องที่ 5 เป็นเรื่องของความผูกพันของพนักงานต่อ กฟผ. ซึ่งพบว่าระดับความผูกพันของพนักงานต่อ กฟผ. ต่ำกว่าร้อยละ 79 จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน สุขภาวะ และความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในเสริมสร้างให้เกิดความผูกพันต่อองค์การของพนักงานและใช้ในการวางแผนร่วมกันในองค์การเพื่อพัฒนาพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับค่านิยมและวัตถุประสงค์ขององค์การทั้งในปัจจุบันและอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน สุขภาวะ และความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน และความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาวะ และความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า
4. เพื่อพยากรณ์ความผูกพันความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้าด้วยความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและสุขภาวะ

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1. ความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน (Employee Engagement)

Engagement ได้เริ่มต้นจากธุรกิจและการให้คำปรึกษา และต่อมาก็เริ่มใช้ในการศึกษา ซึ่งต้นกำเนิดของ Employee Engagement ยังไม่มีความชัดเจนเพียงพอ แต่ที่ใกล้เคียงที่สุดได้เริ่มใช้ในปี 1990 จากบริษัทแกลลัพ (Gallup Organizational) (Buckingham & Coffman, 1999, p.10) ถึงแม้คำว่า “Employee Engagement” และคำว่า “Work Engagement” โดยปกติจะใช้สลับกันได้ แต่คำหลังมีความเฉพาะเจาะจงมากกว่า เพราะ Work Engagement ใช้กับความสัมพันธ์ของพนักงานกับตัวเองหรืองาน ส่วน Employee Engagement จะรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์การด้วย (Scgaufeli & Bakker, 2010, p. 10) ซึ่ง Sak (2006, pp. 600-619) ได้กล่าวไว้ว่า Employee Engagement คือระดับความตั้งใจและความหมกมุ่นของ

บุคคลที่มีต่อการปฏิบัติตามบทบาทของตน จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้นิยามความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน (Employee Engagement) ว่าหมายถึง การแสดงออกทางด้านความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมในเชิงบวกต่อองค์การ มีแรงจูงใจ มีความหลงใหล มีความกระตือรือร้นต่องานด้วยตนเอง และต้องการอยู่กับองค์การในระยะยาว เต็มใจที่จะทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์การและสนับสนุนเป้าหมายขององค์การเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จขององค์การ ทั้งนี้ได้สรุปองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์การของพนักงานโดยจะแสดงพฤติกรรมทั่วไปอย่างต่อเนื่อง 3 องค์ประกอบ ตามที่ Hewitt (2015, p. 9) ได้สรุปไว้ ดังนี้ 1. การพูด (Say) หมายถึง การพูดสนับสนุนองค์การในทางที่ดีอย่างสม่ำเสมอกับเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างานและลูกค้า 2. การคงอยู่ (Stay) หมายถึง มีความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์การ และปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ และ 3. การพยายามอย่างหนัก (Strive) หมายถึง มีมีแจงจูงใจ (Motivated) และใช้ความพยายาม (Effort) เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จในงานและองค์การ

2. ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน (Person-Job Fit)

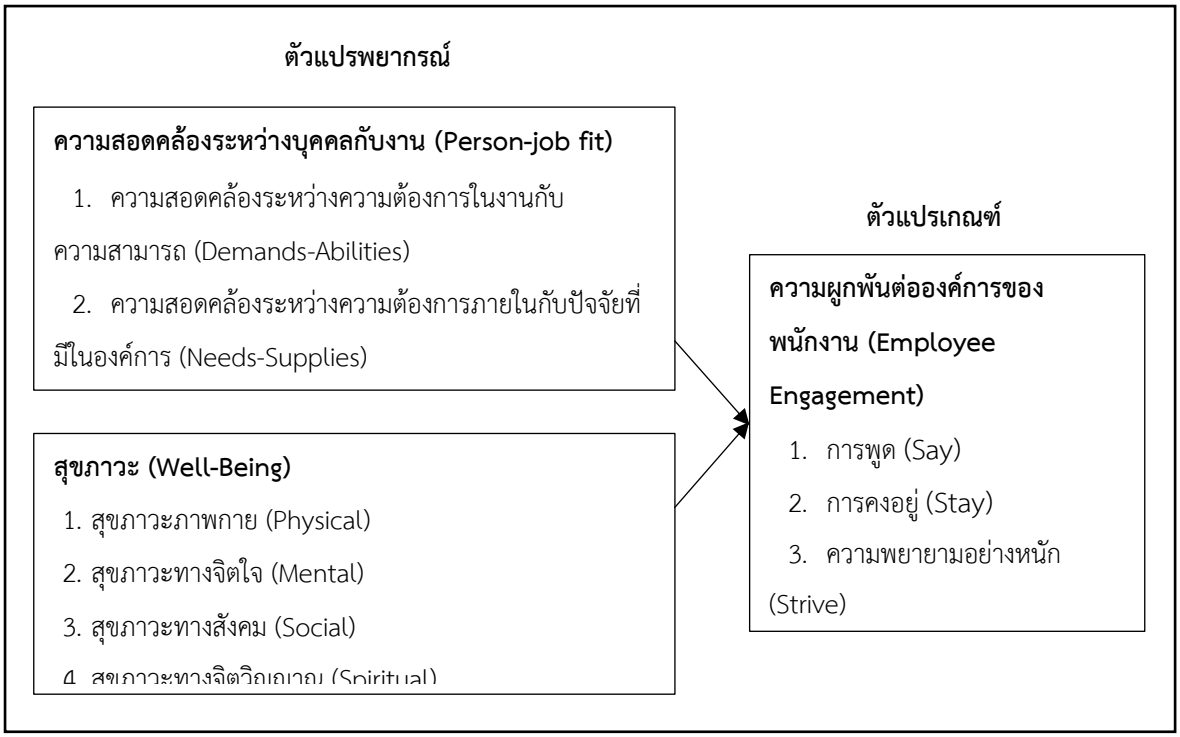
แนวคิดความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานนั้นมีความแพร่หลายในพฤติกรรมองค์การ และในจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ สาระสำคัญของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน มีความเกี่ยวข้องกับบุคคลและการปฏิบัติงานที่เป็นตัวกำหนดร่วมของผลลัพธ์ส่วนบุคคลและองค์การ (Edwards, 1991, pp. 283-357) โดยพื้นฐานของแนวคิดนี้รองรับทั้งในเชิงทฤษฎีและการวิจัยมากมายทั้งในพฤติกรรมองค์การ จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ รวมไปถึงการจูงใจ ความพึงพอใจในงาน ความเครียดในงาน และการเลือกอาชีพ จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้นิยามความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานว่าหมายถึง การที่บุคคลสามารถรับรู้ได้ว่า ความรู้ ทักษะ และความสามารถ ของตนสอดคล้องกับงาน และความเข้ากันได้กับความต้องการของพนักงานกับสิ่งที่องค์การมีให้ ส่งผลให้บุคคลเกิดความพึงพอใจและสร้างผลงานในทางที่ดีให้แก่องค์การและตนเอง ทั้งนี้ได้แบ่งองค์ประกอบพื้นฐานของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานไว้ 2 องค์ประกอบตามที่ Edward (1991) ได้ระบุไว้คือ 1. ความสอดคล้องระหว่างความต้องการในงานกับความสามารถของบุคคล (Demands-Abilities) หมายถึง การที่บุคคลมีความรู้ ทักษะ และความสามารถสอดคล้องกับข้อกำหนดเกี่ยวกับตำแหน่งงาน (Job Requires) และ 2. ความสอดคล้องระหว่างความต้องการภายในกับปัจจัยที่มีในองค์การ (Needs-Supplies) หรือความสอดคล้องระหว่างปัจจัยที่มีในองค์การกับค่านิยมของพนักงาน (Supplies-Values) หมายถึง การที่บุคคลมีความต้องการ ความปรารถนาหรือสิ่งที่ชอบสอดคล้องกับสิ่งที่องค์การมีให้

3. สุขภาวะ (Well-being)

ทฤษฎีสุขภาวะ (Well-being Theory) ได้เริ่มต้นมาจากทฤษฎีความสุขที่แท้จริง (Authentic Happiness Theory) โดย Seligman (2011) ได้มีการเคลื่อนไหวในศาสตร์จิตวิทยาเชิงบวกและมีการเลิกใช้คำว่าความสุข เนื่องจาก 1. คำว่าความสุขถูกใช้มากเกินไปจนทำให้ความหมายทั้งหลายสูญหายไป 2. คำว่าความสุขเกี่ยวข้องกับสภาวะอารมณ์ที่รื่นเริง ยิ้มแย้ม แจ่มใส ก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนว่าคนที่เก็บตัว หรือคนที่มีการแสดงออกน้อย ไม่มีความสุข และ 3. แนวคิดความสุขเป็นเพียงสิ่งเดียวที่มนุษย์แสวงหา นอกจากนี้

ในทฤษฎีความสุขที่แท้จริงยังมีช่องว่าง เพราะละเลยเรื่องความสำเร็จและความรอบรู้ไป Seligman (2011) จึงเห็นว่า “สุขภาวะ (Well-being)” เหมาะสมกว่า และนำเสนอทฤษฎีสุขภาวะ ซึ่งทำให้จิตวิทยาเชิงบวกมีการเปลี่ยนแปลงจาก ทฤษฎีความสุขที่แท้จริง (Authentic Happiness Theory) มาเป็นทฤษฎีสุขภาวะ (Well-being Theory) จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้นิยามสุขภาวะ ว่าหมายถึง ภาวะที่บุคคลสมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย ทางจิตใจ ทางสังคมและทางจิตวิญญาณ มีการแสดงออกที่เหมาะสม รับรู้สภาวะของตนเองและสามารถประเมินตนเองได้ รวมถึงอยู่ภายใต้การบริหารจัดการที่ดีของภาครัฐ ส่งผลให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในชีวิตและมีความสุข ทั้งนี้ได้สรุปองค์ประกอบของสุขภาวะไว้ 4 ด้านตามที่ World Health Organization (2005) ได้สรุปไว้ดังนี้ 1. สุขภาวะทางกาย (Physical) คือ การมีสุขภาพทางร่างกายที่ดี อวัยวะต่าง ๆ มีความแข็งแรง มีความสามารถในการใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า มีทักษะในการควบคุมกล้ามเนื้อ รวมถึงสภาพทางสมองที่ส่งผลต่อกระบวนการคิดวิเคราะห์ 2. สุขภาวะทางจิตใจ (Mental) คือ การมีสุขภาพจิตที่ดี มีภูมิคุ้มกันทางด้านสังคม มีอารมณ์มั่นคง ไม่มีความตึงเครียดทางอารมณ์เกิดไป ตลอดจนมีความภาคภูมิใจในตนเอง 3. สุขภาวะทางสังคม (Social) คือ การมีความสัมพันธ์ทางสังคมที่ดี สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันได้ มีความรักและความเอื้ออาทรให้แก่กันแม้จะอยู่ภายใต้กระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงก็ตาม และ 4. สุขภาวะทางจิตวิญญาณ (Spiritual) คือ การตระหนักรู้ถึงการดำรงชีวิต มีชีวิตอยู่อย่างมีคุณค่า มีความหมาย มีเป้าหมาย มีที่ยึดเหยี่ยวทางจิตใจ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ด้วยความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน และสุขภาวะ ของพนักงานในองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) จำนวน 66,404 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยใช้การคำนวณจากสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) โดยมีระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ทำให้มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 398 คน

2. วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้อุตสาหกรรมไฟฟ้าเป็นชั้นภูมิตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (Proportional to Size) เมื่อได้จำนวนที่คำนวณตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแล้ว จึงทำการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อง่ายต่อการแจกและเก็บแบบสอบถาม โดยเก็บเกินจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ 5% เพื่อคัดเลือกแบบสอบถามที่ตอบกลับสมบูรณ์ที่สุด

3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ศึกษาค้นคว้าเอกสาร กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย กำหนดข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สร้างแบบสอบถามแล้วนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ และพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เมื่อได้รับการพิจารณาและตรวจสอบแล้วผู้วิจัยจึงหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item - Objective Congruence : IOC) โดยค่า IOC มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ซึ่งแบบสอบถามมีการตัดข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องน้อยกว่า 0.5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559) จำนวน 6 ข้อ จาก 82 ข้อ เหลือ 76 ข้อ และปรับปรุงแก้ไขด้านสำนวนภาษา ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้าที่โครงการ อค.-นร. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก โดยใช้การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item - Total Correlation) ซึ่งผลที่ได้ต้องมีค่า r มากกว่า 0.3 ขึ้นไป (สิน พันธุ์พินิจ, 2553) จากผลการทดสอบไม่มีข้อใดมีค่า r น้อยกว่า 0.3 และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ซึ่งผลที่ได้ต้องมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559) จากผลการทดสอบไม่มีข้อใดมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาน้อยกว่า 0.7 จากนั้นนำแบบสอบถามดังกล่าวมาดำเนินการเก็บข้อมูลจริง

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาสร้างเป็นข้อคำถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน จำนวน 13 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .870ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับสุขภาวะ จำนวน 37 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .970 และตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน จำนวน 26 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .981

5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบจำนวน 418 ชุด โดยเก็บเกินจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ 5% เพื่อคัดเลือกแบบสอบถามที่ตอบกลับสมบูรณ์ที่สุด ปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 418 ชุด แต่เมื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ 398 ชุด ซึ่งเท่ากับการคำนวณกลุ่มตัวอย่างพอดี

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าสถิติร้อยละและค่าความถี่ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์อธิบายถึงระดับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน สุขภาวะ และความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อหาความสัมพันธ์ของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า และสุขภาวะกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้น เพื่อวิเคราะห์ตัวพยากรณ์ร่วมในการทำนายความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและสุขภาวะที่ร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง “ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและสุขภาวะที่พยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน สุขภาวะ และความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

จากการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน สุขภาวะ และความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ระดับได้ดังนี้ ระดับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.77, S.D. = .491) ระดับสุขภาวะโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.07, S.D. = .405) ระดับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.04, S.D. = .516)

1.2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานที่ 1 ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

ตัวแปร	ความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน		
	r	$(r)^2$x100	p
ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน	.595**	35.40	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า พบว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ถ้าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเพิ่มขึ้น ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานจะเพิ่มขึ้นด้วย โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (r = .595) คิดเป็นร้อยละ 35.40 จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 1

จากสมมติฐานที่ 2 สุขภาวะมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างสุขภาวะกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

ตัวแปร	ความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน		
	r	$(r)^2$x100	p
สุขภาวะ	.691**	47.70	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างสุขภาวะกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า พบว่าสุขภาวะโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ถ้าสุขภาวะเพิ่มขึ้น ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานจะเพิ่มขึ้นด้วย โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (r = .691) คิดเป็นร้อยละ 47.70 จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 2

1.3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคุณแบบขั้นเพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานที่ 3 ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและสุขภาวะสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและสุขภาวะสามารถที่ร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

ขั้นที่	ตัวแปรพยากรณ์	R	R^2	Adj R^2	F	p
1	สุขภาวะ	.691	.477	.476	360.091**	.000
2	สุขภาวะและความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน	.733	.537	.534	228.335**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและสุขภาวะสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า พบว่าตัวแปรสุขภาวะและความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน และได้รับการคัดเลือกเข้าสู่สมการถดถอย ทั้ง 2 ตัวแปร ใน 2 ขั้นตอนโดยพิจารณาค่า F มีนัยสำคัญทางสถิติ

พบว่าขั้นที่ 1 สุขภาวะสามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ได้ร้อยละ 47.70 และขั้นที่ 2 เมื่อเพิ่มตัวแปรความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานร่วมกับสุขภาวะสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ได้ร้อยละ 53.70

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อหารูปแบบสมการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า

ตัวแปร	b	S.E.b	β	t	P
1. (ค่าคงที่)	.462	.190		2.436	.015
สุขภาวะ	.880	.046	.691	18.976	.000
2. (ค่าคงที่)	.160	.184		.873	.383
สุขภาวะ	.663	.053	.521	12.473	.000
ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน	.314	.044	.298	7.141	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 ผลการการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อหารูปแบบสมการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า พบว่าสมการถดถอยที่เหมาะสม คือ ความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน = .160 + .663 (สุขภาวะ) + .314 (ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน) จากสมการข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า ถ้าสุขภาวะเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้คะแนนความผูกพันต่อองค์การของพนักงานเพิ่มขึ้น .663 หน่วย ถ้าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้คะแนนความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน เพิ่มขึ้น .314 หน่วย โดยมีค่าคงที่เท่ากับ .160

เมื่อแปลงคะแนนดิบให้เป็นคะแนนมาตรฐาน (Z-Score) จะได้สมการพยากรณ์ ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ ความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน = .521 (สุขภาวะ) + .298 (ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน) จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 3

2. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน และสุขภาวะ ที่พยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า” สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

จากสมมติฐานที่ 1 ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า พบว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมไฟฟ้ามีการรับพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะ สอดคล้องกับคุณสมบัติหรือลักษณะที่จำเป็นของงาน ส่งผลให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมไฟฟ้าก็มีสิ่งต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของพนักงาน เช่น สวัสดิการ สิทธิประโยชน์ในการรักษาพยาบาล การฝึกอบรมและการพัฒนา เบี้ย

เลี้ยง การกู้ยืมเงินตามความจำเป็น กิจกรรมแรงงานสัมพันธ์ เป็นต้น จึงทำให้เกิดความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน แล้วส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงคุณภาพของ Mumtaz, Rohani & Mohamed (2015, pp. 313-320) ที่พบว่าเมื่อความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเกิดขึ้นจะสร้างผลลัพธ์เชิงบวกเกี่ยวกับงานและพฤติกรรม ในทำนองเดียวกันถ้าความสอดคล้องระหว่างพนักงานกับผู้ว่าจ้างสูงจะทำให้บุคคลมีความผูกพันในองค์การระดับสูง และเมื่อบุคคลมีความสอดคล้องที่ดีกับงานและองค์การจะทำให้ระดับความผูกพันในองค์การสูงขึ้นด้วย ในทางตรงกันข้ามถ้าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานอยู่ในระดับต่ำก็ทำให้ความผูกพันต่ำไปด้วย (Warr & Inceoglu, 2012, pp. 8-12) เช่นเดียวกับผลการวิจัยของเหมือนดาว คุณณะ (2549, pp. 51-59) ที่พบว่าความสอดคล้องระหว่างความสามารถของบุคคลกับความต้องการของงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่องาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (r =.195) และความสอดคล้องระหว่างความต้องการของบุคคลกับคุณลักษณะของงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่องาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (r = .148) กล่าวคือความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมีความ สัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่องานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และงานวิจัยของ ชลลดา อรุณสันติโรจน์, ชิดชนก คงสมพงษ์ และวธูสิริ พรหมดวง (2557, pp. 44-83) ที่พบว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ความต้องการของงานกับความสามารถที่มีของบุคคล และความต้องการภายในของบุคคลกับปัจจัยที่งานมีให้ มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ameer & Rasidah (2016, pp. 3-12) ที่พบว่าความสอดคล้องระหว่างความต้องการภายในกับปัจจัยที่มีในองค์การ (Needs-Supplies) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากสมมติฐานที่ 2 สุขภาวะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างสุขภาวะกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า พบว่าสุขภาวะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อุตสาหกรรมไฟฟ้าได้ให้ความ สำคัญกับสุขภาวะของพนักงานทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ เห็นได้จากการที่การไฟฟ้านครหลวงชนะเลิศในกิจกรรม “Healthy Organization Challenge” ปี 2562 ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เชิญชวนให้องค์กร รัฐ และเอกชน มาแข่งขันทำภารกิจเพื่อให้เกิดแนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านสุขภาพ นอกจากนี้อุตสาหกรรมไฟฟ้ายังเป็นองค์การที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมทั้งภายในและภายนอก เช่น การแข่งขันกีฬา เพื่อส่งเสริมการเข้าสังคมในที่ทำงาน ลานกิจกรรมในองค์การ และผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าอายุงานส่วนใหญ่ของพนักงานมากกว่า 12 ปี ทำให้ทราบถึงความผูกพันของพนักงานที่อยากคงอยู่กับองค์การตลอดไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Robertson & Cooper (2009, pp. 324-336) ที่ว่าความผูกพันจะรวมสุขภาวะของพนักงานเป็นพื้นฐานในการสร้างประโยชน์ที่ยั่งยืนต่อบุคคลและองค์การ ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานมีความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อสุขภาวะและสะท้อนมุมมองของความผูกพันของพนักงาน จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าปัจจัยทั้งสุขภาวะและความผูกพันเชื่อมโยงกับ

ผลประโยชน์และผลลัพธ์ขององค์การ พบว่าสุขภาวะช่วยเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันและผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การ กล่าวได้ว่าสุขภาวะเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาระดับที่ยั่งยืนของความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน สรุปได้ว่าบุคคลที่มีระดับของสุขภาวะสูงจะทำให้ความผูกพันสูงขึ้นไปด้วย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Brunetto et al. (2012, pp. 428-441) ที่พบว่าสุขภาวะมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (r = 0.432) ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรศักดิ์ สุดหล้า (2560, pp. 128) ที่พบว่าสุขภาวะส่งอิทธิพลทางตรงต่อความยึดมั่นผูกพันกับงานของครู (β = .498, R^2 = .647) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และงานวิจัยของวิภาพร ตัณฑสวัสดิ์, นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล และรัตติกรณ์ จงวิศาล (2559, pp. 179) ที่พบผลการทดสอบเส้นทางอิทธิพลว่าการเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงาน การเรียนรู้และทดลองกระทำ และความยึดมั่นผูกพันในงานได้รับอิทธิพลทางบวกโดยตรงจากสุขภาวะทางจิตวิญญาณ และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการดำรงชีวิตในเชิงจิตภายในและทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกผ่านตัวแปรสุขภาวะทางจิตวิญญาณ

จากสมมติฐานที่ 3 ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและสุขภาวะสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า พบว่าตัวแปรสุขภาวะและความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานได้ โดยสุขภาวะเป็นตัวแปรที่พยากรณ์สูงสุดเป็นอันดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอุตสาหกรรมไฟฟ้าได้ส่งเสริมและพัฒนาด้านสุขภาวะทางกาย เช่น การจัดกิจกรรมกีฬาภายใน ด้านสุขภาวะทางจิตใจ เช่น การได้รับโบนัสจากองค์การ ด้านสุขภาวะทางสังคม เช่น ห้องสมุดในองค์การ และด้านสุขภาวะทางจิตวิญญาณ เช่น การวางเป้าหมายร่วมกับองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับที่ The Tower Perrin Talent Report (Perrin, 2003, p. 10) ได้ระบุ 10 ลำดับคุณลักษณะของสถานที่ทำงานที่ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ซึ่ง 3 ลำดับแรกได้แก่ สุขภาวะของพนักงาน, ความท้าทายของงาน และอำนาจในการตัดสินใจของพนักงาน เช่นเดียวกับ Robinson et al. (2004, p.21) ได้ผลจากการสำรวจที่ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญในการสร้างความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน คือการรู้สึกมีคุณค่าและการมีส่วนร่วม ซึ่งประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ พนักงานรู้สึกว่ามีโอกาสในการแสดงความคิดเห็น พนักงานมีโอกาสพัฒนางานด้วยตนเอง และองค์การให้ความสำคัญกับสุขภาพและสุขภาวะของพนักงาน และสอดคล้องกับการวิจัยของ Ryan & Deci (2000, pp. 68-78) ที่พบว่าการเกิดความผูกพันอย่างต่อเนื่องนั้นต้องเกิดจากการมีสุขภาวะที่ดี และงานวิจัยของวัชรศักดิ์ สุดหล้า (2560, p. 128) ที่พบว่าสุขภาวะส่งอิทธิพลทางตรงต่อความยึดมั่นผูกพันกับงานของครู (β = .498, R^2 = .647) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานที่รองลงมา คือ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน ทั้งนี้องค์การอาจมีกระบวนการในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่ทำให้ได้พนักงานที่มีความรู้ ทักษะ และความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งงาน พนักงานจะได้แสดงความสามารถในการทำงานอย่างเต็มที่ นอกจากนี้องค์การก็ยังมีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งที่เป็นรูปธรรม เช่น เงินเดือน โบนัส รางวัล เป็นต้น และนามธรรม เช่น คำชมเชย การได้รับการยอมรับ เป็นต้น จึงอาจส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจในงาน มีแรงจูงใจและใช้ความพยายามเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จในงานและองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Bakker (2010, pp. 189-206) ได้กล่าวไว้

ว่าพนักงานที่มีความผูกพันสามารถทำให้งานประสบความสำเร็จจากการเพิ่มความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน เช่นเดียวกับ Christian, Garza & Slaughter (2011, pp 89-136) ที่พบว่าพนักงานจะมีความผูกพันได้ก็ต่อเมื่อได้พัฒนาความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานอย่างเข้มแข็ง และงานวิจัยของ Ameer & Rasidah (2015, pp 12) ที่พบว่าความสอดคล้องระหว่างความต้องการในงานกับความสามารถของพนักงานและความสอดคล้องระหว่างความต้องการภายในกับปัจจัยที่มีในองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกและสามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางซึ่งอาจเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์การ และเป็นแนวทางในการเพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ ดังนี้

1.1 จากผลการวิจัยระดับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน สุขภาวะ และความผูกพันต่อองค์การของพนักงานอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าองค์การให้ความสำคัญและเอาใจใส่ทั้ง 3 ตัวแปร เป็นอย่างดี ดังนั้นเพื่อจะรักษาสิ่งเหล่านี้ไว้ตลอดไป องค์การจึงควรส่งเสริมและให้ความสำคัญถึงปัจจัยหรือองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรมากยิ่งขึ้นเพื่อยกระดับการพัฒนาองค์การตามวัตถุประสงค์อย่างยั่งยืน

1.2 จากผลการวิจัยพบว่าตัวแปรสุขภาวะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน แสดงให้เห็นว่าองค์การจึงควรส่งเสริมและสร้างสุขภาวะที่ดีให้เกิดขึ้นในองค์การเพื่อเพิ่มความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ดังที่ดวงเนตร ธรรมกุล (2555, pp. 1-10) ได้สรุปหลักในการปรับปรุงสุขภาวะในองค์การดังนี้ 1. ต้องมีการพัฒนานโยบายและนำไปปฏิบัติในระดับชาติและระดับองค์การเพื่อสนับสนุนสุขภาวะของพนักงาน 2. ต้องมีการป้องกันและสนับสนุนสุขภาวะในสถานประกอบการ 3. ต้องมีการปรับปรุงสิทธิในการเข้าถึงการบริการอาชีวอนามัยขั้นพื้นฐาน 4. ต้องมีการสื่อสารถึงการปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพในการปรับปรุงสุขภาวะของพนักงาน และ 5. ควรมีการนำประเด็นสุขภาวะของพนักงานมาพิจารณาในระดับกว้างทั้งในบริบทการศึกษา การค้าขายและธุรกิจ และการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

1.3 จากผลการวิจัยพบว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน แสดงให้เห็นว่าองค์การควรพิจารณาการสรรหาและการคัดเลือกบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานร่วมกับองค์การให้มีความสอดคล้องกันระหว่างความต้องการในงานกับความสามารถของบุคคล โดยมีกระบวนการพิจารณาคุณสมบัติจากประวัติย่อ การสัมภาษณ์ การทดสอบทางจิตวิทยา เป็นต้น เพื่อให้ได้พนักงานที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของงาน นอกจากนี้ องค์การสามารถตอบสนองความต้องการของพนักงานไม่ว่าจะเป็นความสนใจ เป้าหมาย ค่านิยม ของพนักงานกับปัจจัยที่งานและองค์การมีให้ เช่น คุณลักษณะของงาน ลักษณะของอาชีพ และค่าตอบแทน เป็นต้น เพื่อเพิ่มความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน

1.4 จากผลการวิจัยพบว่าตัวแปรสุขภาวะและความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานได้ในร้อยละ 53.70 แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมไฟฟ้าควรให้

ความสำคัญกับสุขภาวะของพนักงาน ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกาย ด้านจิตใจ ด้านสังคม และด้านจิตวิญญาณ โดยการสร้างกิจกรรมส่งเสริมสุขภาวะของพนักงาน เช่น กีฬาเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ห้องสมุดเพื่อส่งเสริมความรู้ เป็นต้น และองค์การควรให้ความสำคัญกับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพ เช่น การสรรหาและการคัดเลือกบุคลากรให้สอดคล้องกับงาน การตอบตอบสนองความต้องการของพนักงาน เป็นต้น เพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์การของพนักงานอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยเรื่องความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานและสุขภาวะที่พยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า ยังคงมีประเด็นที่ควรต้องได้รับการศึกษาต่อไป ทั้งนี้เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นที่ควรได้รับการศึกษาต่อไปดังนี้

2.1 ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน สุขภาวะ และความผูกพันต่อองค์การของพนักงานเฉพาะพนักงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้า ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะมีการศึกษากับพนักงานที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมหรือหน่วยธุรกิจประเภทอื่นเพิ่มเติม เช่น การประปา ยานยนต์ เทคโนโลยีและสารสนเทศ เป็นต้น

2.2 ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำวิจัยเชิงปริมาณโดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ซึ่งถ้าหากในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น หรือต้องการเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การ ในการศึกษาวิจัยอาจทำวิจัยเชิงคุณภาพได้โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ การสังเกต การสนทนากลุ่ม เป็นต้น

2.3 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาสุขภาวะ และความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กรในภาพรวม ในการวิจัยครั้งต่อไป หากต้องการทราบถึงองค์ประกอบรายด้านของแต่ละตัวแปรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน อาจศึกษาโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบรายด้านในสมการณ์พยากรณ์

2.4 ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผลการวิจัยพบว่าสุขภาวะและความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานได้ในร้อยละ 53.70 ซึ่งขาดไปร้อยละ 46.60 ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศมากยิ่งขึ้น เพื่อค้นหาตัวแปรที่พยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานได้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (2562). *แผนการบริหารความเสี่ยงสายงานรองผู้ว่าการบริหาร*. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2562 จาก http://www4.egat.co.th/corporate-governance/ images/Document/news_and_event/Risk/plan_Risk%202562.pdf

ชลลดา อรุณสันติโรจน์, ชิดชนก คงสมพงษ์ และธูสิริ พรหมดวง. (2557). *บรรยากาศองค์การ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน และความผูกพันในงานของพนักงานเจนวาย: การวิจัยผสาวิธี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศษสตร์บัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดวงเนตร ธรรมกุล. (2555). วารสารวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ [ออนไลน์]. *การสร้างสุขภาวะในองค์กร*, 6(1), 1-10.

ประเวศ วะสี. (2547). *พลังสุขภาพที่ขับเคลื่อนไปสู่การพ้นทุกข์ร่วมกัน คู่มือการจัดกิจกรรมค่ายเชิงสร้างเสริมสุขภาวะ(ฉบับเยาวชน)*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อาษา.

มนูญ ศิริวรรณ. (2561). *อุตสาหกรรมไฟฟ้าตื่นตัว รับกระแสเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก*. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.egat.co.th/index.php?option=com_content&view=article&id=2728:art20180912-01&catid=49&Itemid=251

วัชรศักดิ์ สุดหล้า. (2560). *การพัฒนาเครื่องมือวัดและส่งเสริมบรรยากาศโรงเรียนเพื่อสุขภาวะและความยึดมั่นผูกพันกับงานของครู: การวิจัยประสบการณ์ผู้ใช้*. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิธีวิทยาการวิจัยการศึกษา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิภาพร ตัณฑวัสดิ์, นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล และรัตติกรณ์ จงวิศาล. (2559). วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยองกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมการเรียนรู้ทางวิชาชีพ และความยึดมั่นผูกพันในงานผ่านสุขภาวะทางจิตวิญญาณของครูในกลุ่มสาระการเรียนรู้ โรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร*, 10(1), 179-192.

วีรวัตร ทองตำลึง. (2552). *ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท ชัวร์เท็กซ์ จำกัด*. การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

สิน พันธุ์พินิจ. (2553). *เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: บริษัทวิทยพัฒน์ จำกัด.

สำนักข่าวไทย. (2556). *ไฟฟ้ากับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.posttoday.com/social/general/243986

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2562). *ภาพรวมพลังงานไฟฟ้า*. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2662 จาก www.eppo.go.th/images/Energy-Statistics/energyinformation/Energy_Statistics/00All.pdf

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2557). OIE Share. *อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์...ถึงเวลาเปลี่ยนตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ใหม่*, 3(27), 6.

เหมือนดาว คุณณะ. (2549). *ความสัมพันธ์ของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์การ และความผูกพันต่องาน*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Ameer A. B. & Rasidah A. (2015). Global Management Journal for Academic & Corporate Studies. *Effects of Needs-Supplies Fit and Demands-Abilities Fit on Employee Engagement: A Case of Malaysian Public University*, 5, 12-19.

Ameer A. B. & Rasidah A. (2016). Journal Pengurusan. *The Role of Need-Supplies Fit and Job Satisfaction in Predicting Employee Engagement*, 47(1), 3-12

Bakker, A. B., & Bal, Weekly P. M. (2010). Journal of Occupational and Organizational Psychology. *Work Engagement and Performance: A Study among Starting Teachers*, 83, 189-206.

Brunetto, Y. T., STT, Shacklock, K. & Farr-Wharton, R. (2012). Human Resource Management Journal. *Emotional intelligence, job satisfaction, well- being and engagement: explaining organizational commitment and turnover intentions in policing*, 22(4), 428-441.

Buckingham M, & Coffman C. (1990). *First, Break All the Rules: What the World's Greatest Managers Do Differently*. New York: Simon and Schuster.

Christian, M. S., Garza, A. S., & Slaughter, J. E. (2011). Personnel Psychology. *Work Engagement: A Quantitative Review a Test of Its Relations with Task and Contextual Performance*, 64(1), 89-136.

Edwards, J. R. (1991). International Review of Industrial and Organizational Psychology. *Person–job fit: A Conceptual Integration, literature Review, and Methodological Critique*, 6, 283–357.

Hamid, S. N. A. & and Yahya, K. K. (2016). International Soft Science Conference. *Linking Person-Job Fit to Employees' Retention: The Mediating Role of Work Engagement*, 702-709.

Hewitt, A. (2015). *Trends in Global Employee Engagement*. NYSE: Aon.

Mumtaz, A. M., Rohani S. & Mohamed N. R. B. (2015). Asian Social Science. *Link Person-Job Fit, Person-Organization Fit, Employee Engagement and Turnover Intention: A Three-Step Conceptual Model*, 11(2), 313-320.

Perrin T. (2003). *Working Today: Understanding What Drives Employee Engagement The 2003 Towers Perrin Talent Report U.S Report*. [Online] Available: http://www.keepem.com/doc_files/Towers_Perrin_Talent_2003%28TheFinal%29.pdf

Warr Peter & Inceoglu Ilke. (2012). Journal of Occupational Health Psychology. *Job Engagement, Job Satisfaction, and Contrasting Associations with Person-Job Fit.*

World Health Organization. (2005). *Department of Mental Health and Atlas*. Geneva: Evidence and Research.

Robertson I. T. & Cooper C L. (2009). Leadership & Organization Development Journal. *Full Engagement: The Integration of Employee Engagement and Psychology Well-being*, 31(4), 324-336.

Robinson D., Perryman S. & Hayday S. (2004). *The Drivers of Employee Engagement*. UK: Institute for Employment Studies.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). American Psychologist. *Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being*, 55, 68–78.

Saks, A. M. (2006). Journal of Managerial Psychology. *Antecedents and consequences of employee engagement*, 21(7), 600-619.

Schaufeli, Wilmar B. & Bakker, Arnold B. (2010). *Work Engagement: a handbook of essential theory and research*. New York: Psychology Press.

Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-being*. NY: Simon & Schuster.

Sulistiowati, S., Nurul, K. & Endang, D. (2018). International Review of Management and Marketing. *The Effects of Person-Job Fit on Employee Engagement Among Lecturers in Higher Education Institutions: Is There a Difference Between Lecturers in Public and Private Higher Education Institutions*, 8(3), 75-81.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed). new york: Harper and Row Publication.

ปัจจัยที่มีผลต่อราคาทองคำแท่งในประเทศไทย

A Study of Factors Affecting the price of gold bullion in Thailand

ปภัส หนูสนั่น*

PaphatNoosanan*

นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*

Master Degree student, Business Economics*

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

คมกริช ถาวรวันชัย**

KomgrichThawornwanchai**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอกสาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ**

Assistant Professorand Ph.D., Business Economics**

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

อีเมล์ : P.noosanan@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาทองคำในประเทศไทย โดยใช้สมการถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression: MLR) และใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบอนุกรมเวลารายเดือน ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ.2557 จนถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2562 รวมเป็นระยะเวลา 60 เดือน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาทองคำแท่งในประเทศไทย (P_{GT}) ได้แก่ราคาทองคำในตลาดโลก (GS) และอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ (FX) มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาทองคำในประเทศไทย (P_{GT}) ได้แก่ ราคาน้ำมันในตลาดโลก (Oil) อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (I) และดัชนีผู้บริโภค (CPI) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อราคาทองคำในประเทศไทย (P_{GT}) ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

คำสำคัญ :ราคาทองคำ

Abstract

The objective of this study is to examine the factors affecting on the gold price in the Thai market, The study was based on multiple linear regressions used to analyze data and statistic secondary data which was performed during August 2014 to August 2019 total 60 months.

The results of this study indicated, The economic factors that are statistical significant that affects the change in gold price changing in the Thai through relationships of factors with statistical significance at 99%, for example, Gold price in the world market and US Dollar currency exchange rate through relationships of factors with statistical significance

The findings also show that the economic factors that are not statistical significant that affects the change in gold price changing in the Thai through relationships of factors with statistical significance at 99%, for example, Oil prices in the world market, interest rate and customer price index rate not through relationships of factors with statistical significance

Keywords : price of gold.

บทนำ

ทองคำถือเป็นสินทรัพย์ที่เป็นทางเลือกที่ดีประเภทหนึ่งในการลงทุนเพื่อกระจายความเสี่ยงที่ดีอีกด้วย โดยเฉพาะในประเทศที่ยังไม่ได้มีการพัฒนาระบบตลาดเงินและตลาดทุน รวมทั้งยังไม่มีความหลากหลายในตราสารทางการเงินให้เลือกลงทุนมากประเภทนัก ทองคำก็จะถูกใช้เป็นเครื่องมือในการลงทุนที่ดีประเภทหนึ่ง ในช่วงที่ค่าเงินสกุลหลัก เช่น ดอลลาร์สหรัฐเกิดการอ่อนค่าหลายๆ ประเทศเช่น ประเทศผู้ผลิตน้ำมันในตะวันออกกลางก็ลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Rate Risk) โดยการขอรับชำระค่าน้ำมันที่ขายออกไปโดยทองคำ ซึ่งราคาทองคำมีแนวโน้มในทางบวก โดยราคาต่ำสุดอยู่ที่944.30USD/Ounce ในช่วง ปี 2009 และมีราคาสูงที่สุดในช่วงปี 2011 อยู่ที่ราคา 1889.70USD/Ounceและตั้งแต่กลางปี2015 ก็มีแนวโน้มปรับตัวขึ้นมาเรื่อย จนปัจจุบันในปี 2019 ระดับราคาอยู่ที่ 1530.00USD/Ounce ส่วนผลตอบแทนเฉลี่ยของทองคำแท่งอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งได้ผลตอบแทนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.95% เป็นอัตราผลตอบแทนที่สูงกว่า พันธบัตรรัฐบาล เงินฝากธนาคาร ซึ่งทองคำ

แท่งมีความเสี่ยงที่สูงกว่าที่กล่าวมาข้างต้น แต่ยังถือว่าความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเทียบกับตราสารอนุพันธ์ กล่าวได้ว่าทองคำแท่งเป็นทางเลือกที่ดีอีกทางเลือกหนึ่งในการลงทุนจึงเป็นที่มาของการเลือกศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาทองคำในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.เพื่อศึกษาตลาดทองคำ การลงทุนในทองคำ และสถานการณ์ราคาทองคำในประเทศไทย

2.เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาทองคำ

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาถึงราคาทองคำที่เปลี่ยนแปลงกับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และแนวโน้มของราคาทองคำเพื่อใช้ในการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน จะพิจารณาตัวแปรอิสระ ได้แก่ ราคาทองคำตลาดโลก gold spot อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ราคาน้ำมันดิบ ดัชนีตลาดหุ้นไทยอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ธนาคารแห่งประเทศไทย และดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศไทย ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อราคาทองคำในประเทศไทย โดยจะใช้ข้อมูลทุติยภูมตั้งแต่ เดือน สิงหาคม ปี 2557เดือน สิงหาคม ปี 2562 เป็นระยะเวลารวมทั้งสิ้น 60 เดือน

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.ทฤษฎีอุปสงค์และทฤษฎีอุปทาน เป็นทฤษฎีที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างราคา สินค้าหรือบริการกับปริมาณสินค้าหรือบริการของผู้ผลิตและผู้บริโภค รายละเอียดดังนี้

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง ความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภคร่วมกับความสามารถในการสนองความต้องการดังกล่าว โดยความต้องการสินค้าของผู้บริโภคจะมีความสัมพันธ์กับราคาสินค้าในทิศทางตรงกันข้ามเมื่อปัจจัยอื่นคงที่ กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นความต้องการของผู้บริโภคจะลดลง เมื่อราคาสินค้าหรือบริการลดลงความต้องการของผู้บริโภคจะมากขึ้น ในการศึกษาอุปสงค์ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีปัจจัยต่างๆเข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงฟังก์ชันอุปสงค์จึงหมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับปัจจัยต่างๆทุกตัวที่มีส่วนในการกำหนดปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภค เช่น ราคาสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ผลิตสามารถควบคุมได้รายได้ของผู้บริโภค รสนิยมของผู้บริโภค ราคาสินค้าชนิดอื่น ตลอดจนการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคตเป็นต้น

อุปทาน (supply) หมายถึง ปริมาณเสนอขายสินค้าหรือบริการในขณะหนึ่งๆ ณ ระดับราคาที่แตกต่างกัน โดยปริมาณเสนอขายสินค้าหรือบริการจะมีความสัมพันธ์กับราคาสินค้าหรือบริการในทิศทางเดียวกันเมื่อปัจจัยอื่นคงที่ กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นความต้องการเสนอขายสินค้าหรือบริการจะมากขึ้น เมื่อราคา

สินค้าหรือบริการลดลงความต้องการเสนอขายสินค้าหรือบริการจะลดลง ดังนั้น ปริมาณเสนอขายสินค้าของผู้ขายจึงขึ้นอยู่กับราคาสินค้าชนิดนั้นๆ

ทฤษฎีอุปสงค์และทฤษฎีอุปทาน จึงสามารถนำมาอธิบายการเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าประเภทต่างๆ ในตลาดได้ ทองคำแท่งก็เป็นสินค้าอีกประเภทหนึ่ง ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้ทฤษฎีนี้ในการอธิบายการปรับตัวของราคาทองคำแท่ง

2. ทฤษฎีความต้องการถือสินทรัพย์สภาพคล่อง (Liquidity Preference Theory)ได้กล่าวถึงระดับความเสี่ยงและระดับของผลตอบแทนที่มีผลต่อการเลือกถือสินทรัพย์ประเภทต่างๆ โดยบุคคลจะเลือกถือครองเงินสดและถือครองสินทรัพย์ทางการเงินอื่นพร้อมๆ กันมากกว่าที่จะถือครองเงินสดเพียงอย่างเดียว เหตุผลเนื่องจากต้องการกระจายความเสี่ยงหรือต้องการอัตราผลตอบแทนที่สูงขึ้นภายใต้ข้อสมมติฐาน ดังนี้

กรณีไม่ยืดหยุ่นต่ออัตราดอกเบี้ยที่คาดหวัง (Inelasticity of interest rate expectation) สมมติให้มีสินทรัพย์ทางการเงินเพียงประเภทเดียว คือ พันธบัตร โดยผลตอบแทนจากการถือครองพันธบัตรเท่ากับ r ต่อปี ทั้งนี้สมมติให้ผลตอบแทนของการถือครองเงินสดเท่ากับศูนย์อย่างไรก็ตาม นักลงทุนจะตัดสินใจที่จะแบ่งสัดส่วนระหว่างการถือครองเงินสดและการถือครองพันธบัตร โดยสมมติฐานในการตัดสินใจ คือ การกำหนด Portfolio ให้คงที่ ตลอดระยะเวลา 1 ปีไม่ว่าอัตราดอกเบี้ยจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม กรณีผลตอบแทนที่คาดหวังคงที่เมื่อสิ้นปีที่ 1 นักลงทุนจะคาดการณ์อัตราดอกเบี้ยของพันธบัตร r_eการคาดการณ์ ดังกล่าว คือสมมติฐานสำหรับการตัดสินใจในปัจจุบัน นักลงทุนจะไม่ได้คาดหวังเพียงดอกเบี้ยที่ได้จากการถือครองพันธบัตรเท่านั้น แต่จะรวมไปถึงผลจาก capital gain และ capital loss อีกด้วย

กรณีอัตราดอกเบี้ยคาดหวังแน่นอน (Sticky and Certain interest rate expectation)เมื่อนักลงทุนคาดหวังอัตราดอกเบี้ย (r_e)ซึ่งเป็นอิสระอย่างสมบูรณ์จากอัตราดอกเบี้ยในปัจจุบัน (r) สามารถดัดแปลงสมมติฐานโดยกำหนดให้อัตราดอกเบี้ยที่คาดหวังที่ได้ข้อสรุปดังนี้ถ้าอัตราดอกเบี้ยที่คาดหวัง(r) มากกว่าอัตราดอกเบี้ยวิกฤต (r_c) นักลงทุนจะไม่ถือครองเงินสดแต่จะไปถือครองพันธบัตรแทนถ้าอัตราดอกเบี้ยที่คาดหวัง(r) น้อยกว่าอัตราดอกเบี้ยวิกฤต (r_c) นักลงทุนจะไม่ถือครองพันธบัตรแต่จะไปถือครองเงินสดแทน

ดังนั้น จากแนวคิดตามทฤษฎีความต้องการถือสินทรัพย์สภาคล่อง คนที่มีเงินออมจะแบ่งเงินออมที่มีอยู่ในช่วงเวลาหนึ่ง ไปใช้นการออมรูปแบบอื่น เช่น การลงทุนในหุ้นสามัญผ่านตลาดทุน การลงทุนในหุ้นกู้ผ่านตราสารหนี้ การลงทุนในทองคำแท่งเป็นต้น ถ้าหากว่าการลงทุนดังกล่าวมีความเสี่ยงต่ำกว่าหรือได้รับผมตอบแทนเพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ซึ่งเป็นเป็นอนุกรมเวลาโดยข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาทองคำแทงในประเทศไทยใช้ข้อมูลรายเดือน ตั้งแต่เดือน กันยายน ปี 2557-เดือนสิงหาคม ปี 2562 เป็นระยะเวลารวมทั้งสิ้น 60 เดือน โดยราคาทองคำที่สนใจนั้นไม่ได้ครอบคลุมถึงราคาทองคำที่มีการซื้อขายล่วงหน้า และใช้ราคาทองคำที่ถูกประกาศออกมาเป็นรายเดือน และทำการเก็บข้อมูลต่างๆ จากหน่วยงาน โดยใช้ ตัวแปรตาม คือ ราคาทองคำในประเทศไทย ส่วนตัวแปรอิสระ คือ อัตราแลกเปลี่ยนดอลลาร์สหรัฐฯ, ราคาน้ำมัน, อัตราดอกเบี้ยของ, ดัชนีหุ้น และดัชนีผู้บริโภค

สรุปผลการศึกษา

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมด แสดงผลได้ดังนี้

Dependent Variable: PGT

Method: Least Squares

Date: 11/05/19 Time: 19:09

Sample: 1 60

Included observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-9894.588	31977.35	-0.309425	0.7582
GS	14.71804	2.964850	4.964179	0.0000***
FX	613.7947	229.3170	2.676622	0.0098***
OIL	0.120310	22.25348	0.005406	0.9957
I	875.0802	1191.685	0.734322	0.4659
CPI	-107.0258	285.9356	-0.374300	0.7096

R-squared	0.430230	Mean dependent var	19624.75
Adjusted R-squared	0.377474	S.D. dependent var	1519.248
S.E. of regression	1198.692	Akaike info criterion	17.11049
Sum squared resid	77590543	Schwarz criterion	17.31992

Log likelihood	-507.3147	Hannan-Quinn criter.	17.19241
F-statistic	8.155019	Durbin-Watson stat	2.140493
Prob(F-statistic)	0.000009		

=มีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ10

=มีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ5

***=มีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ1**

$$Y = \underset{(0.7582)}{-9894.588} + \underset{(0.0000)^{***}}{14.71804GS} + \underset{(0.0098)^{***}}{613.7947FX} - \underset{(0.9957)}{0.120310Oil} + \underset{(0.4659)}{875.0802I} \underset{(0.7096)}{-107.0258CPI}$$

1.ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาทองคำแท่งในประเทศไทยได้แก่ราคาทองคำในตลาดโลก (GS) และอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ (FX) มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดย ถ้าราคาทองคำในตลาดโลกเปลี่ยนไป 1 ดอลลาร์ต่อออนซ์ จะทำให้ราคาทองคำในประเทศไทยเปลี่ยนแปลง 14.71804 บาทต่อบาททองคำ ในทิศทางเดียวกันที่นัยสำคัญ 0.01 แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เปลี่ยนแปลงไป 1 บาทต่อดอลลาร์ จะทำให้ราคาทองคำในประเทศไทยเปลี่ยนแปลง 613.7947 บาทต่อบาททองคำ ในทิศทางเดียวกันที่นัยสำคัญ 0.01

2.ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาทองคำในประเทศไทย ได้แก่ ราคาน้ำมันในตลาดโลก (Oil) อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (I) และดัชนีผู้บริโภค (CPI) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อราคาทองคำในประเทศไทย (P_{GT}) ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.ตัวแปรอิสระทุกตัว ได้แก่ ราคาทองคำในตลาดโลก (GS) อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาท/ดอลลาร์สหรัฐฯ (FX) ราคาน้ำมันดิบ (Oil) อัตราดอกเบี้ย (I) และ ดัชนีผู้บริโภคของไทย (CPI) ความสามารถในการอธิบายตัวแปรตาม คืออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาทองคำแท่งในประเทศไทย (P_{GT})ได้เท่ากับ 43.02%

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่อการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาทองคำแทงในประเทศไทย โดยใช้สมการถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression: MLR) สามารถอภิปรายผลของการศึกษาในครั้งนี้ ได้ดังนี้

ราคาทองคำตลาดโลก (Gold spot) มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับราคาทองคำในประเทศไทย สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชญานันท์ ฐิตะโพธิ์ (2555) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อราคาทองคำในประเทศไทย ได้แก่ ราคาทองคำในตลาดโลก ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับราคาทองคำในประเทศไทย สอดคล้องกับที่ตั้งสมมติฐานไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชญานันท์ ฐิตะโพธิ์ (2555)พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาทองคำในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัย สุชาดา ยิ่งภักดี (2547), รื่นฤดี จันทร (2551) ที่พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาทองคำในประเทศไทยในทิศทางตรงกันข้าม

ราคาน้ำมันในตลาดโลก ไม่มีความสัมพันธ์ต่อราคาทองคำในประเทศไทย ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาดา ยิ่งภักดี (2547), รื่นฤดี จันทร (2551), ทวีพงศ์ แซ่ลิ้ม (2556) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อราคาทองคำในประเทศไทย คือ ราคาน้ำมันในตลาดโลก มีความสัมพันธ์เดียวกัน

อัตราดอกเบี้ยนโยบาย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อราคาทองคำในประเทศไทย ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รื่นฤดี จันทร (2551)พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อราคาทองคำในประเทศไทย คือ อัตราดอกเบี้ย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชญานันท์ ฐิตะโพธิ์ (2555) ปัจจัยที่มีผลต่อราคาทองคำในประเทศไทย คือ อัตราดอกเบี้ย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ดัชนีผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาทองคำในประเทศไทย ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชญานันท์ ฐิตะโพธิ์ (2555) ที่พบว่าดัชนีผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาทองคำในประเทศไทยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาทองคำในประเทศไทย ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์แก่ นักลงทุน นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยนักลงทุนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในทองคำนักศึกษาและผู้สนใจทั่วไป สามารถนำไปใช้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของราคาทองคำในประเทศไทยเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาความรู้ด้านการลงทุนในทองคำ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเรื่องนี้มีข้อจำกัดอยู่ดังนี้

1.งานวิจัยนี้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาทองคำในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบรายเดือนตั้งแต่เดือน กันยายน ปี 2557- เดือนสิงหาคม ปี 2562 เป็นระยะเวลารวมทั้งสิ้น 60 เดือนซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวราคาทองคำในตลาดโลก และราคาทองคำในประเทศมีการผันผวนอย่างมาก ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาควรแบ่ง

ช่วงเวลาในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาทองคำแท่งในประเทศไทยหรือใช้ระยะเวลาในการศึกษานานขึ้น เนื่องจากราคาทองคำในประเทศไทยที่ผ่านมามีความผันผวนมาก

2. งานวิจัยนี้ไม่ได้คำนึงถึงอิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจ และสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ที่ส่งผลต่อราคาทองคำ ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรคำนึงถึงอิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจ และสถานการณ์ ความไม่สงบทางการเมือง ที่ส่งผลต่อราคาทองคำด้วย ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มตัวแปรทางเศรษฐกิจอื่นๆ เพื่อจะทำให้การศึกษาได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.ควรมีการศึกษาถึงราคาทองคำแท่ง เทียบกับตลาดอนุพันธ์ เพื่อให้นักลงทุนมีข้อมูลและมุมมองในการลงทุนเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1.สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาควรแบ่งช่วงเวลาในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาทองคำแท่งในประเทศไทยหรือใช้ระยะเวลาในการศึกษานานขึ้น เนื่องจากราคาทองคำในประเทศไทยที่ผ่านมามีความผันผวนมาก

2.สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาควรคำนึงถึงอิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจและสถานการณ์ไม่สงบทางการเมืองเข้ามาด้วย

3.สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาควรมีการศึกษาถึงราคาทองคำแท่ง เทียบกับตลาดอนุพันธ์ เพื่อให้นักลงทุนมีข้อมูลและมุมมองในการลงทุนเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ทวีพงศ์ แซ่ลิ้ม (2556) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงราคาทองคำในตลาดโลก หลักสูตรบริหารมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

ดร.ประวิทย์ เขมะสุนันท์ (2009) อุปสงค์และอุปทานของทองคำ (Online) วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รื่นฤดี จันทร (2551)“ปัจจัยที่มีผลต่อราคาทองคำแท่งในประเทศไทย” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รัชญานันท์ ฐิตะโพธิ์ (2555) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเคลื่อนไหวของราคาทองคำ หลังเกิดวิกฤตยูโรโซน จุลนิพนธ์ ตามหลักสตรูบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

สุชาดา สุพรรณชาติ (2551) ศึกษาปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อราคาทองคำแท่งในตลาดโลกและราคาทองคำแท่งในประเทศไทย ภาคนิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาธุรกิจ มหาวทยาลัยหอการค้าไทย

สุชาดา ยิ่งภักดี (2547) ศึกษาความเชื่อมโยงราคาทองคำแท่งระหว่างตลาดในประเทศไทยกับตลาดในต่างประเทศ ภาคนิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สมาคมทองคำ (2558) ข้อมูลทั่วไปของทองคำ (Online) www.goldterder.or.th

ทฤษฎีอุปสงค์และทฤษฎีอุปทาน (2558) www.econ.tu.ac.th

ดัชนีผู้บริโภค http://www.price.moc.go.th/price/cpi/index_new.asp

Gold spot https://th.investing.com/currencies/xau-usd

ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย https://www.finnomena.com/stock/setindex

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินใช้ในยามเกษียณอายุ ของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่)

Factors Affecting Retirement Saving Decision of Civil Servants of the Revenue Department of Thailand in Headquarter

นายศาตธัช เลขะวณิช*

MR.SATATAT LEKHAVANIJ

นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*

Master Degree student, Business Economics*

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

ดร. คมกริช ถาวรวันชัย**

Dr.Komgrich Thavornwanchai**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ**

Assistant Professor and Ph.D., Business Economics**

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

อีเมล์ : satatatlekhavanij@gmail.com

บทคัดย่อ

การวางแผนการออมเงินที่เหมาะสมเป็นเรื่องที่ครัวเรือน ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญและส่งเสริมอย่างแท้จริง เพื่อให้บุคคลและครอบครัวมีเงินใช้จ่ายอย่างเพียงพอในวัยสูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังการเกษียณอายุการทำงาน อันจะส่งผลดีในภาพรวมระดับประเทศที่จะช่วยลดและควบคุมงบประมาณของภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการออม พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินไว้ใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการที่ปฏิบัติงานในกรมสรรพากรสำนักงานใหญ่ โดยมุ่งเน้นการพิจารณาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้าราชการที่ปฏิบัติงานในกรมสรรพากรสำนักงานใหญ่ จำนวน 204 ราย จากการเก็บรวบรวมผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยการวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์และ

พฤติกรรมผู้บริโภค ได้ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมใช้การทดสอบจากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐานใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการออมเงินแต่ละครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท และมีความถี่ในการออมเงินเป็นรายเดือน โดยการออมเงินกับสหกรณ์เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากสุด และมีการออมมาแล้ว 5 ปีขึ้นไป ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) เพื่อใช้ในยามเกษียณอายุ พบว่า ปัจจัยทางสังคมเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การออมได้แก่ การออมเงินเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน ออมเงินเพื่อใช้จ่ายในยามชรา และออมเงินเพื่อผลตอบแทนจากการออมมีผลต่อการตัดสินใจออมเงินในระดับมาก และผู้ออมเงินมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินมากที่สุด และสำหรับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินไว้ใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) พบว่าปัจจัยด้านรายได้ ปัจจัยด้านรายจ่าย และปัจจัยด้านภาระหนี้สินของผู้ออมเงินมีผลต่อการตัดสินใจการออมเงินในระดับมาก นอกจากนี้ปัจจัยด้านผลตอบแทนจากการออมเงิน ได้แก่ ระยะเวลาในการจ่ายผลตอบแทนทุกเดือนและการจ่ายผลตอบแทนทุกปีมีผลต่อการตัดสินใจการออมเงินในระดับมากเช่นเดียวกัน รวมถึงอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับ และรูปแบบของผลตอบแทนมีผลต่อการตัดสินใจออมเงิน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐานใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แล้วพบว่า ปัจจัยทางด้านสังคมและปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการออมเงินใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : การออมเงิน, ตัดสินใจออมเงิน, สังคมผู้สูงอายุ, เกษียณอายุ

Abstract

The appropriate saving plan is the important issue that households, government and the related government agencies should encourage in order to increase saving awareness and persuade people to start saving for retirement. By doing this, the government is supposed to obtain less impact on aged society in case of the government budgets. For example, the government could allocate government budgets in others proper ways to cope with other issues because almost households have been well-prepared saving for elderly lives.

The objectives of this study are 1) to study saving patterns 2) to study saving behaviors and 3) to study factors affecting retirement saving decision of civil servants of the

Revenue Department of Thailand in headquarter. This research has mainly focused on the relationship between social factors and economics factors that would affect saving decisions of the samples. The data was collected from 204 samplers who have been working for the Revenue Department of Thailand in head office by online questionnaires. Some statistic instruments have been applied for the study including descriptive statistics by using Percentage and Frequency to analyze saving patterns and saving behaviors. Secondly, this research has been used Mean and Standard Deviation to seek for factors affecting saving decision, and applied hypothesis testing called chi-square test to find the relationship between social factors and economics factors that would affect saving decisions of samples with statistically significant value at 0.05.

The results illustrate that almost samples are willing to have monthly saving up to 20,000 baht, and saving with the cooperative is the most popular pattern for them. Moreover, this study also shows social factors that influence saving decision for the retirement purpose. Three main objectives of saving are found including that samplers have been saving for emergency conditions, saving for the elderly life and saving for return on savings. Likewise, economics factors comprising of income, expenses, liabilities and return on savings are taken into account for this research. The results indicate that entire economic factors as the mentioned above are high impact on saving decision for retirement. Furthermore, Chi-Square hypothesis tests also represent that social factors and economic factors are coordinated with retirement saving decision of civil servants of the Revenue Department of Thailand in headquarter.

Keyword : saving, saving decision, aged society, retirement

บทนำ

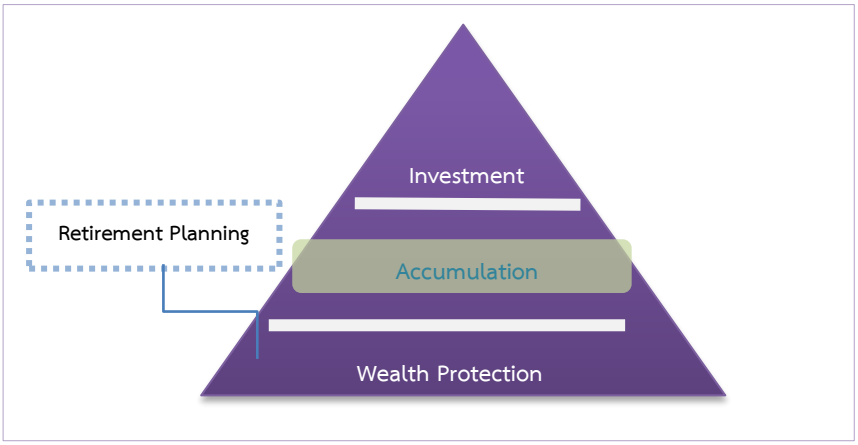
ประเทศไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายของบริบทโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไปจากการปรับตัวเป็นสังคมผู้สูงอายุ (Aged Society) อันสะท้อนได้จากจำนวนผู้สูงอายุของประเทศไทยในปี 2561 เทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 16.06[1] ซึ่งเป็นไปตามคำนิยาม “สังคมผู้สูงอายุ” ขององค์การ

[1] ข้อมูลสถิติจำนวนผู้สูงอายุประเทศไทย ปี 2561. กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, กรมกิจการผู้สูงอายุ. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2562, จาก http://www.dop.go.th/th/know/1/153

สหประชาชาติ[2] ว่าหมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เกินกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ หรือประชากรที่อายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป เกินกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งจากตัวเลขดังกล่าวสามารถบ่งชี้ได้ว่าประเทศไทยได้ก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์แล้ว

การที่ประเทศไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุก่อให้เกิดผลกระทบต่อประเทศในหลากหลายมิติทั้งในภาพรวมของการพัฒนาประเทศและภาคครัวเรือน เมื่อพิจารณาในระดับภาพรวมของประเทศ รัฐบาลได้ตระหนักว่าการปรับตัวเข้าสู่โครงสร้างประชากรผู้สูงอายุจะเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อความสำเร็จในการพัฒนาประเทศ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุอาจก่อให้เกิดภาระทางการคลังในระยะยาวหากรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ได้วางแผนหรือบริหารจัดการอย่างเหมาะสม รัฐบาลจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนประเทศเพื่อรองรับการเป็นสังคมผู้สูงอายุผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2560 – 2564 โดยได้มุ่งเน้นผลักดันแผนการปฏิรูปด้านการคลังและงบประมาณ เพื่อสร้างความยั่งยืนทางการคลังของระบบการคุ้มครองทางสังคม ได้แก่ การปรับปรุงระบบการออมเพื่อการเกษียณอายุและการปรับปรุงระบบประกันสุขภาพ เพื่อลดภาระการพึ่งพารายได้ของรัฐบาล อย่างไรก็ดี ในระดับภาคครัวเรือน การที่บุคคลมีอายุยืนยาวนั่นหมายถึงบุคคลดังกล่าวและครอบครัวจำเป็นต้องมีเงินใช้จ่ายอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังการเกษียณอายุการทำงานที่ไม่ได้รับเงินเดือนเป็นประจำทุกเดือน แต่กลับมีค่าใช้จ่ายบางส่วนที่เพิ่มขึ้น เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าเดินทางท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพื่อการดำรงชีพหลังเกษียณอายุ ดังนั้นการวางแผนการออมเพื่อการเกษียณจึงเป็นสิ่งที่ผู้เกษียณและครอบครัวจำเป็นต้องคำนึงถึงเพื่อให้มีเงินใช้จ่ายในยามจำเป็นอย่างเพียงพอ รวมถึงสามารถนำเงินบางส่วนนั้นไปลงทุนเพื่อเพิ่มพูนความมั่นคั่งทางการเงินในอนาคตได้ ตามหลักปิรามิดแห่งการวางแผนทางการเงิน (Financial Planning Pyramid) ซึ่งเป็นหลักพื้นฐานของการบริหารจัดการทางการเงินที่เหมาะสมรายบุคคล ตั้งแต่การบริหารจัดการทางการเงินทั้งรายรับ รายจ่าย และบริหารจัดการหนี้สิน ตลอดจนการวางแผนทางการเงินเพื่อส่งต่อความมั่นคั่งให้แก่รุ่นลูกรุ่นหลาน

ปิรามิดแห่งการวางแผนทางการเงิน (Financial Planning Pyramid)



[2] ดร.สุรพงษ์ มาลี./(2561). รู้จักสังคมสูงอายุ และสถานการณ์ผู้สูงอายุ (ในประเทศไทย)./ **วารสารข้าราชการ**, ปีที่ 60 ฉบับที่ 4, หน้า 7

จากภาพ ฐานรากของปิรามิดแห่งการวางแผนทางการเงิน คือ Wealth Protection ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ได้แก่ การบริหารจัดการความจำเป็นพื้นฐาน (Basic Needs) และการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) เพื่อให้มีเงินเพียงพอและมีใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน หลังจากสร้างฐานทางการเงินที่แข็งแกร่งแล้ว จะนำไปสู่การเก็บสะสมทรัพย์ (Wealth Accumulation) เพื่อเป้าหมายที่จำเป็นของชีวิต เช่น การสะสมทรัพย์เพื่อใช้จ่ายในยามเกษียณอายุ ซึ่งพบว่าลักษณะนิสัยการใช้จ่ายเงินจะเปลี่ยนไปเมื่อถึงวัยสูงอายุ โดยทั่วไปจะใช้จ่ายเงินประมาณ 2 ใน 3 ของเงินเดือนที่ได้รับก่อนการเกษียณ (วิโรจน์ เจษฎารักษ์ และ ธนกรณ์ เนื่องพลี , 2561) ดังนั้น การตั้งเป้าหมายการออมเงินและการวางแผนการออมเงินเพื่อการใช้จ่ายยามเกษียณควรเริ่มตั้งแต่การเข้าทำงานและเก็บสะสมต่อเนื่องระยะเวลาอย่างน้อย 25 ปี จึงจะมีจำนวนเงินเพียงพอต่อการใช้จ่าย (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศักดิ์, 2551) และสำหรับส่วนบนสุดของปิรามิดฯ คือการส่งต่อและเพิ่มพูนความมั่นคั่งด้วยการลงทุนทางการเงิน ซึ่งมีรูปแบบและระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกันออกไป โดยผู้เกษียณอายุในฐานะผู้ลงทุนหรือนักออมเงินต้องพิจารณาถึงความเสี่ยงของการลงทุนแต่ละประเภทและควรเป็นการวางแผนการออมในระยะยาว เช่น การลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund : RMF) การซื้อประกันแบบบำนาญ เป็นต้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นการส่งมอบความมั่นคั่งทางการเงินที่ผู้ออมเงินมีอย่างเพียงพอแล้วให้แก่ทายาทหรือผู้ต้องการต่อไป

เอกสารทางวิชาการฉบับนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมตัดสินใจออมเงินไว้ใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการโดยมีขอบเขตกลุ่มตัวอย่างเป็นข้าราชการที่ปฏิบัติงานในกรมสรรพากรสำนักงานใหญ่ โดยแบ่งการศึกษาเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) การศึกษารูปแบบการออมเงินของข้าราชการที่นอกเหนือจากการลงทุนในกองทุนบำเหน็จบำนาญราชการ ได้แก่ การออมเงินฝากกับสถาบันทางการเงิน การออมเงินผ่านเครื่องมือทางการเงินต่างๆ เช่น กองทุนรวมหุ้นระยะยาว กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ประกันสังคม เป็นต้น (2) ศึกษาพฤติกรรมการออมเงินของกลุ่มตัวอย่างว่ามีความถี่และปริมาณการออมเงินอย่างไร และ (3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินของข้าราชการที่ปฏิบัติงานในกรมสรรพากรสำนักงานใหญ่ทั้งในส่วนปัจจัยทางสังคมที่คาดว่าจะมีผลต่อการตัดสินใจออมเงิน เช่น วัตถุประสงค์ในการออมเงิน และรูปแบบการส่งเสริมทางการตลาด เป็นต้น และปัจจัยทางเศรษฐกิจในส่วนของรายได้ รายจ่ายและภาระหนี้สินของผู้ออมเงิน เพื่อเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินหรือไม่ และอยู่ในความสัมพันธ์ระดับใด อันจะนำไปสู่การกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อผลักดันเครื่องมือส่งเสริมการออมเงินที่เหมาะสมให้แก่ข้าราชการกรมสรรพากรที่ปฏิบัติงานในสำนักงานใหญ่ให้มีเงินใช้จ่ายอย่างเพียงพอในยามเกษียณอายุราชการ ตลอดจนเป็นแนวทางการศึกษาให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อต่อยอดงานวิจัยสำหรับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการออมของข้าราชการที่ปฏิบัติงานในกรมสรรพากรสำนักงานใหญ่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมเงินของข้าราชการที่ปฏิบัติงานในกรมสรรพากรสำนักงานใหญ่
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินของข้าราชการที่ปฏิบัติงานในกรมสรรพากรสำนักงานใหญ่ อันจะนำไปสู่การกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากร ได้แก่ ข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ที่ยังไม่เกษียณอายุราชการ จำนวน 204 คน ผ่านการตอบแบบสอบถามออนไลน์ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 0.05

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ตัวแปรต้น ประกอบด้วย

- ตัวแปรด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว
- ตัวแปรด้านปัจจัยทางสังคม เช่น วัตถุประสงค์การออม รูปแบบการส่งเสริมทางการตลาด
- ตัวแปรด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้ ปัจจัยด้านรายจ่าย ปัจจัยด้านหนี้สิน ระยะเวลาในการรับผลตอบแทน อัตราเงินเฟ้อ และอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับปัจจัยด้านรายได้

และตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการออม ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการออม ปริมาณการออม และรูปแบบการออม

3. ช่วงระยะเวลาเก็บข้อมูล 15 -31 ตุลาคม 2562

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

<u>ทฤษฎีการออมกับกระแสรายได้และรายจ่าย</u>

การออมทรัพย์ของครัวเรือนจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับรายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริงและการบริโภคของครัวเรือนอย่างมาก ด้วยเหตุที่ว่าหลังจากที่ครัวเรือนได้รับรายได้มาแล้วเมื่อนำไปหักภาษีออก รายได้ดังกล่าวถือเป็นรายได้ที่ครัวเรือนสามารถนาไปจับจ่ายใช้สอยได้จริงครัวเรือนจะจัดสรรรายได้ส่วนนี้ไปใช้เพื่อการบริโภค ส่วนที่เหลือจึงค่อยเก็บออมไว้เป็นเงินสะสมเรียกการออมเงินส่วนที่เหลือนี้ว่า "การออมทรัพย์" หากพิจารณาดูจะพบว่าการออมเปรียบเป็นส่วนรั่วไหลของวงจรการหมุนเวียนของกระแสรายได้ซึ่งเป็นผลให้กระแสรายได้ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งมีค่าไม่เท่ากับกระแสรายจ่ายในช่วงเวลานั้น สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริง ค่าใช้จ่าย และปริมาณการออมได้ดังนี้ (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2557)

$$Y = S + C$$

โดยที่ Y คือ รายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริง

C คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค

S คือ ปริมาณการออม

<u>ทฤษฎีการบริโภคตามวงจรชีวิต (Life Cycle Theory of Consumption)</u>

ทฤษฎีการบริโภคตามวงจรชีวิตของ **Franco Modigliani (อ้างอิงใน จาคินี เรืองธรรมศักดิ์, 2551)** ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า ผู้บริโภคจะเลือกบริโภคโดยคำนึงถึงระดับความพอสูงสุด และการบริโภคมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราคงที่ ขณะที่รายได้ของผู้บริโภคในแต่ละช่วงของชีวิตนั้นไม่เท่ากัน โดยในช่วงต้นของวงจรชีวิตหรือช่วงแรกของชีวิตนั้น ผู้บริโภคจะมีรายได้น้อยกว่ารายจ่ายจึงต้องนำเงินในอนาคตหรือกู้มาใช้จ่ายในการดำเนินชีวิต ต่อมาในช่วงกลางของวงจรชีวิตหรือช่วงวัยกลางคนผู้บริโภคจะมีรายได้เพิ่มมากขึ้น เป็นผลมาจากประสบการณ์ในการ

ทำงานและประสิทธิภาพในการทำงานที่สูงขึ้น ส่งผลให้รายได้ของผู้บริโภคสูงขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งถึงจุดสูงสุดของรายได้และสูงกว่ารายจ่ายผู้บริโภคจะนำรายได้ส่วนเกินนั้นไปจ่ายคือเงินกู้และเริ่มมีการออมเงินเกิดขึ้นในช่วงนี้ แต่เมื่อเข้าสู่ช่วงปลายของวงจรชีวิตหรือช่วงวัยสูงอายุรายได้ของผู้บริโภคจะลดลงเรื่อยๆ จนกระทั่งกลับไปต่ำกว่ารายจ่ายอีกครั้ง สาเหตุที่รายได้ของผู้บริโภคลดลงในช่วงนี้เป็นผลมาจากอายุที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดน้อยลง ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคมีรายได้น้อยกว่ารายจ่ายจึงจำเป็นต้องนำเงินออมที่เก็บสะสมไว้มาใช้จ่ายในการดำเนินชีวิต

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและนำมาประมวลผลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ศึกษาข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเงินของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลการตัดสินใจออมเงินเพื่อใช้ในยามเกษียณอายุราชการ โดยใช้การกระจายข้อมูลในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) โดยใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

สรุปผลการศึกษา

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ มากกว่า 51 ปีขึ้นไป อายุงานอยู่ที่ 26 ปีขึ้นไป มีสถานภาพสมรสจดทะเบียน จำนวนบุตร ไม่มีบุตร การศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า

2. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการออม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการออมเงินเป็นรายเดือน และมีการออมเงินจำนวนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท ส่วนใหญ่จะออมเงินในรูปแบบสหกรณ์ โดยมีการออมมาแล้ว 5 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ยังพบว่ามีภาระหนี้สินอยู่ที่มากกว่า 500,000 บาท

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินไว้ใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่)

จากการศึกษาปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินไว้ใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) พบว่า วัตถุประสงค์ในการออมเงินเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน ออมเงินเพื่อใช้จ่ายในยามชรา และออมเงินเพื่อผลตอบแทนจากการออมมีผลต่อการตัดสินใจออมเงินในระดับมาก โดยการตัดสินใจออมเงินด้วยตัวเองมีอิทธิพลมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่ารูปแบบการส่งเสริมการตลาด ได้แก่

การจัดกิจกรรมกระตุ้นการออมโดยการออกบู๊ท การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา (ทีวี, อินเตอร์เน็ต, สิ่งพิมพ์) และการแจกของรางวัล (ของที่ระลึก, คูปองลุ้นโชค) มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินในระดับปานกลาง โดยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาฯ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3

จากการศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินไว้ใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) พบว่า ระดับรายได้ของผู้ออมเงิน (ผู้ตอบแบบสอบถาม) ปริมาณผู้มีเงินได้ในครอบครัว และปริมาณผู้พึ่งพิงเงินได้ในครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจการออมเงินในระดับมาก โดยระดับรายได้ของผู้ออมเงินมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.29 นอกจากนี้ยังพบว่ารายจ่าย ปริมาณรายจ่ายของสมาชิกในครอบครัว และการวางแผนการใช้จ่ายของผู้ออมเงิน (ผู้ตอบแบบสอบถาม) มีผลต่อการตัดสินใจการออมเงินในระดับมาก ขณะที่ภาระหนี้สินของผู้ออมเงินมีผลต่อการตัดสินใจการออมเงินในระดับมาก สำหรับการศึกษาปัจจัยด้านผลตอบแทนจากการออมเงิน พบว่าระยะเวลาในการจ่ายผลตอบแทนทุกเดือนและการจ่ายผลตอบแทนทุกปีมีผลต่อการตัดสินใจการออมเงินในระดับมาก โดยอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับ และรูปแบบของผลตอบแทนมีผลในระดับมากต่อการตัดสินใจออมเงิน ในขณะที่ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ คืออัตราเงินเฟ้อมีผลต่อการตัดสินใจออมเงินในระดับปานกลาง

4. การทดสอบสมมติฐานด้วย Chi-Square เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมและปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ผลการทดสอบ ดังนี้

4.1 ปัจจัยด้านสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการออมเงินใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

4.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการออมเงินใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

อภิปรายผลการศึกษา

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่)

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินไว้ใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) พบว่า เพศ อายุ อายุงาน สถานภาพ จำนวนบุตร ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) มีพฤติกรรมการออมเงินไว้ใช้ในยามเกษียณอายุที่แตกต่างกัน เช่น ผลจากแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่ามีแนวโน้มที่จะออมเงินมากกว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุน้อย อาจเนื่องมาจากลักษณะผู้มีอายุมากกว่ามีความวิตกกังวลต่อการเข้าสู่วัยเกษียณซึ่งต้องใช้จ่ายเงินมากในการรักษาพยาบาล โดยไม่มีรายรับเป็นประจำทุกเดือนเช่นตอนทำงาน ทำให้มีความต้องการออมเงินที่มากกว่า ขณะที่ข้าราชการที่มีอายุน้อยกว่ามีความต้องการใช้ง่ายเงินเพื่อวัตถุประสงค์ด้านอื่นมากกว่าการออมเงิน เช่น การซื้อของ ท่องเที่ยว ทำให้ปริมาณการออมเงินไม่เท่ากับบุคคลที่มีอายุมากกว่า

2. พฤติกรรมการออมและรูปแบบการออมเงิน

จากการศึกษาพฤติกรรมการออมและรูปแบบการออมเงินของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) พบว่าส่วนใหญ่มีการออมเงินเป็นรายเดือน และออมเงินน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท โดยเป็นการออมในรูปแบบสหกรณ์ เงินฝาก กบข. และเงินฝากกับสถาบันการเงิน ตามลำดับ โดยมีการออมเงินมาแล้วมากกว่า 5 ปีขึ้นไป นอกจากนี้พบว่าส่วนใหญ่จะมีภาระหนี้สินอยู่ที่มากกว่า 500,000 บาท จากผลการศึกษาพบว่า การออมเงินแบบรายเดือนกับสหกรณ์มีความสะดวกอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากผู้ตอบแบบสอบถามออมเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ตนทำงานอยู่เนื่องจากสามารถหักเป็นเงินออมได้โดยอัตโนมัติทุกเดือน เนื่องจากการออมกับสถาบันทางการเงินมีความเสี่ยงต่ำจากความผันผวนทางเศรษฐกิจและได้รับผลตอบแทนที่แน่นอนถึงแม้ว่าอัตราผลตอบแทนจะไม่ได้สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับการนำเงินไปลงทุนการเงินในรูปแบบอื่น อีกทั้งการออมเงินฝากยังมีสภาพคล่องสูงที่จะสามารถดึงเงินกลับมาใช้ในยามฉุกเฉินหรือจำเป็นได้ โดยการออมเงินกับข้าราชการกรมสรรพากร

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินไว้ใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่)

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินไว้ใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) พบว่า สำหรับปัจจัยทางสังคม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการออมเงินเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน ออมเงินเพื่อใช้จ่ายในยามชรา และออมเงินเพื่อผลตอบแทนจากการออม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินด้วยตนเองมากที่สุด สะท้อนได้จากวัตถุประสงค์ในการออมข้างต้นที่เน้นการออมเงินเพื่อประโยชน์ต่อตัวเองเป็นหลัก ในขณะที่การจัดกิจกรรมกระตุ้นการออมโดยการออกบู๊ท การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา (ทีวี, อินเตอร์เน็ต, สิ่งพิมพ์) และการแจกของรางวัล (ของที่ระลึก, คูปองลุ้นโชค) มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ **ซานียะฮ์ ช่างวัฒนกุล (2559)** ที่พบว่าการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจออมเงินในระดับปานกลางทั้งการแจกของรางวัล (ของที่ระลึก, คูปองลุ้นโชค) ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา (ทีวี, อินเตอร์เน็ต, สิ่งพิมพ์) และการจัดกิจกรรมกระตุ้นการออมโดยการออกบู๊ท

สำหรับผลการศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย รายได้ รายจ่าย หนี้สิน ระยะเวลาการได้รับผลตอบแทน อัตราเงินเฟ้อ อัตราผลตอบแทนการออม และความรู้สึกอยากออมเงินเพื่อใช้ยามเกษียณ พบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจมีผลต่อการตัดสินใจออมเงินเพื่อใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากร (สำนักงานใหญ่) ประกอบด้วย ด้านรายได้ของผู้ออมเงิน (ผู้ตอบแบบสอบถาม) ได้แก่ ระดับรายได้ของผู้ออมเงิน (ผู้ตอบแบบสอบถาม) ปริมาณผู้มีเงินได้ในครอบครัว และปริมาณผู้พึ่งพิงเงินได้ในครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจการออมเงินในระดับมาก โดยกล่าวได้ว่าหากรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมากขึ้นจะส่งผลต่อการปริมาณการออมเงินที่เพิ่มมากขึ้น และสำหรับปัจจัยด้านรายจ่าย ประกอบด้วย รายจ่าย ปริมาณรายจ่ายของสมาชิกในครอบครัว และการวางแผนการใช้จ่ายของผู้ออมเงิน และหนี้สินของผู้ออมเงิน พบว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินในระดับมาก โดยผลการศึกษาข้างต้นสอดคล้องกับทฤษฎีการออมกับกระแสรายได้ และรายจ่ายว่าการออมจะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใดส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านรายจ่าย หากครอบครัว

หรือบุคคลนั้นๆ มีความจำเป็นที่ต้องใช้จ่ายในครอบครัวเพิ่มขึ้น หรือมีการวางแผนนำเงินไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น จะทำให้ปริมาณการออมเงินของผู้ตอบแบบสอบถามลดลง เนื่องจากจะต้องกันเงินส่วนที่ต้องออมไปประโยชน์เพื่อวัตถุประสงค์นั้นๆ นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าอัตราผลตอบแทนการออมมีผลต่อการตัดสินใจออมเงินในระดับมาก ดังนั้นสถาบันการเงินสามารถกำหนดอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสมจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการออมเงินที่มากขึ้นได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. สถาบันทางการเงิน

ธนาคารควรกำหนดแพ็คเกจรูปแบบการออมที่หลากหลายตามเพศ อายุ หรืออายุการทำงาน เพื่อให้เหมาะสมและตรงใจประชาชนมากยิ่งขึ้น โดยผู้จัดทำวิจัยได้นำผลการศึกษาบางส่วนมากำหนดเป็นข้อเสนอแนะต่อสถาบันการเงินโดยใช้ปัจจัยอายุงานเป็นตัวกำหนด ยกตัวอย่าง การออมเงินฝากกับสถาบันการเงิน เช่น ธนาคารหรือสหกรณ์ ควรกำหนดแพ็คเกจการออมระยะยาว โดยให้จำนวนการรับฝากเงินแต่ละครั้งมีความยืดหยุ่นตามอายุการทำงาน กล่าวคือ ผู้ที่เพิ่งเริ่มต้นทำงานมีอายุงานไม่มากบ่งชี้โดยนัยว่าเงินเดือนที่ได้รับยังไม่มากนัก ดังนั้น จำนวนเงินที่จะฝากในแต่ละเดือนควรมีสัดส่วนน้อยแต่เป็นการฝากในระยะยาว โดยมีความถี่ในการจ่ายผลตอบแทนเป็นรายเดือนหรือในลักษณะปกติ เปรียบเทียบกับผู้ที่มีอายุงานมากกว่าบ่งชี้โดยนัยว่ามีเงินเดือนที่สูงกว่าผู้เริ่มต้นทำงาน ดังนั้น จำนวนเงินที่จะฝากกับสถาบันการเงินแต่ละครั้งควรสูงกว่าผู้ที่เพิ่งเริ่มต้นทำงาน แต่จะได้รับจ่ายผลตอบแทนที่มากกว่าหรือมีผลตอบแทนอื่นเพิ่มเติมจากดอกเบี้ยที่จ่ายให้ เพื่อจูงใจว่าถึงแม้ผู้ออมเงินต้องออมเงินต่อครั้งในจำนวนมาก แต่จะได้รับผลตอบแทนบ่อยครั้งขึ้น

2. ภาครัฐ/หน่วยงานราชการ

รัฐบาลหรือหน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายขับเคลื่อนประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมสูงอายุแล้ว รัฐบาลจึงควรกำหนดนโยบายเพื่อรองรับสภาวการณ์ดังกล่าวทั้งในส่วนมาตรการเชิงรุกและมาตรการเชิงรับ โดยผู้จัดทำวิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายดังนี้

<u>มาตรการเชิงรุก</u>

- กำหนดให้หน่วยงานราชการทุกภาคส่วนนำเสนอนโยบายการส่งเสริมการออมของแต่ละหน่วยงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนประเทศอย่างแท้จริง โดยอาจแบ่งเป็นแผนงานระดับกระทรวง และกรม จำแนกเป็นแผนงานระยะสั้น ปานกลาง และยาว พร้อมทั้งติดตามให้มีการผลักดันการดำเนินแผนงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

- รัฐบาลควรกำหนด Retirement Plan อย่างเป็นรูปธรรมเพื่อเป็นหลักประกันการมีเงินออมให้แก่ลูกจ้าง ยกตัวอย่าง ในสหรัฐอเมริกาได้มีการผลักดัน Individual Retirement Account หรือเรียกว่า 401K เพื่อเพิ่มอัตราการออมของประเทศ ซึ่งเป็นวิธีการวางแผนการสะสมเงินในระยะยาวเพื่อการเกษียณอายุ โดยนายจ้างจะกำหนดให้ลูกจ้างระบุเปอร์เซ็นรายได้ที่จะถูกหักเข้าบัญชี 401K เพื่อสะสมไว้เป็นเงินออมในวัย

เกษียณอายุ รวมถึงบริษัทบางแห่งได้มีการสร้างแรงจูงใจให้ออมเพิ่มขึ้นด้วยการสมทบเงินบางส่วนเข้าบัญชี 401K ของลูกจ้าง นอกจากนี้รัฐบาลยังสนับสนุนให้มีการออมเงินผ่าน 401K ด้วยการกำหนดให้ผลตอบแทนที่ได้รับจากบัญชีดังกล่าว ไม่ต้องเสียภาษี

- ภาครัฐควรจัดเตรียมงบประมาณสำรองสำหรับการบริหารจัดการผลกระทบจากการเป็นสังคมสูงอายุในระยะยาว เช่น การจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดตั้งศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ การรักษาพยาบาลผู้สูงอายุยากไร้ หรือการพิจารณามาตรการภาษีเพื่อสนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนช่วยในการรองรับการมีประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น

<u>มาตรการเชิงรับ</u>

หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มช่องทางรณรงค์ให้ประชาชนรู้จักประโยชน์และวิธีการออมอย่างถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยเด็กที่สามารถปลูกฝังจิตสำนึกให้ตระหนักถึงคุณค่าของการใช้จ่ายเงิน และการประหยัดออมไว้ใช้จ่ายในอนาคต โดยอาจมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการออมตามโรงเรียน นิทรรศการ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่าน social media เช่น youtube facebook และ Instagram โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านผู้มีอิทธิพลทางอินเตอร์เน็ต (Influencer) เพื่อให้ความรู้ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการออมเงิน

3. ภาคประชาชน/ครอบครัว

สถาบันครอบครัวเป็นรากฐานแรกของการปลูกฝังการมีจิตสำนึกที่ดีเพื่อให้ลูกหลานเติบโตไปเป็นประชากรที่มีคุณภาพ รู้จักการใช้จ่ายและประหยัดออมอย่างเหมาะสม ดังนั้น พ่อแม่ หรือญาติผู้ใหญ่ในครอบครัวควรปลูกฝังให้ลูกหลานรู้จักความสำคัญและคุณค่าของการออมเงิน โดยอาจเริ่มจากการสอนให้บุตรหลานรู้จักการทำบัญชีราย-รายจ่าย รวมถึงการสอนให้รู้จักการออมเงินอย่างแท้จริงด้วยวิธีการง่ายๆ อย่างเช่น การหยอดกระปุกออมสินและการฝากออมกับสถาบันการเงิน เพื่อให้มีการวางแผนการออมเงินอย่างเหมาะสมระหว่างรายรับและรายจ่ายอันจะเป็นประโยชน์กับตนเองและสร้างความเป็นอยู่ที่ดีในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยฉบับนี้ทำให้ผู้จัดทำวิจัยมีข้อเสนอแนะต่อผู้ที่สนใจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการต่อยอดผลงานวิจัยเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินเพื่อใช้ในยามเกษียณอายุ เพื่อให้การศึกษาเป็นไปอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ และเป็นประโยชน์ต่อการนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในอนาคต โดยเห็นควรว่า ในการศึกษาวิจัย ผู้ที่สนใจควรกำหนดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติม เช่น การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินเพื่อใช้ในยามเกษียณอายุของข้าราชการกรมสรรพากรในส่วนภูมิภาคตามโครงสร้างการบริหารงานของกรมสรรพากร โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์วิเคราะห์การถดถอยและการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเงินออมกับตัวแปรอิสระต่างๆ ที่คาดว่าจะมีผลต่อการออมเงิน เช่น จำนวนเงินทุนไหลเข้าประเทศ (Foreign Direct Investment : FDI) การลงทุนของภาครัฐ และตัวแปรอิสระในลักษณะ dummy variable โดยอาจทำการศึกษาปีที่เริ่มต้นสงครามทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีนว่ามีผลต่อปริมาณเงินออมในประเทศไทยหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, กรมกิจการผู้สูงอายุ. ข้อมูลสถิติจำนวนผู้สูงอายุประเทศไทย ปี 2561. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2562, จาก http://www.dop.go.th/th/know/1/153

กฤตภาส เลิศลงคราม . (2555). "พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์." สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การพัฒนามนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ

ซานียะฮ์ ช่างวัฒนกุล (2559) ."ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนจังหวัดสตูล"สาร นิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ดร.สุรพงษ์ มาลี./(2561). รู้จักสังคมสูงอายุ และสถานการณ์ผู้สูงอายุ (ในประเทศไทย)./**วารสารข้าราชการ**, ปีที่ 60 ฉบับที่ 4, หน้า 7

นิศารัตน์ กุลกชพร. (2554). "ปัจจัยที่มีผลกับการเตรียมพร้อมเกษียณอายุราชการของข้าราชการตำรวจจังหวัดยะลา.ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

เนษพร ยาคสีเหลือง. (2557). "ปัจจัยที่มีผลต่อการออมเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่." งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ ธนภรณ์ เนื่องพลี. (2561). "พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี." บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศิลปากร

สุพัตรา สมวงศ์ บังอร สวัสดิ์สุข. (2559). "ศึกษาการออมเงินเพื่อวัยเกษียณของลูกค้าธนาคารหทารไทยจำกัด (มหาชน) จังหวัดพะเยา." นิสิตคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์และคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

International Economic and Financial Factors Affecting the Exchange Rate between Thai Baht and U.S. Dollar

นายคณพัฒน์ ติรวณิชวงศ์*

Kanaphat Tiravanichwong*

นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*

Master Degree student, Business Economics*

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

อาจารย์ ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล**

Dr.Lalita Chanwongpaisarn Nguitragool**

อาจารย์ประจำ**

Lecturer**

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

School of Economics, The University of the Thai Chamber of Commerce*

อีเมล์: kanaphat023@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบรายเดือน ตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ.2557 ถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2562 รวมระยะเวลา 66 เดือน โดยตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย 1.มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหรัฐอเมริกา (XUS) 2.อัตราเงินเฟ้อ (INF) 3. ดุลบัญชีเดินสะพัด (CA) 4.อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมระหว่างธนาคาร (IBR) โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) มาประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS)

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระจำนวน 1 ตัว ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคาร (IBR) มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกาในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 %และตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนตัวแปรที่เหลือ ได้แก่ มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหรัฐฯ (XUS) อัตราเงินเฟ้อ (INF) ดุลบัญชีเดินสะพัด (CA) ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

คำสำคัญ : อัตราแลกเปลี่ยน เงินบาท ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ส่งออก

Abstract

The objective of this study was to investigate the influence of international economic and financial factors on Thai Baht to US Dollar exchange rate. Monthly secondary data were collected from January 2014 to June 2019, totaling 66 months. The variables studied consisted of 1. Value of exports from Thailand – US (XUS), 2. Inflation rate (INF), 3. Current account balance (CA), and 4. Interbank rate (IBR). Multiple Regression was used to estimate the coefficient of independent variables and dependent variables with Ordinary Least Squares (OLS).

The results of this research indicated that one independent variable, i.e. interbank rate (IBR) was negatively related with Thai Baht to US Dollar exchange rate with a statistical significance level of 0.05 (99% confidence level), which was consistent with the set hypothesis. In contrast, other variables, namely Value of exports from Thailand – US (XUS), Inflation rate (INF), and Current account balance (CA) were not related with Thai Baht to US Dollar exchange rate.

Keywords : Exchange rate Thai Baht US Dollar Exports

บทนำ

ธุรกรรมการค้าหรือการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นกิจกรรมที่ทุกประเทศทำกันมาแต่อดีต เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ ทุน ซึ่งช่วยทำให้ผู้บริโภคในประเทศและประเทศอื่นมีโอกาสที่จะได้สัมผัสกับตลาดและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยการทำธุรกรรมระหว่างประเทศนั้นจะต้องอาศัยอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ โดยที่ค่าเงินแต่ละประเทศก็จะมีความผันผวนแตกต่างกันไป ซึ่งค่าเงินของแต่ละประเทศจะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยทั้งปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ ตัวอย่างเช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย มูลค่าการส่งออก อัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคาร เป็นต้น

สถานการณ์ในปัจจุบันรายได้จากการส่งออกสินค้าเป็นรายได้ที่สำคัญอย่างหนึ่งของประเทศ จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ในช่วงปี 2552 – 2561 พบว่าแนวโน้มของมูลค่าการค้าและการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในทุกปี โดยในปี 2561 มีมูลค่าการค้าและการส่งออกอยู่ที่ 16,172,338.70 ล้านบาท และ 8,108,299.80 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ที่มีมูลค่าการค้าและการส่งออกอยู่ที่ 15,593,383.60 ล้านบาท และ 8,006,265.20 ล้านบาท ตามลำดับ โดยถ้าแบ่งเป็นกลุ่มประเทศที่ไทยส่งออกจะแบ่งได้ 3 กลุ่มใหญ่คือ 1.สหรัฐอเมริกา 2.สหภาพยุโรป 3.จีน จากข้อมูลของธนคารแห่งประเทศไทย พบว่าในปี 2561 การส่งออกของไทยไปประเทศจีนมีมูลค่าสูงที่สุด รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกา และ สหภาพยุโรป มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 971,436.98 ล้านบาท รองลงมาคือ 899,154.14 ล้านบาท และ 803,242.05 ล้านบาท ตามลำดับ โดยอัตราแลกเปลี่ยนที่เราใช้ชำระสินค้าและบริการนั้นกว่า 80 % เป็นสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เพราะว่าประเทศสหรัฐอเมริกานั้นเป็นหนึ่งในประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจของโลก และ มีมาตราฐานเป็นที่ยอมรับของประเทศต่างๆทั่วโลกและประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นหนึ่งในประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เพื่อทราบถึงสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย ทฤษฎีความเสมอภาคแห่งอำนาจซื้อ ทฤษฎีความเสมอภาคของอัตราดอกเบี้ย และการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยน

ทฤษฎีฟิชเชอร์ (The Fisher effect) อธิบายถึงความสัมพันธ์ของความแตกต่างของอัตราดอกเบี้ยในสองประเทศกับอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินตราสองสกุลของสองประเทศนั้น กล่าวโดยสรุปคือ เงินสกุลของประเทศที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงจะมีค่าลดลง และเงินสกุลของประเทศที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าก็มีค่าเพิ่มขึ้น

เนื่องจากหากอัตราดอกเบี้ยของสองประเทศต่างกันจะทำให้มีเงินทุนเคลื่อนย้ายจากประเทศที่มีดอกเบี้ยต่ำไปสู่ประเทศที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงเพื่อหากำไร

ทฤษฎีความเสมอภาคแห่งอำนาจซื้อ (The Purchasing - Power Parity Theory: PPP) แนวคิดดังกล่าวได้อธิบายถึงปัจจัยกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม ซึ่งหมายถึงระดับอัตราแลกเปลี่ยนที่ทำให้เกิดดุลการชำระเงิน (Balance of Payment) โดยอัตราแลกเปลี่ยนจะมีความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศ โดยกล่าวได้ว่า อัตราแลกเปลี่ยนที่สมดุลระหว่างเงินตราสองสกุล คืออัตราแลกเปลี่ยนที่ทำให้อำนาจซื้อเท่ากัน กล่าวคืออัตราแลกเปลี่ยนที่สมดุลจะเป็นอัตราแลกเปลี่ยนที่ไม่ทำให้ประชาชนของประเทศใดประเทศหนึ่ง มีความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนเงินตราเพื่อซื้อสินค้าชนิดเดียวกันจากนอกประเทศ เพราะเมื่อได้แลกเปลี่ยนเงินตราที่สมดุลแล้ว สินค้าอย่างเดียวกันจะมีราคาเท่ากันในทุกประเทศ

ทฤษฎีความเสมอภาคของอัตราดอกเบี้ย (The Interest - Rate Parity Theory : IRP) ทฤษฎีนี้ถือเป็นทฤษฎีหลักที่สำคัญของการทำธุรกรรมทางด้านการเงินระหว่างประเทศ โดยพิจารณาการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศเพิ่มเติมจากแนวคิดเดิมที่ให้ความสำคัญเฉพาะดุลบัญชีเดินสะพัด เพื่ออธิบายพฤติกรรมการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ กล่าวคือ การลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงระดับเดียวกันจะต้องได้รับผลตอบแทนที่เท่ากันในทุกประเทศ หากมีส่วนต่างของตอบแทนเกิดขึ้น จะเป็นช่องทางทำกำไรจากการซื้อถูกขายแพง ดังนั้นนักลงทุนต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนควบคู่ไปกับความแตกต่างของอัตราดอกเบี้ยด้วย

การกำหนดอัตราแลกเปลี่ยน การกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนนั้นจะพิจารณาเงินตราต่างประเทศเหมือนกับสินค้าชนิดหนึ่ง โดยวิธีการกำหนดจะใช้หลักเกณฑ์การกำหนดราคาทางเศรษฐศาสตร์ทั่วไป คือ พิจารณาจากอุปสงค์และอุปทานเงินตราต่างประเทศ 1.อุปสงค์ของเงินตราต่างประเทศ คือ จำนวนการซื้อเงินตราต่างประเทศในระดับอัตราแลกเปลี่ยนต่าง ๆ กันในช่วงเวลาใดเวลา 2. อุปทานของเงินตราต่างประเทศ คือ จำนวนเงินตราต่างประเทศที่มีผู้นำมาเสนอขาย ในระดับอัตราแลกเปลี่ยนต่าง ๆ กัน ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิภาพร โชติพฤกษวัน (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ค่าเงินบาทต่อ ยูโร และค่าเงินบาทต่อหยวน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ค่าเงินบาทต่อยูโร และค่าเงินบาทต่อหยวน ตัวแปรที่นำมาศึกษา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคาร (IBR) อัตราเงินเฟ้อ (INF) ดุลบัญชีเดินสะพัด (CA) มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหรัฐอเมริกา (XUS) มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหภาพยุโรป (XEU) และมูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-จีน (XCN) ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลรายเดือน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2544 ถึง วันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 จำนวน 125 เดือน โดยใช้สมการ ถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) มาประมาณค่าสัมประสิทธิ์

ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) จากการศึกษาพบว่า อัตราเงินเฟ้อ (INF) เป็นปัจจัยที่มีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนระหว่าง ค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ค่าเงินบาทต่อยูโร และค่าเงินบาทต่อหยวน ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่กำหนดไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 95% สำหรับตัวแปรอัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคาร (IBR) เป็นปัจจัยที่มีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนระหว่าง ค่าเงินบาทต่อยูโร ในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 95% แต่ไม่มีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ และค่าเงินบาทต่อหยวน ส่วนดุลบัญชีเดินสะพัด (CA) มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหรัฐอเมริกา (XUS) มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหภาพยุโรป (XEU) และมูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-จีน (XCN) เป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ค่าเงินบาทต่อยูโรและค่าเงินบาทต่อหยวน

สมยศ อวเกียรติ และ สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง (2558) ศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ เงินบาทต่อยูโร และเงินบาทต่อเยน และพยากรณ์อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ เงินบาทต่อยูโร และเงิน บาทต่อเยน จากตัวแบบจำลองอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่ได้ อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่าง ธนาคาร ดุลบัญชีเดินสะพัด มูลค่าการส่งออกสินค้าออกไทย-สหรัฐฯ มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหภาพยุโรป และ มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-ญี่ปุ่น เป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลา (Time Series Data) เป็นข้อมูลรายเดือนตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ.2548 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 รวมทั้งสิ้น 120 เดือน มาทำการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Model) ผลการศึกษาพบว่า อัตราเงินเฟ้อ เป็นปัจจัยที่มีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ เงินบาทต่อยูโร และเงินบาทต่อเยน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทิศทางเดียวกัน และอัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่าง ธนาคารมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อยูโรเท่านั้น อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แต่ไม่มีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ และ อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเยน สำหรับปัจจัยที่เหลือ ได้แก่ ดุลบัญชีเดินสะพัด และมูลค่าการส่งออกสินค้า ไทย-สหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหภาพยุโรป มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-ญี่ปุ่น เป็นปัจจัยที่ไม่มี ผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ เงินบาทต่อยูโรและเงินบาทต่อเยน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบรายเดือน ตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ.2557 ถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2562 รวมระยะเวลา 66 เดือน ซึ่งได้มากจากการเก็บรวมรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงข้อมูล

ทางด้านสถิติที่หน่วยงานราชการได้เก็บรวบรวมไว้ เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1.มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหรัฐอเมริกา (XUS) 2.อัตราเงินเฟ้อ (INF) 3.ดุลบัญชีเดินสะพัด (CA) 4.อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมระหว่างธนาคาร (IBR)

ตัวแปรตาม ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) ศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) มาประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS)

กระบวนการวิเคราะห์

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน โดยการนำข้อมูลทุติยภูมิจากการเก็บรวมรวบที่ได้มา Run Regression ในโปรแกรม Eviews เพื่อดูข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) ค่าความน่าจะเป็น (Probability) เมื่อเทียบกับนัยสำคัญทางสถิติ ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (R-squared) เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบปัญหา Multicollinearity ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการที่ตัวแปรอิสระที่อยู่ในสมการถดถอยมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูง ทำให้ผิดข้อสมมติพื้นฐานของการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีการ OLS ว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องเป็นอิสระต่อกัน โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการตรวจสอบปัญหา Multicollinearity ด้วยวิธี Correlation Analysis ซึ่งความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระเหล่านี้สามารถวัดได้จากค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 1 โดยหากค่าสหสัมพันธ์ มีค่ามากกว่า 0.8 แสดงว่า ตัวแปรอิสระคู่นั้นมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูง

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity เป็นการทดสอบว่าความแปรปรวนของตัวคลาดเคลื่อน (Error) ที่ได้จากสมการประมาณค่ามีค่าคงที่ตามข้อสมมติของวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) หรือไม่ โดยทำการตรวจสอบปัญหาดังกล่าวด้วยวิธี White Test

ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบปัญหา Autocorrelation เป็นการตรวจสอบว่าตัวคลาดเคลื่อนมีการกระจายที่เป็นอิสระต่อกันตามข้อสมมติพื้นฐานของวิธีการกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) หรือไม่ โดยใช้วิธี การตรวจสอบจากค่า Durbin-Watson statistic (D.W.)

ขั้นตอนที่ 5 จากนั้นจึงทำการตรวจสอบสมมติฐานทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม และนำตัวเลขมาวิเคราะห์หาผลการวิจัย

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาจะทดสอบว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีแบบจำลองดังนี้

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

BPUS = $\beta_0 + \beta_1 XUS + \beta_2 INF + \beta_3 CA + \beta_4 IBR + \epsilon$

BPUS = อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

XUS = มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหรัฐอเมริกา

INF = อัตราเงินเฟ้อ

CA = ดุลบัญชีเดินสะพัด

IBR = อัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคาร

e = ค่าความคลาดเคลื่อน

ผลการศึกษา

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน โดยการนำข้อมูลทุติยภูมิจากการเก็บรวมรวบที่ได้มา Run Regression ในโปรแกรม Eviews

ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลองข้างต้นด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด มาสร้างเป็นสมการได้ดังนี้

สมการที่ 1

BPUS = 42.27537 – 0.000049XUS – 39.39981INF + 0.00000371CA – 3.498464IBR

t-Statisic	**(21.08092)**	**(-2840506)**	**(-0.718532)**	**(1.406085)**	**(-4.644985)**
Prob.	**(0.000)**	**(0.0061)*** **	**(0.4752)**	**(0.1648)**	**(0.0000)*** **

F – statistic = 8.029527

R^2 = 0.344918

Adjusted R^2 = 0.301962

Durbin – Watson = 0.313782

*** = แสดงนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 %

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบปัญหา Multicollinearity ด้วยวิธี Correlation Analysis

ตารางที่ 1 : ตารางการตรวจสอบปัญหา Multicollinearity ด้วยวิธี Correlation Analysis

	XUS	INF	CA	IBR
XUS	1.000000	0.045672	0.249264	-0.358732
INF	0.045672	1.000000	-0.187384	0.005214
CA	0.249264	-0.187384	1.000000	-0.355192
IBR	-0.358732	0.005214	-0.355192	1.000000

ที่มา : จากการคำนวณ

จากการตรวจสอบปัญหา Multicollinearity จะพบว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าไม่เกิน 0.8 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity ด้วยวิธี White Test

ตารางที่ 2 : ตารางการตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity ด้วยวิธี White Test

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	1.121648	Prob. F(14,51)	0.3629
Obs*R-squared	15.53756	Prob. Chi-Square(14)	0.3424
Scaled explained SS	13.73712	Prob. Chi-Square(14)	0.4695

ที่มา : จากการคำนวณ

จากการตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity พบว่าไม่เกิดปัญหา เนื่องจาก ค่าProb. ของ Obs*R-squared = 0.3424 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญ 0.1

ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบปัญหา Autocorrelation โดยใช้วิธี การตรวจสอบจากค่า Durbin-Watson statistic (D.W.)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน โดยการนำข้อมูลทุติยภูมิจากการเก็บรวมรวบที่ได้มา Run Regression ในโปรแกรม Eviews เพื่อดูข้อมูลเบื้องต้น จากการตรวจสอบค่า Durbin-Watson ในสมการที่ 1 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.313782 ซึ่งเมื่อเปิดตารางสถิติ Durbin-Watson ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ที่ n=66 (n คือจำนวนข้อมูล) และ k = 4 (k คือจำนวนตัวแปรอิสระ) พบว่า dL = 1.343 ส่วน dU = 1.577 ในขณะที่ค่า D.W. ที่คำนวณได้ มีค่า 0.313782 < dU (1.577) ดังนั้นตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันเองในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นเกิดปัญหา Autocorrelation

ทำการแก้ไขปัญหาความคลาดเคลื่อนที่มีความสัมพันธ์ห่างกัน 1 ช่วงเวลา ด้วยการเพิ่ม Autoregressive ลำดับขั้นที่ 1 (First Order Regressive) หรือที่เรียกว่า AR (1) เข้าไปในสมการ จะได้สมการที่ 2 ดังนี้

สมการที่ 2

BPUS = 36.83702 – 0.00000362XUS – 19.64704INF – 0.000000695CA – 2.096424IBR

t – Statistic (21.96207) (-0.540602) (-0.998094) (-0.772128) (-2.760698)

Prob. (0.000) (0.5908) (0.3222) (0.4431) (0.0077)***

F – statistic = 138.5753

R^2 = 0.933742

Adjusted R^2 = 0.927003

Durbin – Watson = 1.058092

*** = แสดงนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 %

จากการตรวจสอบค่า Durbin-Watson ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.058092 ซึ่งเมื่อเปิดตารางสถิติ Durbin-Watson ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ที่ n=66 (n คือจำนวนข้อมูล) และ k = 4 (k คือจำนวนตัวแปรอิสระ) พบว่า dL = 1.343 ส่วน dU = 1.577 ในขณะที่ค่า D.W. ที่คำนวณได้ มีค่า 1.058092 < dU (1.577) ดังนั้นตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันเองในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นเกิดปัญหา Autocorrelation

ทำการแก้ไขปัญหาด้วยการเพิ่ม Autoregressive ลำดับขั้นที่ 2 (Second Order Autoregressive) หรือที่เรียกว่า AR (2) เข้าไปในสมการ จะได้สมการที่ 3 ดังนี้

สมการที่ 3

BPUS = 38.04857– 0.00000321XUS – 16.04878INF – 0.00000065CA – 2.769296IBR

t – Statistic (28.57117) (-0.884446) (-1.149783) (-1.224503) (-3.610204)

Prob. (0.000) (0.3801) (0.2550) (0.2257) (0.0006)***

F – statistic = 153.8194

R^2 = 0.948887

Adjusted R^2 = 0.942718

Durbin – Watson = 1.735903

*** = แสดงนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 %

จากการตรวจสอบค่า Durbin-Watson ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.735903 สรุปผลได้ดังนี้

positive second-order autocorrelation หาก d > dU แสดงว่าไม่มีปัญหา autocorrelation จากการตรวจสอบค่า Durbin-Watson ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.735903 ซึ่งเมื่อเปิดตารางสถิติ Durbin-Watson ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ที่ n=66 (n คือจำนวนข้อมูล) และ k = 4 (k คือจำนวนตัวแปรอิสระ) พบว่า dL = 1.343 ส่วน dU = 1.577 ในขณะที่ค่า D.W. ที่คำนวณได้ มีค่า 1.735903 > dU (1.577) ดังนั้นตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กันเองในทิศเดียวกันแสดงว่าไม่มีปัญหา autocorrelation ของความสัมพันธ์ในทิศเดียวกัน

negative second-order autocorrelation หาก d < 4 – dU แสดงว่าไม่มีปัญหา autocorrelation จากการตรวจสอบค่า Durbin-Watson ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.735903 ซึ่งเมื่อเปิดตารางสถิติ Durbin-Watson ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ที่ n=66 (n คือจำนวนข้อมูล) และ k = 4 (k คือจำนวนตัวแปรอิสระ) พบว่า dL = 1.343 ส่วน dU = 1.577 ในขณะที่ค่า D.W. ที่คำนวณได้ มีค่า 1.735309 < 4- dU (2.423) ดังนั้นตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กันเองในทิศตรงข้ามแสดงว่าไม่มีปัญหา autocorrelation ของความสัมพันธ์ในทิศตรงกันข้าม

ขั้นตอนที่ 5 จากนั้นจึงทำการตรวจสอบสมมติฐานทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม และนำตัวเลขมาวิเคราะห์หาผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา แสดงในรูปสมการต่อไปนี้

BPUS = 38.04857 – 0.00000321XUS – 16.04878INF – 0.00000065CA – 2.769296IBR

t – Statistic (28.57117) (-0.884446) (-1.149783) (1.224503) (-3.610204)

Prob. (0.000) (0.3801) (0.2550) (0.2257) (0.0006)***

หมายเหตุ : *** = แสดงนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 99 %

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา พบว่าตัวแปรอิสระจำนวน 1 ตัว ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคาร (IBR) มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 % โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์ของอัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคาร มีค่า -2.769296 กล่าวคือ ถ้าอัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคารเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงไป 2.77 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกาในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 % และตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนตัวแปรที่เหลือ ได้แก่ มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหรัฐฯ (XUS) อัตราเงินเฟ้อ (INF) ดุลบัญชีเดินสะพัด (CA) ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) ศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเงินระหว่างประเทศที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยใช้สมการ

ถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) มาประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) อภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหรัฐฯ (XUS) ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิภาพร โชติพฤกษวัน (2554) และ สมยศ อวเกียรติ และ สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง (2558) ที่พบว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าไทย-สหรัฐฯ ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

อัตราเงินเฟ้อ (INF) ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิภาพร โชติพฤกษวัน (2554) และ สมยศ อวเกียรติ และ สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง (2558) ที่พบว่า อัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

ดุลบัญชีเดินสะพัด (CA) ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิภาพร โชติพฤกษวัน (2554) และ สมยศ อวเกียรติ และ สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง (2558) ที่พบว่าดุลบัญชีเดินสะพัดไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

อัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคาร (IBR) มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกาในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าอัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคารเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงไป 2.77 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกาในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 % และตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อธิบายคือ ถ้าอัตราดอกเบี้ยในประเทศไทยสูงขึ้นเมื่อเทียบกับอัตราดอกเบี้ยต่างประเทศ จะดึงดูดนักลงทุนให้นำเงินเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ความต้องการเงินบาทมากขึ้น ค่าเงินบาทจะแข็งค่าขึ้น ดังนั้นอัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคารจึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนิภาพร โชติพฤกษวัน (2554) และ สมยศ อวเกียรติ และ สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง (2558) พบว่าอัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคารไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ก็คือ อัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมระหว่างธนาคาร ซึ่งสามารถใช้ปัจจัยตัวนี้เป็นแนวทางในการพยากรณ์หรือคาดการณ์ว่า อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกาจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

อยากให้ผู้สนใจศึกษาในเรื่องนี้ ทำการศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากในงานวิจัยนี้ เช่น ศึกษาตัวแปรอื่นจากภายนอกประเทศ หรือ ตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม อาจจะทำให้ผลลัพธ์ออกมามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

นิภาพร โชติพฤกษวัน. (2554). ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ค่าเงินบาทต่อ ยูโรและค่าเงินบาทต่อหยวน. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการเงิน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

น้ำเพชร นิ่มนวลดี และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). ศึกษาปัจจัยต่างๆที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าระหว่างเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา. วารสารการตลาด และการสื่อสาร, 1(4), 1-16

กรรณิกา ศรีสังข์งาม และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2558). ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่กำหนดอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับเงินหยวน. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 1(2), 81-98.

สมยศ อวเกียรติ และ สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง. (2558). ศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ เงินบาทต่อยูโร และเงินบาทต่อเยน และพยากรณ์อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ เงินบาทต่อยูโร และเงินบาทต่อเยน. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 5(2), 16-27.

สาริศ นาถะภักติ. (2560). ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินจัตต่อค่าเงินบาท. การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ

Research-Based Learning for Developing Learning Achievement in Statistical Package Subject of Students in Ekawit Business Administration Vocational College

ชลิตา กาพย์แก้ว* และ ภัทรวรรธน์ จีรพัฒน์ธนธร**
Chalita Kapkaew* and Pattarawat Jeerapattanatorn**
สาขาวิชาธุรกิจและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Business and Computer Education Program, Faculty of Education, Kasetsart University
อีเมล: lovemayaworld87@gmail.com*, fedupwj@ku.ac.th**

บทคัดย่อ

การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน หรือ RBL มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ในวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ RBL และเพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน โดยกลุ่มเป้าหมายของการศึกษาได้แก่นักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 3 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 45 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยตัวแปรต้นได้แก่ การจัดการเรียนรู้แบบ RBL และตัวแปรตามได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกได้แก่แผนการจัดการเรียนรู้แบบ RBL จำนวน 35 แผน โดยในการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้นั้นผู้วิจัยได้จัดทำฉบับร่างขึ้นและนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบคุณภาพโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.80 สำหรับเครื่องมือวิจัยส่วนที่สองได้แก่แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่นำไปใช้ในการทดสอบความรู้ระหว่างเรียนและหลังเรียน ในการพัฒนาแบบทดสอบได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพของข้อสอบแต่ละข้อโดยการหาค่า IOC และได้ค่าเฉลี่ยของ IOC เท่ากับ 0.70 จากนั้นนำไปทดลองใช้กับกลุ่มนักเรียนจำนวน 10 คน เพื่อหาค่าความยากง่ายและค่าอำนาจจำแนกให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานและสามารถนำไปใช้จริงกับกลุ่มเป้าหมาย ผลการศึกษาพบว่า แผนการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นมีมิติของการจัดการเรียนรู้แบบ RBL ใน 3 มิติ ประกอบด้วย 1) ผู้สอนนำผลการวิจัยหรืองานวิจัยมาใช้ประกอบการสอน 2) ผู้สอนเปิดให้ผู้เรียนได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับเนื้อหาหรือสิ่งที่ผู้เรียนสนใจ และ 3) ผู้สอนจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณลักษณะนักวิจัยในตัวผู้เรียน ส่วนผลการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนพบว่า นักเรียนมีผลการเรียนทั้งระหว่างเรียนและ

หลังเรียนอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานของรายวิชาคือไม่น้อยกว่า 65 คะแนน (E_1=74.1, E_2=69.8) นอกจากนี้ยังพบว่า ผลคะแนนหลังเรียน (E_2) มีค่าความแปรปรวนมากกว่าคะแนนระหว่างเรียน (E_1) อย่างชัดเจน

คำสำคัญ : การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน, ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน, แผนการจัดการเรียนรู้

Abstract

Research-Based Learning or RBL plays a significant role towards students' 21st century skills development in various aspects. This research aimed to develop lesson plans in Statistical Package Subject for students in Ekawit Business Administration Vocational College by using RBL and to study students' learning achievement. Target population was 45 year-three vocational certificate students in Business Computer major selected by purposive selection method. Independent variable was RBL whilst dependent variable was student learning achievement. Two research instruments were included in this study; first, 35 RBL lesson plans initially developed by researcher then had three experts verified its quality by rating the Index of Congruence (IOC) which resulted 0.80 score. Another research instrument was learning achievement test used in both formative and summative assessments. All test items were verified their quality by three experts and resulted the averaged IOC as 0.70 score, then tried-out with a group of ten students for investigation of their difficulty and discrimination power ensuring all items were fell under academically acceptable standard and ready for implementation with the target population. Results revealed that the emerging lesson plans showed their different RBL dimensions as the followings: 1) teachers employed research studies in teaching, 2) teachers allowed students to study on researches towards their own topics of interest, and 3) teachers gave their efforts to develop students' researcher characteristics. The research result also showed that students' learning achievements both formative and summative assessment were fell under subject's expected requirement (65 score or above), (E_1=74.1, E_2=69.8). However, summative learning achievement (E_2) explicitly showed its variance over formative learning achievement (E_1).

Keywords: Research-Based Learning, Learning Achievement, Lesson Plans

บทนำ

การจัดการเรียนรู้ตามแนวทางในการจัดการศึกษาที่ระบุในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ระบุว่า การจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่าผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด (ราชกิจจานุเบกษา, 2542) กระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เริ่มต้นจากครูเป็นผู้วางแผนการเรียนรู้ กำหนดเป้าหมาย เนื้อหาสาระและการจัดบรรยากาศให้เอื้อต่อการเรียนรู้ไว้เป็นเบื้องต้น ผู้เรียนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดจุดมุ่งหมาย กิจกรรมและวิธีการเรียนรู้ อีกทั้งได้คิด ปฏิบัติและเรียนรู้ด้วยตนเองตามศักยภาพ ความต้องการ ความสนใจและความถนัด ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองในเรื่องที่สอดคล้องกับการดำรงชีวิตจากแหล่งการเรียนรู้ที่หลากหลาย สามารถเรียนรู้ร่วมกันกับผู้อื่นอย่างมีความสุข รวมทั้งมีส่วนร่วมในการประเมินผลและพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (กรมวิชาการ, 2545)

จากแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579 ระบุเป้าหมายในการพัฒนาผู้เรียนว่าผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ควรได้รับการพัฒนาทักษะสำคัญ อาทิ ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ทักษะในการแก้ปัญหา ทักษะด้านความร่วมมือ การทำงานเป็นทีม ภาวะผู้นำ ทักษะด้านสารสนเทศ และทักษะการเรียนรู้ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) การจัดการเรียนการสอนจึงไม่เพียงพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้และเทคนิคปฏิบัติงานในสาขาวิชาชีพเท่านั้น แต่ควรพัฒนาผู้เรียนใช้ทักษะทางปัญญาชั้นสูงเพื่อการเรียนรู้ ทำความเข้าใจในปัญหาและแก้ปัญหานั้นด้วยกระบวนการทางปัญญา โดยกำหนดสถานการณ์ปัญหาที่กว้างและมีความซับซ้อนเหมาะสมกับระดับของผู้เรียน ซึ่งสามารถใช้หลักการของรูปแบบกระบวนการวิจัยเป็นฐานได้ (ไพศาล สุวรรณน้อย, 2549) ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าการศึกษายุคใหม่ได้เปลี่ยนมาให้ความสำคัญกับการเรียนมากกว่าการสอนมากขึ้นกว่าที่เคยเป็นมาในอดีต

วิธีการจัดการเรียนการสอนรูปแบบหนึ่งที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างมากในปัจจุบันคือการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน (Research-Based Learning หรือ RBL) เป็นแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ที่ให้ความสำคัญกับผู้เรียนในฐานะศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ ส่งเสริมการพัฒนาทักษะกระบวนการค้นคว้า ทักษะการคิดวิเคราะห์ และการบูรณาการเนื้อหาความรู้ที่เรียน โดยการจัดการเรียนรู้แบบ RBL นี้สามารถนำไปใช้ได้ทุกรายวิชาและในหลายระดับการศึกษา (เสาวภา วิชาดี, 2554) นอกจากนี้ การจัดการเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐานยังสอดคล้องกับความมุ่งหมายและหลักการจัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 ที่เป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข จัดการศึกษาโดยยึดหลักการศึกษาตลอดชีวิตสำหรับประชาชน มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการใช้กระบวนการวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ และให้ความสำคัญกับการให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ฝึกทักษะ กระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ และการประยุกต์ความรู้มาใช้เพื่อป้องกันและแก้ปัญหา RBL ยังสามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน ส่งเสริมการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการศึกษาในศตวรรษที่ 21 (Srikoon,

Bunterm, Samranjai, & Wattanathorn, 2014) ปัจจุบัน การจัดการเรียนรู้แบบ RBL ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในฐานะกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่มีความสำคัญต่อการเตรียมผู้เรียนให้มีคุณภาพสู่โลกของการทำงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Brew & Saunders, 2020)

ผู้วิจัยในฐานะครูผู้สอนในสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ ได้ทบทวนเกี่ยวกับปัญหาในการจัดการเรียนการสอนและได้ค้นพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในรายวิชาทางด้านสถิติยังอยู่ในระดับที่ไม่ถึงเกณฑ์ตามที่คาดหวัง ทั้งนี้จากการตรวจสอบคะแนนผลการเรียนของนักเรียนจากระบบ Vocational Management Information System (VMIS) ซึ่งเป็นระบบสารสนเทศที่ทางวิทยาลัยใช้ในการเก็บผลการเรียนของนักเรียน พบว่านักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 รายวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.96 (จากระบบ 4 แต้ม) คิดเป็นร้อยละ 49.25 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจได้กำหนดไว้ คือค่าเฉลี่ย 2.50 หรือคิดเป็นร้อยละ 62.50 และจากการสัมภาษณ์หัวหน้าสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจเกี่ยวกับแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการสอนรายวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติพบว่า ครูผู้สอนควรจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมให้นักเรียนแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง เพิ่มทักษะในการสังเกต คิดค้น หาคำตอบ ให้กับนักเรียน (พิเชษฐ รอดคุ้ม, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 12 มิถุนายน 2562) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการเรียนรู้แบบ RBL ที่ได้กล่าวมานั้น

จากความสำคัญและสภาพปัญหาที่กล่าวมา หากได้นำแนวคิดการจัดการเรียนรู้แบบ RBL มาใช้ในการจัดการเรียนรู้รายวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติจะสามารถพัฒนาทักษะที่สำคัญของนักเรียนรวมถึงเป็นการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่ต้องการได้ นอกจากนี้ ผลของการศึกษาวิจัยอาจนำมาซึ่งประโยชน์อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการที่วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจได้ตัวอย่างแผนการจัดการเรียนรู้แบบ RBL ที่ช่วยสนับสนุนการพัฒนาความรู้ของผู้เรียนตามแนวทางการจัดการศึกษายุคใหม่ รวมทั้งเป็นแนวทางสู่การประยุกต์ใช้กับการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ และท้ายที่สุดคือนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และแบ่งปันประสบการณ์ในกลุ่มครูด้วยกัน

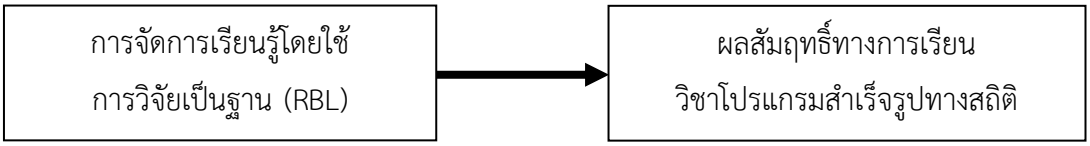
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ในวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ โดยใช้การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน
2. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติของนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ โดยใช้การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน (Research-Based Learning) เพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะของผู้เรียน และศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้ทั้งระหว่างเรียนและหลังเรียน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยตัวแปรต้นได้แก่ การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานในรายวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สำหรับนักเรียนระดับชั้น ปวช.3 วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ สำหรับตัวแปรตามได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีนิยามศัพท์ดังต่อไปนี้

การจัดการเรียนรู้โดยการใช้วิจัยเป็นฐาน หมายถึง การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการใช้กระบวนการวิจัยโดยจัดกิจกรรมที่กระตุ้นให้ผู้เรียนใช้กระบวนการวิจัยมาแก้ปัญหาหรือแสวงหาคำตอบ มีรูปแบบการจัดการเรียนการสอนใน 3 มิติ ประกอบด้วย มิติที่ 1 ผู้สอนนำผลการวิจัยหรืองานวิจัยมาใช้ประกอบการสอน มิติที่ 2 ผู้สอนเปิดให้ผู้เรียนได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับเนื้อหาหรือสิ่งที่ผู้เรียนสนใจ และมิติที่ 3 ผู้สอนจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณลักษณะนักวิจัยในตัวผู้เรียน

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ หมายถึง คะแนนการทดสอบระหว่างเรียน (E_1) และคะแนนหลังเรียน (E_2) จากกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน ซึ่งจำแนกผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้เป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน 2) การรวบรวมและเตรียมข้อมูลสำหรับประมวลผลข้อมูลทางสถิติพื้นฐาน และ 3) การใช้คำสั่งโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติพื้นฐานและการจัดทำรายงานข้อมูลทางสถิติและแผนภูมิ

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยนี้ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 ห้อง 3/3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 45 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยนักเรียนยินยอมเข้าร่วมกระบวนการวิจัยตลอดระยะเวลาของการศึกษา

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัย

1. การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ที่ใช้การวิจัยเป็นฐาน จำนวน 35 แผน มีขั้นตอนในการพัฒนาคือ ผู้วิจัยได้จัดทำร่างแผนการจัดการเรียนรู้บนพื้นฐานของทฤษฎีการเขียนแผนการจัดการเรียนรู้และแนวคิดการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน จากนั้นนำแผนการจัดการเรียนรู้ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ตรวจสอบความถูกต้อง แก้ไขข้อบกพร่อง และปรับปรุงระดับความยากง่ายของเนื้อหา ความสอดคล้องของกิจกรรม และขั้นตอนการสอน จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพของแผนการจัดการเรียนรู้โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC) ซึ่งผลจากการประเมินคุณภาพของแผนการจัดการเรียนรู้ของผู้เชี่ยวชาญได้ค่า IOC เท่ากับ 0.80 อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้ และได้ปรับปรุงแผนการจัดการเรียนรู้บางส่วนตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปใช้จริงกับกลุ่มเป้าหมาย

2. การพัฒนาแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ใช้เป็นแบบทดสอบระหว่างเรียนและแบบทดสอบหลังเรียน มีขั้นตอนการพัฒนาแบบทดสอบ ได้แก่ ผู้วิจัยศึกษาทบทวนเอกสารเกี่ยวกับการสร้างแบบทดสอบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ผนวกกับแนวคิดการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน จากนั้นทำการร่างแบบทดสอบแบบปรนัย จำนวนรวม 60 ข้อ โดยแปลงเป็นคะแนนรวม 100 คะแนน โดยให้ข้อสอบแต่ละข้อมีความเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ตามแผนการจัดการเรียนรู้ และมีความยากง่ายพอเหมาะกับระดับของผู้เรียน จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความเหมาะสมของแบบทดสอบ จากนั้นดำเนินการส่งให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบคุณภาพของข้อสอบแต่ละข้อโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) และได้ค่า IOC อยู่ในระดับที่สามารถนำไปใช้ได้ทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.70 จากนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบไปทดลองใช้กับกลุ่มนักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายจำนวน 10 คน ซึ่งผ่านการเรียนรายวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเรียบร้อยแล้ว เพื่อหาค่าอำนาจจำแนก (r) และค่าความยากง่าย (p) โดยคัดเลือกข้อสอบที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป และค่าความยากง่ายอยู่ระหว่าง 0.20 -0.80 อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้เครื่องมือวิจัยที่พร้อมสำหรับการใช้งานแล้ว จึงนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับนักเรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 โดยมีการจัดการเรียนการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 35 แผน เก็บข้อมูลผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทั้งระหว่างเรียน (E_1) และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน (E_2) เมื่อสิ้นสุดภาคเรียน เมื่อได้ข้อมูลเรียบร้อยแล้วจึงนำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

นอกจากการใช้ค่า IOC ค่าความยากง่าย (p) และค่าอำนาจจำแนก (r) ในการพัฒนาเครื่องมือวิจัยดังกล่าวมาแล้วนั้น ในการวิเคราะห์ข้อมูลผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนใช้วิธีการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (μ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างเรียนและหลังเรียนของนักเรียน ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ 1) การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ในวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้การจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน และ 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติของนักเรียน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ในวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้การวิจัยเป็นฐาน

แผนการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นมีทั้งหมด 35 แผน ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับหลักการคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน กระบวนการรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล จัดเตรียมข้อมูล บันทึกและแก้ไขข้อมูล การใช้คำสั่งโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติพื้นฐาน จัดทำรายงานข้อมูลทางสถิติและแผนภูมิ โดยในแต่ละแผนการจัดการเรียนรู้เชื่อมโยงกับมิติของการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์มิติของการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน วิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

มิติที่ 1 ผู้สอนนำผลการวิจัยหรืองานวิจัยมาใช้ประกอบการสอน	**มิติที่ 2** ผู้สอนเปิดให้ผู้เรียนได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับเนื้อหาหรือสิ่งที่ผู้เรียนสนใจ	**มิติที่ 3** ผู้สอนจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณลักษณะนักวิจัยในตัวผู้เรียน
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2, 3, 4, 5, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 20, 25, 32	แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 30, 32, 33, 34	แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35

จากตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์มิติของการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน วิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ทั้ง 35 แผนการจัดการเรียนรู้ โดยแบ่งออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 ผู้สอนนำผลการวิจัยหรืองานวิจัยมาใช้ประกอบการสอน (13 แผน) มิติที่ 2 ผู้สอนเปิดให้ผู้เรียนได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับเนื้อหาหรือสิ่งที่ผู้เรียนสนใจ (24 แผน) และมิติที่ 3 ผู้สอนจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณลักษณะนักวิจัยในตัวผู้เรียน (35 แผน)

จากการนำแผนการจัดการเรียนรู้ไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพพบว่า ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินแผนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 35 แผน โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนประเมินอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่สามารถนำไปใช้ได้ทุกแผน โดยแผนการจัดการเรียนรู้เกินครึ่ง (ร้อยละ 54.3) มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และส่วนที่เหลือ (ร้อยละ 45.7) มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อย่างไรก็ตาม แผนการจัดการเรียนรู้ทุกแผน อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้คือไม่น้อยกว่าระดับมาก

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติของนักเรียน

ในการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนในวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยเก็บคะแนนระหว่างเรียนเป็นคะแนนเก็บในการเรียนแต่ละครั้ง รวมทั้งสิ้น 100 คะแนน และคะแนนหลังเรียนได้แก่การสอบปลายภาคเรียนจำนวน 100 คะแนน ผลการศึกษาปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างเรียนและหลังเรียนของนักเรียนรายบุคคล

เลขที่	ระหว่างเรียน (เต็ม 100)	หลังเรียน (เต็ม 100)	เพิ่มขึ้น/ลดลง +/-
1	80	73	-7
2	74	57	-17
3	61	70	9
4	79	73	-6
5	71	53	-18
6	69	57	-12
7	81	53	-28
8	84	92	8
9	76	40	-36
10	73	50	-23
11	86	100	14
12	71	57	-14
13	76	50	-26
14	70	57	-13
15	76	63	-13
16	74	63	-11
17	73	50	-23
18	81	92	11
19	60	50	-10
20	79	73	-6
21	76	77	1
22	86	100	14
23	77	83	6

เลขที่	ระหว่างเรียน (เต็ม 100)	หลังเรียน (เต็ม 100)	เพิ่มขึ้น/ลดลง +/-
24	70	83	13
25	71	73	2
26	66	93	27
27	71	73	2
28	73	67	-6
29	79	82	3
30	64	67	3
31	59	70	11
32	83	90	7
33	83	83	0
34	60	70	10
35	63	70	7
36	84	67	-17
37	71	73	2
38	87	83	-4
39	77	82	5
40	63	53	-10
41	76	50	-26
42	71	43	-28
43	87	92	5
44	74	87	13
45	70	57	-13

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการศึกษาพบว่านักเรียนบางส่วนมีคะแนนเพิ่มขึ้นและบางส่วนมีคะแนนลดลง และเมื่อเปรียบเทียบคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในภาพรวม สามารถแสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ระหว่างเรียนและหลังเรียนของนักเรียนในภาพรวม

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	คะแนนเต็ม	μ	σ
ระหว่างเรียน (E_1)	100	74.1	7.622
หลังเรียน (E_2)	100	69.8	15.796

จากตารางที่ 3 แสดงคะแนนเฉลี่ยของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนทั้งชั้นเรียน โดยคะแนนเฉลี่ยของผลสัมฤทธิ์ระหว่างเรียนเท่ากับ 74.1 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน) ส่วนคะแนนเฉลี่ยของผลสัมฤทธิ์หลังเรียนเท่ากับ 69.8 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน) ซึ่งมีค่าความแปรปรวน (σ) แสดงดังตาราง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทั้งระหว่างเรียนและหลังเรียนอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่ผู้วิจัยกำหนด คือไม่ต่ำกว่าร้อยละ 65 อย่างไรก็ตาม ผลคะแนนหลังเรียนมีความแปรปรวนค่อนข้างมากเมื่อพิจารณาคะแนนที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงของนักเรียนแต่ละคน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเพื่อพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ทำให้ได้แผนการจัดการเรียนรู้จำนวน 35 แผน โดยแต่ละแผนการจัดการเรียนรู้มีมิติของการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน ทั้งนี้เนื่องจากในกระบวนการพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ได้นำมิติของ RBL มาบูรณาการในการเขียนแผน เพื่อให้สะท้อนถึงภาพของการจัดการเรียนรู้แบบ RBL ที่มีความชัดเจนและครบทุกมิติ (Susiani, Salimi, and Hidayah, 2018) ทำให้แผนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 35 แผน มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสม และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแล้วว่าสามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้สำหรับนักเรียนได้

สำหรับผลการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่พบว่า นักเรียนได้คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนผ่านเกณฑ์ที่ผู้สอนกำหนดคือร้อยละ 65 ทั้งคะแนนระหว่างเรียนและคะแนนหลังเรียน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจัดการเรียนรู้แบบ RBL ตามแผนการจัดการเรียนรู้สามารถนำพาผู้เรียนไปสู่ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่มีประสิทธิผล ดังเช่นการศึกษาวิจัยของ Sota และ Peltze (2017) ที่พบว่าการใช้จัดการเรียนรู้แบบ RBL สามารถช่วยพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนได้ในระดับสูง และจากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามผู้เรียนเพิ่มเติมพบว่า ผู้เรียนรู้สึกสนุกและให้ความสนใจกับกิจกรรมการเรียนที่ผสานประสบการณ์การเรียนรู้ในห้องเรียนกับนอกห้องเรียนเข้าด้วยกัน แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนพบว่า คะแนนเฉลี่ยของนักเรียนในภาพรวมลดลงจำนวน 4.3 คะแนน (E_1 = 74.1, E_2 = 69.8) ทั้งนี้ อาจเกิดจากการที่กิจกรรมนักเรียนในช่วงตลอดภาคเรียนมีจำนวนมาก โดยเมื่อนับจำนวนกิจกรรมนักเรียนทั้งภาค

เรียนแล้วมีจำนวนกิจกรรมทั้งสิ้น 23 กิจกรรม และนักเรียนทุกคนได้รับมอบหมายให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว ทำให้มีเวลาในการทบทวนบทเรียนสำหรับการสอบปลายภาคเรียนน้อยลง นอกจากนี้ ธรรมชาติของวิชาสถิติมีเนื้อหาที่ยากในมุมมองของผู้เรียน (Bond, Perkins, & Ramirez, 2012; Fitzmaurice, Leavy, & Hannigan, 2014)

จากการศึกษาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนพบว่า ผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนแต่ละคนมีความแตกต่างกันมากขึ้น ทั้งนี้จากการตรวจสอบผลการเรียนของนักเรียนรายบุคคล พบว่า นักเรียนบางส่วนติดภารกิจการทำงานระหว่างเรียนทำให้มีช่วงเวลาขาดเรียนและวันลาบ่อยครั้ง และนักเรียนบางส่วนมีภารกิจหลักในกิจกรรมสำคัญของวิทยาลัยทำให้ขาดเรียนมากกว่านักเรียนคนอื่น ๆ ซึ่งการติดตามบทเรียนอาจไม่สามารถทำได้อย่างเต็มที่ จากการที่ผู้วิจัยสังเกตพฤติกรรมผู้เรียนพบว่า ในช่วงที่มีการเรียนการสอนนั้นนักเรียนยังขาดทักษะการสังเกตและยังไม่กล้าซักถามครูผู้สอนในหัวข้อต่าง ๆ รวมถึงผลงานที่ได้รับมอบหมายซึ่งต้องส่งครูนั้นยังมีความคลาดเคลื่อนจากโจทย์หรือประเด็นที่ครูมอบหมายให้ทำ ซึ่งอาจส่งผลทำให้นักเรียนขาดความรอบรู้ในเนื้อหาที่ศึกษาได้ จากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้นอาจสรุปได้ว่าการที่มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่มีจำนวนมากนั้นอาจส่งผลกระทบต่อผลการเรียนของนักเรียนได้ ยกตัวอย่างผลการวิจัยของ Wilson (2009) ที่ทำการศึกษาผลจากการทำกิจกรรมเสริมหลักสูตรของนักเรียนและพบว่าการกำหนดให้มีกิจกรรมนักเรียนมากเกินไปอาจทำให้ส่งผลกระทบต่อการเรียนของนักเรียน โดยนักเรียนบางส่วนอาจเหนื่อยล้าจากการทำกิจกรรม บางส่วนไม่มีเวลาที่เพียงพอในการทบทวนบทเรียน และสำหรับนักเรียนที่เป็นนักกีฬาอาจมีความจำเป็นต้องใช้เวลาในการพักฟื้นจากอาการบาดเจ็บ ซึ่งจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลการเรียนของนักเรียน นอกจากนี้ จากการสอบถามนักเรียนเพิ่มเติมพบว่า งานที่ได้รับมอบหมายในภาคเรียนนี้มีจำนวนมากและบางงานไม่สามารถส่งงานได้ทันตามเวลาที่กำหนด และมีข้อจำกัดในการทำงานกลุ่มเนื่องจากเวลาเรียนไม่ตรงกัน สาเหตุต่าง ๆ เหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนของนักเรียนตามที่ได้อธิบายไว้นั้น

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. กระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐาน (RBL) สามารถบูรณาการในการสอนได้ในหลากหลายวิชารวมถึงวิชาโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ หากแต่การจัดการเรียนรู้ควรจัดให้มีระยะเวลาที่เพียงพอในการจัดกิจกรรมซึ่งการเรียนรู้แบบ RBL นั้น มีหลายมิติ และแต่ละมิติของการเรียนนั้นต้องอาศัยการฝึกฝน ทำความเข้าใจ จัดสรรเวลาในการเรียนที่เพียงพอ ผู้เรียนแต่ละคนและแต่ละกลุ่มจะต้องอุทิศเวลาในการปฏิบัติงานทั้งในและนอกห้องเรียน

2. การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ RBL สำหรับนักเรียนควรผสานการจัดการเรียนรู้ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนรู้สึกสนุกและสนใจเรียนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม งานที่มอบหมายอาจต้องชี้แจงผู้เรียนให้เข้าใจตรงกันก่อนการลงศึกษาในภาคสนาม

3. การบ่มเพาะคุณลักษณะของนักวิจัยในตัวผู้เรียนอาจต้องใช้เวลา โดยในระยะแรกของการเรียนรู้แบบ RBL อาจยังไม่ได้ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เด่นชัดสืบเนื่องมาจากปัจจัยหลายประการ ทั้งด้านระยะเวลาในการเรียนและปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เรียน ดังนั้น การพัฒนากระบวนการเรียนรู้แบบ RBL อย่างต่อเนื่องในภาคเรียนต่อไปจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาคุณลักษณะการเป็นนักวิจัยในตัวผู้เรียนได้เด่นชัดยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนแบบ RBL อาจต้องทำการศึกษาอย่างต่อเนื่องในภาคการศึกษาต่อ ๆ ไป เนื่องจากต้องใช้เวลาในการบ่มเพาะคุณลักษณะความเป็นนักวิจัย โดยผู้วิจัยสามารถนำไปปรับใช้กับการสอนได้ในทุกรายวิชาและทุกระดับชั้น

2. ควรศึกษาแนวทางในการใช้เทคโนโลยีที่เอื้อประโยชน์ในการเรียนรู้ของผู้เรียนสำหรับนักเรียนที่มีข้อจำกัดด้านเวลาเรียนและภาระการทำงานหลังเลิกเรียน อาทิ การได้ศึกษาจากวีดิทัศน์ประกอบการสอนล่วงหน้าก่อนเข้าเรียน รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการส่งงานของนักเรียน ซึ่งมีส่วนสำคัญที่จะช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการ. (2545). *หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์รับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.

“พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542” (2542, 30 พฤศจิกายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 116 ตอนที่ 74 ก. หน้า 4.

พิเชษฐ รอดคุ้ม. หัวหน้าสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ. (12 มิถุนายน 2562). สัมภาษณ์.

ไพศาล สุวรรณน้อย. (2549). การจัดการเรียนการสอนโดยใช้วิจัยเป็นฐาน:การพัฒนาสู่มหาวิทยาลัยวิจัย. *วารสารศึกษาศาสตร์*, 29(3-4), 16-26.

เสาวภา วิชาดี. (2554). การศึกษาในกระบวนทัศน์ใหม่: การเรียนโดยใช้การวิจัยเป็นฐาน. *วารสารนักบริหาร*, 31(3), 26-30.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

Bond, Marjorie E., Perkins, Susan N., & Ramirez, C. (2012). Students' Perceptions of Statistics: An Exploration of Attitudes, Conceptualizations, and Content Knowledge of Statistics. *Statistics Education Research Journal*, 11(2), 6-25.

Brew, A. & Saunders, C. (2020). Making Sense of Research-Based Learning in Teacher Education. *Teaching and Teacher Education*, 87, doi.org/10.1016/j.tate.2019.102935.

Fitzmaurice, O., Leavy, Aisling M. & Hannigan, A. (2014). Why is statistics perceived as difficult and can practice during training change perceptions? Insights from a prospective mathematics teacher. *Teaching Mathematics and its Applications*. 33(4): 230-248.

Sota, C. & Peltzer, K. (2017). The Effectiveness of Research Based Learning among Master degree Student for Health Promotion and Preventable Disease, Faculty of Public Health, Khon Kaen University, Thailand. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 237, 1359-1365.

Srikoon, S., Bunterm, T., Samranjai, J., & Wattanathorn, J. (2014). Research Synthesis of Research-Based Learning for Education in Thailand. *Procedia-Social and Behavioral Sciences,* 116, 913-917.

Susiani, T., Salimi, M. & Hidayah, R. (2018, January 1). SHS Web of Conferences: Research Based Learning (RBL): How to Improve Critical Thinking Skills? 42. 00042. 10.1051/shsconf/20184200042.

Wilson, N. (2009). *Impact of Extracurricular Activities on Students.* M.S. in School Counseling, University of Wisconsin-Stout.

การลดพลังงานในระบบปรับอากาศแบบแยกส่วนและระบบระบายอากาศ โดยการระบายความร้อนเครื่องควบแน่นของระบบปรับอากาศด้วยลมระบายอากาศ

Energy Saving in Split -Typed Air Conditioning Systems and Ventilation Systems Through Cooled Condensing Unit of Air Conditioning Systems Using Air Ventilation

ชาญวิทย์ วิทยาวิโรจน์[*1]

Chanwit Wittayavirote[*1]

[1]นักศึกษาปริญญาวิศวกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

[1]Master Student, Graduate Program in Mechanical Engineering,Faculty of Engineering, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: w_chanwit@yahoo.com

ดร.วินัย จันทร์เพ็ง[*2]

Dr.Winai Chanpeng[*2]

[2]อาจารย์ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

[2]Department of Mechanical Engineering, Faculty of Engineering, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: winai.c@en.rmutt.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อลดการใช้พลังงานของระบบปรับอากาศและระบบระบายอากาศของห้องปรับอากาศ จากการศึกษาห้องสำนักงานขนาด 4.5x6.0x4.0 เมตร ควบคุมอุณหภูมิภายในห้องที่ 26 ^{o}C ใช้เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน (Split -Typed Air Conditioning Systems) ขนาดทำความเย็น 18,700 Btu/hr ใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ย 1,274 W และใช้พัดลมระบายอากาศซึ่งอัตราการระบายอากาศทิ้งนอกห้อง 240 m^3/hr ทำงานตลอดเวลา ใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ย 16 W รวมการใช้พลังงานไฟฟ้าเฉลี่ย 1,290 W และมีสภาวะบรรยากาศภายนอกห้องเฉลี่ยที่ อุณหภูมิ 36 ^{o}C ความชื้นสัมพัทธ์ 62 % และงานวิจัยนี้ได้ใช้ห้องเดิม เครื่องปรับอากาศเครื่องเดิม พัดลมระบายอากาศเครื่องเดิมมีอัตราการระบายอากาศเท่าเดิม ควบคุมอุณหภูมิภายในห้องเท่าเดิม และเงื่อนไขสภาวะบรรยากาศภายนอกห้องเหมือนเดิม แต่ได้เปลี่ยนตำแหน่งตำแหน่งการติดตั้งเครื่องควบแน่น (Condensing Unit) ของระบบปรับอากาศโดยการติดตั้งให้ศูนย์กลางพัดลมของเครื่องควบแน่นตรงกับศูนย์กลางของพัดลมระบายอากาศซึ่งติดตั้งไว้ที่ผนังห้อง และตั้งระบบควบคุมการทำงานพัดลมของเครื่องควบแน่นกับพัดลมระบายอากาศให้ทำงานสลับกันโดยอัตโนมัติ หลักการคือ เมื่อพัดลมเครื่องควบแน่นทำงานพัดลมระบายอากาศจะถูกสั่งหยุดการทำงาน แต่การดูดระบายอากาศจะถูกดูดด้วยพัดลมของเครื่องควบแน่นแทน ผ่านช่องพัดลมระบายอากาศในอัตราการระบายอากาศ 240 m^3/hr เท่าเดิม ซึ่งมีอุณหภูมิต่ำกว่าบรรยากาศภายนอก มาผสมกับอากาศนอกห้อง ทำให้อุณหภูมิอากาศระบายความร้อนให้แก่เครื่องควบแน่นต่ำกว่าระบบเดิม ทำให้เครื่องควบแน่นทำงานน้อยลง และเมื่ออุณหภูมิห้องได้ 26 ^{o}C ตามค่าควบคุม พัดลมของเครื่องควบแน่นก็จะตัดการทำงาน และพัดลมระบายอากาศก็จะทำงานแทนโดยอัตโนมัติ อัตราการระบาย ที่ 240 m^3/hr ซึ่งลมจะถูกส่งไปเป่าเครื่องควบแน่นขณะหยุดทำงาน ทำให้อุณหภูมิอุปกรณ์เครื่องควบแน่นลดลงได้อีก การทำงานก็จะสลับกันแบบนี้ไปตลอด และค่าการใช้พลังงานไฟฟ้าของเครื่องปรับอากาศเฉลี่ยเท่ากับ 1,146 W และค่าการใช้พลังงานไฟฟ้าพัดลมระบายอากาศเฉลี่ยเท่ากับ 4 W รวมการใช้พลังงานไฟฟ้ารวมเฉลี่ย 1,150 W สรุปการวิจัยนี้ทำให้การใช้พลังงานไฟฟ้าลดลงเท่ากับ (1,290-1,150) W = 140 W หรือคิดเป็น 10.85 %

คำสำคัญ : การลดพลังงานในระบบปรับอากาศแบบแยกส่วนและระบบระบายอากาศ, ใช้ลมระบายอากาศระบายความร้อนเครื่องควบแน่น, ลดอุณหภูมิอากาศก่อนเข้าเครื่องควบแน่น

Abstract

This research aims to study the energy-saving of air conditioning and ventilation system. The study in office room size 4.5 x 6.0 x4.0 meter, inside the room direction temperature at 26 °C, use split-typed air-conditioning systems, cooling capacity 18,700 Btu/hr, average power use 1,274 w, And use the ventilator, which has outside the room ventilation condition rate 240 m^3/h that always turns on, average power use 16 w, a total of average power use is 1,290 w and have a temperature outside the room at 36 degrees, relative humidity 62 %. This research used the same room, same air conditioning, same ventilator, which have the same ventilation rate, same inside the room direction temperature and same outside the room temperature. But change the setup position as condensing unit of air conditioning by setting up the center of condensing unit to the center of a ventilator, which set up on the wall and setting control working on condensing fan with a ventilator to switch automatically. The method is when condensing fan working, the ventilator will stop working. But the ventilation will absorb by condensing fan instead, pass the ventilator channel with the same 240 m^3/h of ventilation rate, which has a low temperature than outside the room. Therefore, ventilation temperature on the condensing unit is lower than the same system, which makes the condensing units less work. When the temperature is at 26 °C follow by direction value, a condensing fan will cut off, and the ventilator will working instead automatically, have ventilation rate at 240 m^3/h. The wind blows to condensing while it stops working; it makes cause reduce the temperature on condensing equipment. They are always switch working, and the average power use-value of air conditioning is 1,146 w. The average power use-value of a ventilator is 4 w. include total average power use is 1,150 w. The conclude make reduce the power us as (1,290-1,150) w.= 140 w. or equal to 10.85 %

Keyword: Energy-saving of air conditioning and ventilation system, Cooling condensing unit using air ventilation, Low temperature of air through cooling on the condensing unit

บทนำ

เนื่องจากในปัจจุบันมนุษย์ได้ใช้พลังงานด้านต่างๆเพิ่มมากขึ้น ทำให้วัตถุดิบในการผลิตพลังงานลดลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นเราจึงควรช่วยกันประหยัดและลดการใช้พลังงาน เพื่อให้มีพลังงานใช้ได้ยาวนานขึ้น และช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งระบบปรับอากาศและระบบระบายอากาศสำหรับอาคารที่อยู่อาศัย อาคารสำนักงาน อาคารโรงงาน หรือ ในอุตสาหกกรรม เป็นต้น ได้นำเครื่องปรับอากาศและพัดลมระบายอากาศมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานจำนวนมากอย่างหนึ่งในปัจจุบัน และที่ผ่านมาก็ได้มีผู้คิดค้นวิธีการลดการใช้พลังงานของระบบปรับอากาศด้วยวิธีการต่างๆมาแล้วมากมาย ซึ่งก็ทำให้เกิดการประหยัดพลังงานในระบบปรับอกาศได้ในระดับหนึ่ง มีดังนี้

นิกร เนื่องอุตม์, ปิยากร จันทะนะ, สมนึก เครือสอน และ ณรงค์ฤทธิ์ พิมพ์คำวงศ์ (2559) วิธีการลดการใช้พลังงานของเครื่องปรับอากาศด้วยวิธีการนำเอาอากาศที่ถูกดูดจากห้องปรับอากาศด้วยพัดลมระบายอากาศ ซึ่งมีอุณหภูมิต่ำกว่าอากาศภายนอกห้องปรับอากาศ ไปผสมกับอากาศภายนอกเพื่อให้อุณหภูมิอากาศก่อนเข้าเครื่องควบแน่น(Condensing Unit)ของเครื่องปรับอากาศมีอุณหภูมิลดลง ทำให้เครื่องปรับอากาศลดการใช้พลังงานสำหรับเครื่องควบแน่น(Condensing Unit)ลดลง ซึ่งมีค่าปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าลดลงอยู่ระหว่างร้อยละ 4.56 ถึงร้อยละ 12.5

ถวิกา ผาติดำรงกุล และ จตุวัฒน์ วโรดมพันธ์ (2553) ประสิทธิภาพในการใช้งานจริงของเครื่องปรับอากาศชนิดแยกส่วนที่ใช้ระบบระบายความร้อนด้วยการระเหยของน้ำ เมื่อเทียบกับเครื่องปรับอากาศชนิดแยกส่วนที่ใช้ระบบระบายความร้อนด้วยอากาศ จากการทดลองเครื่องปรับอากาศระบบระบายความร้อนด้วยการระเหยของน้ำสามารถลดอัตราการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ร้อยละ 14.98 ในช่วงกลางวัน ส่วนในช่วงกลางคืนลดได้ร้อยละ 9.49 และร้อยละ 4.26 ในช่วง 24 ชั่วโมง

ธนวรา ทองล้วน (2547) จากการวิจัยพบว่าประสิทธิภาพของเครื่องปรับอากาศแบบระบายความร้อนด้วยการพ่นน้ำดีกว่าแบบระบายความร้อนด้วยอากาศ โดยเครื่องปรับอากาศขนาดทำความเย็น 15,000 Btu/hr สามารถลดพลังงานไฟฟ้าที่ป้อนให้กับระบบกว่า 15% และค่า COP เพิ่มขึ้น 18% ส่วนเครื่องปรับอากาศขนาดทำความเย็น 48,000 Btu/hr สามารถลดพลังงานไฟฟ้าที่ป้อนให้กับระบบกว่า 16% และค่า COP เพิ่มขึ้น 20%

นินนาท ราชประดิษฐ์ (2556) งานวิจัยนี้มีแนวความคิดที่จะปรับปรุงคุณภาพอากาศภายในห้องปรับอากาศขนาดเล็กเช่นอาคารบ้านพักอาศัยและ สำนักงาน ที่ใช้เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน ด้วยการทำชุดเติมอากาศเพื่อให้ห้องมีปริมาณการระบายอากาศที่สะอาดและเพียงพอต่อความต้องการตามมาตรฐาน และจากนั้นจะใช้ชุดเติมอากาศ นี้ทำการศึกษาผลจากอากาศภายนอกที่ใช้ในการระบายอากาศ การหยุดทำงาน

ของคอมเพรสเซอร์ของเครื่องปรับอากาศ และรูปแบบของการระบายอากาศ ที่กระทบต่อระดับความชื้นสัมพัทธ์ภายในห้องปรับอากาศ จากการทดลองพบว่าอากาศภายนอกที่ใช้ในการระบายอากาศ มีผลต่อระดับความชื้นสัมพัทธ์ภายใน ห้องปรับอากาศ โดยความชื้นสัมพัทธ์จะต่ำในช่วงกลางวันและมีค่าสูงกว่าใน กลางคืน ช่วงเช้าและเย็น ตามค่าความชื้นสัมพัทธ์ของอากาศภายนอก ส่วนการหยุดทำงานของคอมเพรสเซอร์ของเครื่องปรับอากาศในช่วงภาระการทำความเย็นน้อย (Part load) จะส่งผลให้ความชื้นของห้องเพิ่มขึ้น ในส่วนการใช้ชุดเติมอากาศเพื่อศึกษาผลจากรูปแบบการระบายอากาศพบว่าการนำอากาศผ่านเข้าคอยล์เย็นของเครื่องปรับอากาศก่อนเข้าห้องจะทำให้ห้องมีความชื้นน้อยกว่าการส่งอากาศเข้าห้องโดยตรง ซึ่งจากหลักการนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ควบคุมความชื้นของที่ใช้เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนได้นอกจากนั้นแนวคิดของชุดเติมอากาศในงานวิจัยนี้มีความเหมาะสมสำหรับผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศ ในการนำไปใช้ร่วมกับเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนที่ใช้กันอยู่ทั่วไป

ยุทธนา ศรีผา, นาตยา เจริญสุข และ เมธาวุฒิ โชติสวัสดิ์ (2555) งานวิจัยนี้เป็นการทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนด้วยชุดแลกเปลี่ยนความร้อนชนิดแผ่นเชื่อมติดระบายความร้อนด้วยฝ้า เงื่อนไขภาระความร้อน 60 เปอร์เซ็นต์และ 65 เปอร์เซ็นต์ของพิกัดภาระความร้อนของเครื่องปรับอุณหภูมิทดสอบคงที่ 25 องศาเซลเซียสและควบคุมอุณหภูมิภายนอกห้องทดสอบที่ 30 องศาเซลเซียส โดยปรับอัตราการไหลของฝ้าผ่านชุดแลกเปลี่ยนความร้อนที่ 10 ลิตรต่อนาที 15 ลิตรต่อนาทีและ 20 ลิตรต่อนาทีตามลำดับ แล้วนำผลการทดลองที่ได้มาเปรียบเทียบหาค่ากำลังไฟฟ้าที่ใช้ (kW) ค่าความสามารถในการทำความเย็น(Btu/hr) และค่าอัตราส่วนประสิทธิภาพของเครื่องปรับอากาศ (Energy efficiency ratio, EER) ผลการทดลองพบว่าเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนด้วยชุดแลกเปลี่ยนความร้อนชนิดแผ่นเชื่อมติดระบายความร้อนด้วยฝ้ามีค่าประสิทธิภาพสูงสุด ที่ภาระความร้อน 65 เปอร์เซ็นต์และอัตราการไหลของฝ้าที่ 20 ลิตรต่อนาทีโดยค่าอัตราส่วนประสิทธิภาพ (Energy efficiency ratio, EER)เฉลี่ยของเครื่องปรับอากาศมีค่าเพิ่มขึ้น 43.57 เปอร์เซ็นต์เมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนระบายความร้อนด้วยอากาศที่ภาระความร้อนเท่ากัน

จากงานวิจัยข้างต้น จะเห็นได้ว่าเป็นวิธีการลดอุณหภูมิของอากาศที่จะไประบายความร้อนของเครื่องควบแน่น(Condensing Unit) และวิธีการต่างๆเพื่อให้ประหยัดพลังงานในระบบปรับกาศ และจะเห็นได้ว่าสามารถทำให้ประสิทธิภาพของเครื่องปรับอากาศเพิ่มขึ้น หรือมีการใช้พลังงานลดลง ดังนั้นในงานวิจัยนี้จะนำเสนอวิธีการลดการใช้พลังงานของระบบปรับอากาศและระบบระบายอากาศ ของห้องปรับอากาศ ด้วยวิธีการลดอุณหภูมิของอากาศระบายความร้อนให้แก่เครื่องควบแน่น ด้วยการใช้พัดลมของเครื่องควบแน่นเองดูดอากาศส่วนหนึ่งผ่านช่องจากในห้องปรับอากาศซึ่งมีอุณหภูมิต่ำกว่าอากาศภายนอกโดยตรง แทนพัดลมระบายอากาศในปริมาณเท่ากับปริมาณที่ใช้พัดลมระบายอากาศดูดออกโดยตรง มาผสมกับอากาศภายนอก

ห้องปรับอากาศทำให้อุณหภูมิของอากาศก่อนเข้าระบายความร้อนที่เครื่องควบแน่นต่ำลงกว่าอุณหภูมิของบรรยากาศภายนอก และจังหวะที่พัดลมของเครื่องควบแน่นหยุดทำงาน พัดลมระบายอากาศก็จะทำงานอัตโนมัติ และลมที่ถูกดูดจากพัดลมระบายอากาศก็ถูกส่งไปเป่าเครื่องควบแน่นในขณะที่เครื่องควบแน่นหยุดทำงาน ทำให้อุณหภูมิของเครื่องควบแน่นลดต่ำลงได้อีกบางส่วน การทำงานของพัดลมเครื่องควบแน่นจะทำงานสลับกันกับพัดลมระบายอากาศอัตโนมัติ ซึ่งห้องปรับอากาศยังคงมีสภาวะการปรับอากาศและอัตราการระบายอากาศคงเดิม ซึ่งวิธีการนี้จะเห็นได้ว่าทำได้ง่ายไม่ต้องเพิ่มอุปกรณ์ หรือเพิ่มการใช้พลังงานในส่วนอื่นๆ และถ้าระบบนี้ได้นำมาใช้กันอย่างแพร่หลายจะสามารถลดพลังงานของประเทศและโลกได้อย่างมาก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อลดการใช้พลังงานของระบบปรับอากาศและระบบระบายอากาศของห้องปรับอากาศ โดยการใช้อากาศจากระบบระบายอากาศที่ถูกดูดจากห้องปรับอากาศด้วยพัดลมของเครื่องควบแน่นเอง แทนการดูดจากพัดลมของระบบระบายอากาศในจังหวะที่พัดลมของเครื่องควบแน่นทำงาน มาผสมกับอากาศภายนอกเพื่อลดอุณหภูมิของอากาศก่อนเข้าระบายความร้อนให้กับเครื่องควบแน่นของเครื่องปรับอากาศ

2. เปรียบเทียบการใช้พลังงานของงานวิจัยนี้ กับการใช้พลังงานของห้องปรับอากาศแบบเดิมที่ใช้ระบบปรับอากาศแบบระบายความร้อนด้วยอากาศจากภายนอกเพียงอย่างเดียว และระบบระบายอากาศที่ใช้พัดลมระบายอากาศทำงานต่อเนื่องตลอดเวลา

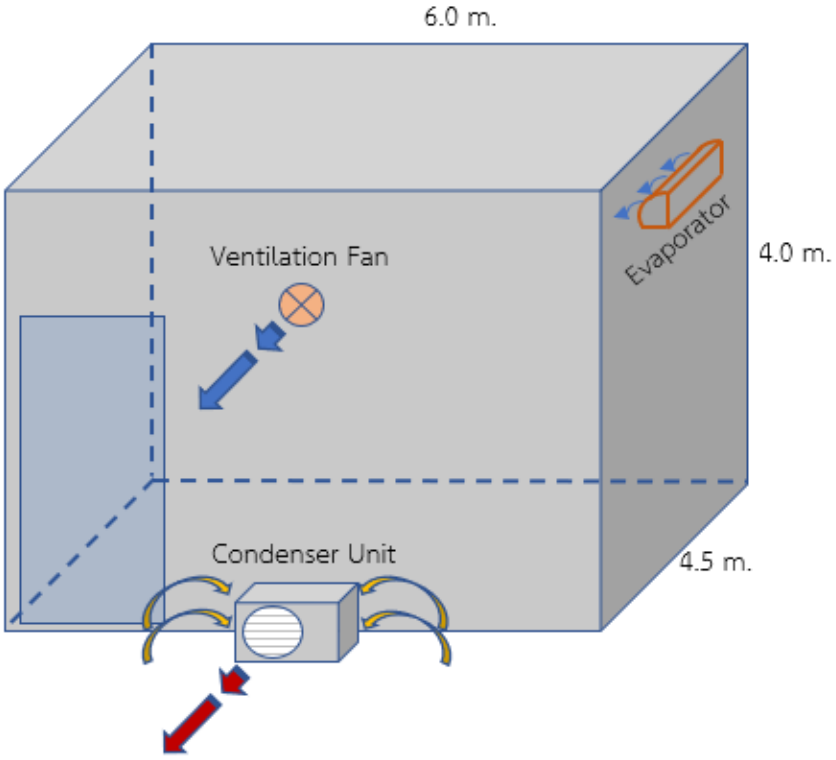
อุปกรณ์

1. ห้องสำนักงานขนาด 4.5 x 6.0 x 4.0 m.

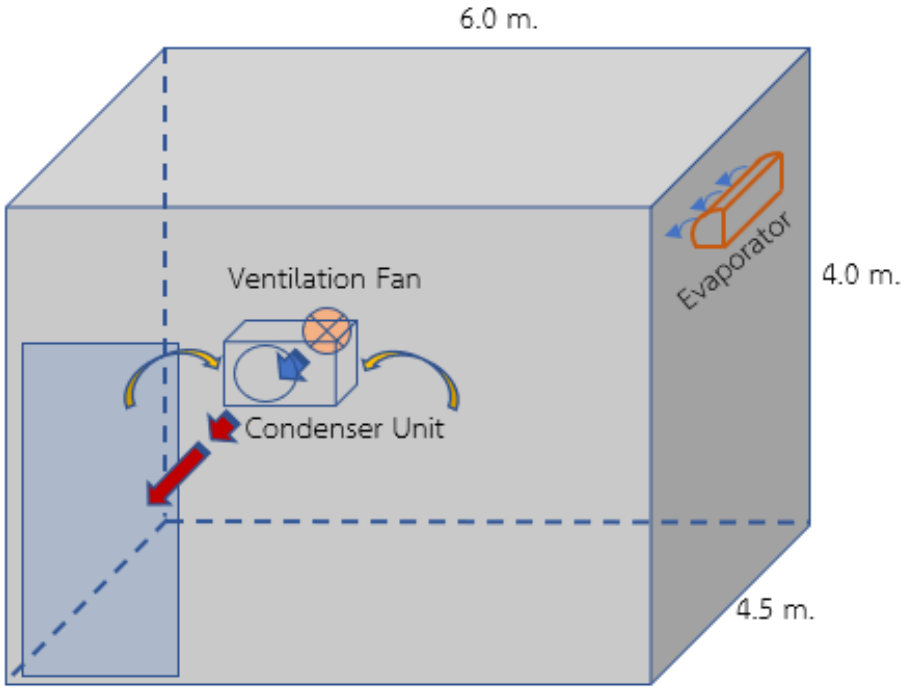
2. เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน (Split – Type air conditioning) ขนาดทำความเย็น 18,700 Btu/hr

3. พัดลมระบายอากาศ ขนาด 240 m^3/hr

4. หลอดไฟฟ้าแสงสว่างขนาด 15 W จำนวน 15 หลอด



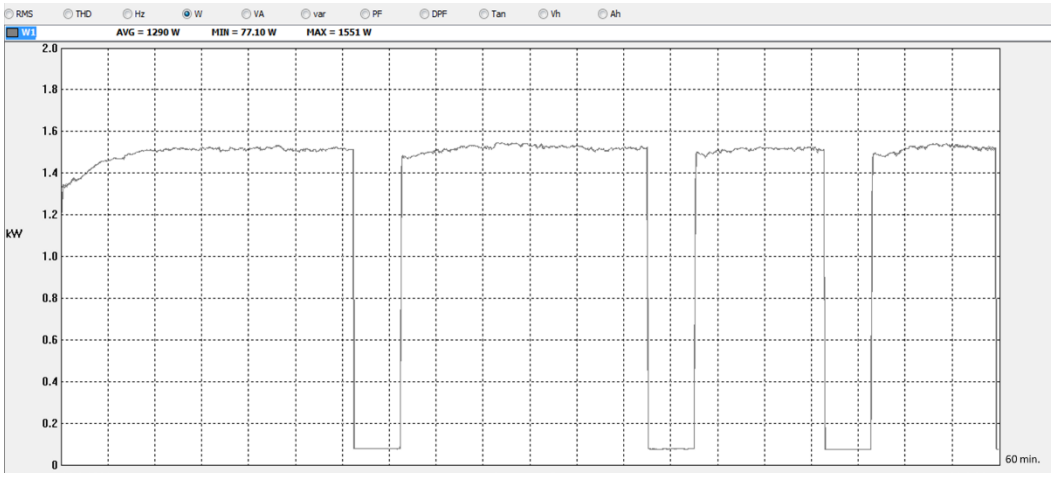
ภาพที่ 1 แบบแสดงตำแหน่งการติดตั้ง Condenser Unit และ Ventilation Fan แบบเดิม



ภาพที่ 2 แบบแสดงตำแหน่งการติดตั้ง Condenser Unit และ Ventilation Fan ของงานวิจัยนี้

วิธีดำเนินงานวิจัย

1. ติดตั้งเครื่องปรับอากาศและพัดลมระบายอากาศระบบเดิมตามภาพที่ 1 ซึ่งเป็นระบบเดิมเพื่อเก็บข้อมูลการใช้พลังงาน
2. เดินเครื่องปรับอากาศละพัดลมระบายอากาศและเปิดหลอดไฟแสงสว่างขนาด 15 W จำนวน 15 หลอด เพื่อใช้เป็นภาระโหลด แต่ภาระโหลดส่วนหนึ่งมาจากการถ่ายเทความร้อนจากผนังห้องอยู่แล้ว และตั้งค่าอุณหภูมิห้องไว้ที่ 26 °C จนกระทั่งอุณหภูมิห้องได้ 26 °C และชุดเครื่องควบแน่นตัด-ต่อระบบ จึงเริ่มบันทึกค่าการใช้พลังงานด้วยมิเตอร์วัดค่าพลังงานไฟฟ้า จะเก็บค่าการใช้พลังงานในระยะเวลา 1 ชั่วโมง และวัดค่าปริมาณการระบายอากาศด้วยเครื่องวัดความเร็วลมได้ 240 m^3/hr วัดค่าอุณหภูมิภายนอกห้องปรับอากาศวัดได้ 36 °C วัดค่าความชื้นสัมพัทธ์ภายในห้องและนอกห้องปรับอากาศได้ 55% และ 62% ซึ่งจากเครื่องวัดพลังงานไฟฟ้า ได้ค่าการใช้พลังงานไฟฟ้ารวมเฉลี่ย 1,290 w. ดังแสดงในรูปภาพที่ 3



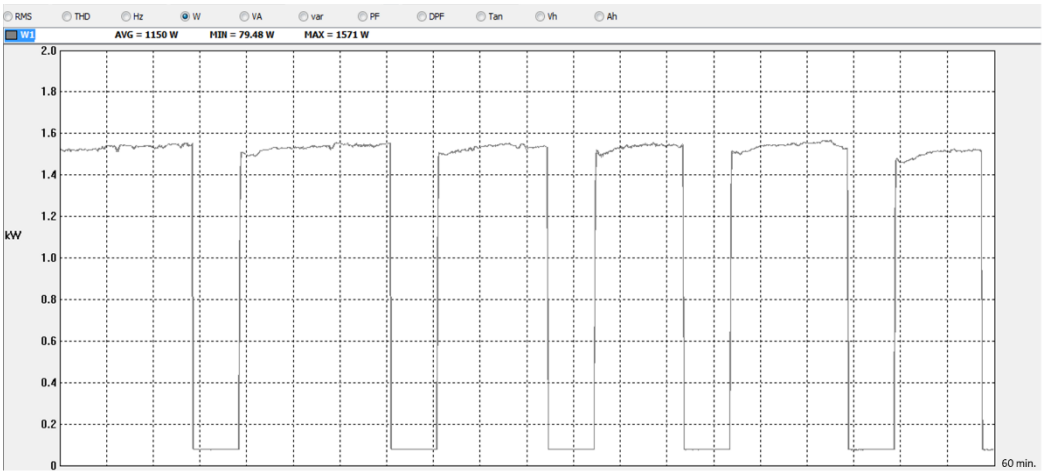
ภาพที่ 3 แสดงค่าการใช้พลังงานไฟฟ้ารวมของระบบปรับอากาศแบบแยกส่วนและระบบระบายอากาศแบบเดิม

3. ติดตั้งเครื่องปรับอากาศและพัดลมระบายอากาศระบบเดิมตามภาพที่ 2และ4 ซึ่งเป็นระบบที่ทำการวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลการใช้พลังงาน



ภาพที่ 4 แสดงตำแหน่งการติดตั้ง Condenser Unit และ Ventilation Fan ของงานวิจัยนี้

4. เดินเครื่องปรับอากาศละพัดลมระบายอากาศและเปิดหลอดไฟแสงสว่างขนาด 15 W จำนวน 15 หลอด เพื่อใช้เป็นภาระโหลด แต่ภาระโหลดส่วนหนึ่งมาจากการถ่ายเทความร้อนจากผนังห้องอยู่แล้ว และตั้งค่าอุณหภูมิห้องไว้ที่ 26 °C จนกระทั่งอุณหภูมิห้องได้ 26 °C และชุดเครื่องควบแน่นตัด-ต่อระบบ จึงเริ่มบันทึกค่าการใช้พลังงานด้วยมิเตอร์วัดค่าพลังงานไฟฟ้า จะเก็บค่าการใช้พลังงานในระยะเวลา 1 ชั่วโมง และวัดค่าปริมาณการระบายอากาศด้วยเครื่องวัดความเร็วลมได้ 240 m^3/hr วัดค่าอุณหภูมิภายนอกห้องปรับอากาศวัดได้ 36 °C วัดค่าความชื้นสัมพัทธ์ภายในห้องและนอกห้องปรับอากาศได้ 55% และ 62% ซึ่งจากเครื่องวัดพลังงานไฟฟ้า ได้ค่าการใช้พลังงานไฟฟ้ารวมเฉลี่ย 1,150 w. ดังแสดงในรูปภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แสดงค่าการใช้พลังงานไฟฟ้ารวมของระบบปรับอากาศแบบแยกส่วนและระบบระบายอากาศของงานวิจัย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยนี้ ค่าการใช้พลังงานไฟฟ้ารวมของระบบปรับอากาศและระบบระบายอากาศของห้องสำนักงานที่ทำการวิจัย คือระบบเดิมใช้พัดลมระบายอากาศออกตลอดเวลาและไม่ได้นำลมที่ระบายออก ซึ่งมีอุณหภูมิต่ำกว่าอุณหภูมิบรรยากาศนอกมาใช้ประโยชน์ในการระบายความร้อนให้กับเครื่องควบแน่นของเครื่องปรับอากาศ ซึ่งจะได้ค่าการใช้พลังงานไฟฟ้ารวมเฉลี่ยเท่ากับ 1,290 W ส่วนระบบที่ทำการวิจัยแบบใช้ลมระบายอากาศมาช่วยระบายความร้อนให้กับเครื่องควบแน่นของเครื่องปรับอากาศ และใช้พัดลมของเครื่องควบแน่นดูดแทนพัดลดระบายอากาศเป็นจังหวะสลับกัน ซึ่งจะได้ค่าการใช้พลังงานไฟฟ้ารวมเฉลี่ย 1,150 W จะเห็นได้ว่าการวิจัยนี้ทำให้การใช้พลังงานไฟฟ้ารวมของระบบปรับอากาศและระบบระบายอากาศลดลงเท่ากับ (1,290-1,150) W = 140 W หรือคิดเป็น 10.85 %

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่ายังมีส่วนที่ควรได้รับการพัฒนาต่อไปอีก เช่น มีเสียงดังรบกวนจากภายนอก เนื่องจากตำแหน่งการติดตั้งชุดเครื่องควบแน่นจะอยู่ใกล้กับช่องระบายอากาศ ทำให้เสียงรบกวนมีมากกว่าแบบเดิม ซึ่งการปรับปรุงอาจจะทำระบบท่อลมเพิ่มเติม เพื่อให้เครื่องควบแน่นอยู่ห่างจากช่องระบายอากาศเพื่อลดเสียงดังรบกวนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

นิกร เนื่องอุตม์, ปิยากร จันทะนะ, สมนึก เครือสอน และ ณรงค์ฤทธิ์ พิมพ์คำวงศ์. (2559).การเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนโดยใช้ลมเย็นจากพัดลมระบายอากาศ. สาขาภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัดตาก.

ถวิกา ผาติดำรงกุล และ จตุวัฒน์ วโรดมพันธ์. (2553). ประสิทธิภาพในการใช้งานจริงของเครื่องปรับอากาศชนิดแยกส่วนที่ใช้ระบบระบายความร้อนด้วยการระเหยของน้ำ. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. จังหวัดปทุมธานี.

ธนวรา ทองล้วน. (2547). การศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพในระบบปรับอากาศแบบระบายความร้อนด้วยอากาศโดยการพ่นน้ำ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล ภาควิชา

วิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นินนาท ราชประดิษฐ์. (2556). โครงการ การศึกษาผลกระทบจากการระบายอากาศ ที่มีต่อความชื้นสัมพัทธ์ของห้องปรับอากาศในที่พักอาศัยและสำนักงานขนาดเล็กในประเทศไทย. คณะวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ยุทธนา ศรีผา, นาตยา เจริญสุข และ เมธาวุฒิ โชติสวัสดิ์. (2555). การเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องปรับอากาศชนิดแยกส่วนด้วยชุดแลกเปลี่ยนความร้อนชนิดแผ่นเพลทแบบเชื่อมติดระบายความร้อนด้วยฐ้า. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณ กลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCING CONSUMER CHOICE OF SKIN TREATMENTS AT BEAUTY CLINIC IN BANGKOK

ทีปกา ชวาลวิทย์*

Tepargar Chawanwit*

นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*

Master Degree student, Business Economics*

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

จิราภรณ์ ชาวงษ์ **

Jiraporn Shawong **

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ**

Assistant Professor and Ph.D., Business Economics**

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

อีเมล์ : tarn.km.2808@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ผู้ศึกษาต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อ ความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และศึกษากลยุทธ์การวางแผนทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ผู้ใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณเลือกสุ่มสำรวจ 4 เขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ห้วยขวาง บางนา ปทุมวัน และลาดพร้าว จำนวน 210 คน โดยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ และใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ ใช้ Independent Sample T-Test และ One-Way ANOVA และการวิเคราะห์สมมติฐานด้านส่วนประสมทางการตลาด ใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะพฤติกรรมแต่ละประเภทของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณ ส่วนใหญ่มีเหตุผลการตัดสินใจใช้บริการเพื่อดูแลและคงสภาพผิวพรรณให้มีสุขภาพดีอยู่เสมอ โดยผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการเสริมความงามด้านผิวพรรณมากที่สุด คือ ตัวเอง และมีความถี่การเข้าใช้บริการประมาณ 3 ครั้ง/เดือน โปรแกรมที่สนใจจะเป็นการดูแลปรับผิวขาวใส

ส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีคุณภาพอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาจะเป็นปัจจัย
ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด การจัดโปรโมชั่น ลด แถม แพคเกจคุ้มค่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการมีป้ายบอกจุดบริการต่าง ๆ ชัดเจนและเข้าใจง่าย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการ
คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกเสริมความงาม

Abstract

In this study, the researcher wants to study the factors that influence the decision to use the clinic - Aesthetic Dermatology of consumers in Bangkok. The objective is to identify the factors Influencing the decision to use clinical services respondents Aesthetic Dermatology of consumers in Bangkok. Strategy and planning appropriate marketing friends. Presentation of a Product or Services to meet the needs of target customers.

Case study is to use the clinic for Aesthetic Dermatology selected targets group 4 districts in Bangkok, including Huai Khwang, Bangna, Pathumwan, and Lat Phrao 210 peoples by collected through an online questionnaire. And using the Descriptive statistical analysis - Frequency Distribution, percentage, Mean, standard deviation. Demographic analysis the researcher used Independent Sample T-Test and One-Way ANOVA. Including the use of methods of analyzing marketing mix assumptions, the Chi-Square test was used at the statistical significance at 0.05 level.

The study results that behavior of each type of user group affect the decision to use the services from a clinic for beauty. Most of them focus on keeping the skin healthy always.

The factor in using the service the most is myself. Frequency of usage 3 times per month. The things that use the service are clear skin care.

The factors of the Marketing Mix results that samples are interested in marketing factors of the highest quality products and services on average. Second factor is Person or Employee, Next to Process and Price is reasonable for quality, Marketing promotion Discount and Free value package, Distribution channels and Environment, by a sign indicating the service point obvious specified and easy understand.

The hypothesis test results show that the remaining levels of education affect the consumer choice of skin treatments at beauty clinic in Bangkok. The marketing factors that affect the consumer groups in Bangkok include Product , Price , Personal or staff Environmental and process aspects.

Keywords: the decision to use the services, beauty clinics.

บทนำ

กระแสความงามที่ได้รับความนิยมสูงทำให้ตลาดเสริมความงามเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง เกิดสถาบันและคลินิกเฉพาะทางด้านผิวหนังขึ้นหลายแห่งเป็นทางเลือกในการตัดสินใจให้กับผู้บริโภค และเนื่องจากยุคสมัยที่เปลี่ยนไปมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจความงาม หลายสถาบันและคลินิกความงามได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษา

ข้อมูลจากศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เปิดเผยว่า ธุรกิจด้านสุขภาพความงามเป็นธุรกิจดาวรุ่งยอดนิยมมาอย่างต่อเนื่องกว่า 6 ปี มูลค่าตลาดความงามในไทยสูงถึง 2.5 แสนล้านบาท จึงทำให้มีทั้งผู้ประกอบการรายเก่าและหน้าใหม่ทั่วประเทศกว่า 1,800 ราย เมื่อในประเทศมีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นจึงเริ่มมีการมองหาช่องทางขยายตลาดใหม่ในกลุ่มอาเซียน โดยมูลค่าตลาดความงามในอาเซียนเติบโตกว่า 5 แสนล้านบาท

ธุรกิจสุขภาพและความงามเติบโตอย่างต่อเนื่องในยุคสมัยที่ไม่ว่าจะในวัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ หรือแม้แต่ผู้สูงวัย ก็ต้องการใช้สินค้าและบริการเพื่อดูแลสุขภาพและความงามเป็นอย่างมาก และมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง และไม่ได้มีเพียงแต่ผู้หญิงเท่านั้นผู้ชายยุคใหม่ก็เริ่มหันมาดูแลตัวเองด้วยเช่นกัน ในกลุ่มที่เรียกกันว่า Men's Grooming โดยตลาดสินค้าเพื่อความงามของผู้ชายในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 35,000 ล้านบาท ด้วยทัศนคติในสังคมปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป กลุ่มผู้ชายเริ่มหันมาให้ความสำคัญเกี่ยวกับการดูแลภาพลักษณ์ที่ปรากฏต่อสังคมให้ดูดีเช่นเดียวกัน ส่งผลให้ตลาดความงามของกลุ่มผู้ชายเติบโตในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้ ตลาดความงามสำหรับผู้ชายในต่างประเทศก็มีความน่าสนใจ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านกลุ่ม CLMV โดยการเติบโตของผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายมีมูลค่าอยู่ประมาณ 8,000 ล้านบาท เติบโตเฉลี่ยปีละประมาณ 10% เนื่องจากกลุ่มผู้ชายรุ่นใหม่ที่มีรายได้ปานกลางขึ้นไป ก็เริ่มมีไลฟ์สไตล์ในการดูแลตัวเองมากขึ้นสร้างภาพลักษณ์ของตนเองให้ดูดี

การเติบโตในตลาดความงามจึงเป็นที่น่าสนใจลงทุนของผู้ประกอบการ เพราะมี กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายทุกเพศทุกวัย ถ้ารู้ช่องทางในตลาดสุขภาพความงามก็เป็นอีกธุรกิจที่ จะสามารถทำเงินให้กับผู้ประกอบการได้ไม่น้อยเลยทีเดียว แม้ปัจจุบันจะมีช่องทางการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น แต่เนื่องจากการโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook
มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการมองเห็น ทำให้ต้องจ่ายค่าโฆษณาเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเห็นโฆษณาในจำนวนเท่าเดิมหรืออาจจะน้อยกว่าเดิม ส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางการตลาดเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดก็ต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและตอบสนองความต้องการด้านการดูแลรักษาได้ตรงตามความต้องการ

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการทั้งรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดและผู้ที่กำลังดำเนินธุรกิจ เพื่อปรับปรุงพัฒนาบริการให้ตรงกับลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนจัดทำแผนการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2.เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

3.เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

4.เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

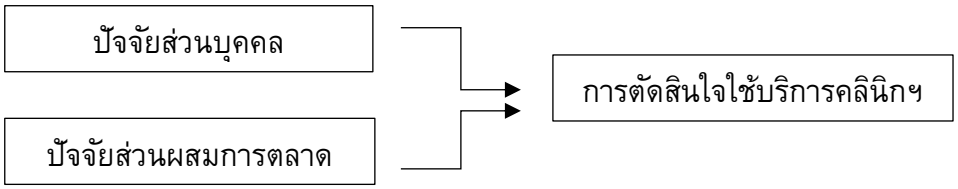
สมมติฐานการศึกษา

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยสามารถนำมากำหนดเป็นสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

1.ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2.ปัจจัยทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ขอบเขตการศึกษา

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพร รณของกลุ่มผู้บริโภคแบ่งเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือ พนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วย แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณเลือกสุ่มสำรวจ 4 เขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ห้วยขวาง บางนา ปทุมวัน และลาดพร้าว โดยช่วงเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัย คือ เดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน 2562

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

1.ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา

2.ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7P’s) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการรวบรวมแบบสอบถามและทำการประมวลผลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ(SPSS) การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายข้อมูลและลักษณะข้อมูลที่รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง พร้อมนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ อัตราส่วน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) เพื่ออ้างอิงไปถึงข้อมูลทั้งหมด โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผล ได้แก่

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) จัดกลุ่มตัวแปรในแต่ละปัจจัยที่ได้ศึกษา ได้แก่ ด้านพฤติกรรม ด้านส่วนประสมทางการตลาด

2.2 การวิเคราะห์การถดถอย (Regression) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มตัวอย่าง

2.3 การวิเคราะห์ T-Test และ One-way ANOVA เพื่อทดสอบว่าปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างหรือไม่

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด ของฟิลลิป คอตเลอร์ โดยได้ให้ความหมายและขอบเขตทางการตลาด คือ ที่ใดก็ตามทั้งที่เป็นและไม่เป็นมีความต้องการด้านอุปสงค์และอุปทานในสินค้าหรือบริการมาพบกัน จนทำให้เกิดราคาที่มาจากกลไกตลาด เช่น การที่ราคาลดลงโดยอัตโนมัติเมื่อมีการเสนอขายสินค้ามากเกินไป เป็นต้น

กลยุทธการตลาดของฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler)

ในการเตรียมกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิผลบริษัทต้องศึกษาคู่แข่งลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าที่มีศักยภาพในอนาคต บริษัทต้องกำหนดกลยุทธ์การแข่งขัน วัตถุประสงค์จุดแข็ง จุดอ่อนและรูปแบบของการโต้ตอบของคู่แข่ง (Kotler,2003a) โดยการวางแผนกลยุทธ์นั้นอาศัยหลักการที่เรียกว่า SWOT Analysis รายละเอียดสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการพัฒนา และการรักษาความเหมาะสมสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ทักษะความสามารถ และทรัพยากรขององค์กรกับโอกาสทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับการดำเนินกิจการและผลิตภัณฑ์ให้สามารถสร้างกำไรให้ธุรกิจ นักการตลาดจะต้องวางแผนให้สอดคล้องกับค่านิยมหลักและค่านิยมรองของสังคม คอตเลอร์ เสนอว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมักได้รับอิทธิพลจากปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ พฤติกรรมที่ได้รับการยอมรับภายในสังคม

2. ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น อายุ อาชีพ สภาวการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย แรงจูงใจ การรับรู้ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพ และแนวความคิดของตนเอง

ทั้งนี้ การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั่วไปจะสามารถวิเคราะห์ได้ผ่าน 5 กระบวนการ ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (ปรัชญา ปิยะรังสี 2554)

สรุปผลการศึกษา

1.ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 – 29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนและมีรายได้อยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท โดยบริเวณที่มักนิยมเข้ารับบริการคลินิกเพื่อดูแลผิวพรรณ คือ เขตลาดพร้าว

2.ผลการศึกษาพฤติกรรมทั่วไปในการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เหตุผลการตัดสินใจใช้บริการคลินิกดูแลผิวส่วนใหญ่ คือ เพื่อดูแลและคงสภาพผิวพรรณให้มีสุขภาพดีอยู่เสมอ โดยผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการเสริมความงามด้านผิวพรรณมากที่สุด คือ ตัวเอง และมีความถี่การเข้าใช้บริการประมาณ 3 ครั้ง/เดือน โปรแกรมที่สนใจจะเป็นการดูแลปรับผิวขาวใส

3.ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์ จะเห็นว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ มีระดับความสำคัญมากค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.37 ต่อมาด้านราคา ความเหมาะสมระหว่างราคากับคุณภาพ มีระดับความสำคัญมากค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.11 ในส่วนของด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ มีระดับความสำคัญมากค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 3.99 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า การจัดโปรโมชั่น ลด แถม แพคเกจคุ้มค่า มีระดับความสำคัญมากค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.10 ด้านบุคคล/พนักงาน พบว่า ความชำนาญในการปฏิบัติงานของแพทย์และพนักงาน มีระดับความสำคัญมากค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.34 ด้านกระบวนการ พบว่า ความสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ มีระดับความสำคัญมากค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.34 และสุดท้ายด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้ตอบให้ความสำคัญกับการมีป้ายบอกจุดบริการต่าง ๆ ชัดเจน มีระดับความสำคัญมากค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 3.97

4.ผลการศึกษาเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบความสัมพันธ์โดยมีสมมติฐานที่ 1 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ลักษณะอาชีพ ระดับรายได้ และเขตพื้นที่ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการไม่แตกต่างกัน มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่ส่งผลแตกต่าง

การทดสอบความสัมพันธ์โดยมีสมมติฐานที่ 2 คือ ปัจจัยทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการไม่แตกต่างกัน

การอภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณ กลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี ของกนกวรรณ ทองรื่น. (2555) ที่กล่าวไว้ว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ โปรแกรมที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับสมมติฐานว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน ที่กล่าวว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการของการให้บริการในระดับมาก โดยเน้นความรวดเร็วในการให้บริการมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคลหรือพนักงานส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค ของอณิษฐา ผลประเสริฐ (2558) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค หากผลิตภัณฑ์และบริการมีคุณภาพด้วยเทคโนโลยีที่ใช้รักษาอย่างทันสมัย เครื่องมือที่ใช้ให้บริการมีมาตรฐาน ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค และปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย แพทย์มีความรู้และประสบการณ์ในการรักษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการใช้บริการการรักษาด้วยแพทย์ในคลินิกความงามเขตกรุงเทพมหานคร ของพริมรตา อาไพจิตร(2557) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้าน

ผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้บริการการรักษาด้วยแพทย์ในคลินิกความงามในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอัตราค่าบริการที่เหมาะสมกับการบริการเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ท่านได้รับมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิก แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน ของสุทินีกรณ์ โภชากรณ์ (2558) ที่กล่าวไว้ว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ความสะอาดของคลินิกและเครื่องมือ

ข้อเสนอแนะ

1. จากปัญหาผิวพรรณและบริการที่ผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามมักใช้บริการ คือ ปรับผิวขาวใส ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการบริการดูแลผิวเพื่อปรับผิวขาวใสที่มีประสิทธิภาพและปลอดภัย ซึ่งอาจนำนวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามาใช้ เนื่องจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสาคัญมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ จะสามารถช่วยเพิ่มฐานลูกค้าและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดขึ้น

2. ผู้ใช้บริการมีความอ่อนไหวต่อกลยุทธ์ทางการตลาด คือ การจัดโปรโมชั่น ลด แถม แพคเกจคุ้มค่าที่ได้รับสูง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และการออกโปรโมชั่น เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มฐานลูกค้า

3. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์บนสื่ออินเตอร์เน็ตและสื่อ Social Media เช่น Facebook, IG, Line Applitcation ที่มีการรีวิวเพื่อการตัดสินใจ เช่น Wongnai เนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่ในยุคนี้มักจะใช้เวลาจะอยู่กับสื่ออินเตอร์เน็ตตลอดจนสร้างการตระหนักต่อปัญหาในการดูแลสุขภาพผิวหน้าได้

4. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ประกอบการควรออกกลยุทธ์ราคาหรือออกผลิตภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องกับรายได้ของผู้ใช้บริการในหลายๆกลุ่ม เช่น มีระดับราคาหรือแพคเกจให้เลือกหลากหลาย เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการที่มีรายได้น้อย สามารถเข้ามาใช้บริการคลินิกเสริมความงามได้

5. เนื่องด้วยจำนวนประชากรที่เป็นเพศชายในยุคปัจจุบันต่างหันมาสนใจดูแลตัวเองมากขึ้น ดังนั้น การออกผลิตภัณฑ์และบริการดูแลด้านผิวพรรณสำหรับเพศชายจึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่น่าสนใจ หรือสร้างการโปรโมทด้วยการใช้ดาราหรือเน็ตไอดอลชายที่ได้รับความนิยมเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงกลุ่ม Men's Grooming เข้ามาใช้บริการดูแลผิวกับคลินิก

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเพื่อความงามด้านผิวพรรณ กลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรศึกษาปัจจัยทางลักษณะของผู้บริโภคเพิ่มเติม เช่น ด้านวัฒนธรรมและสังคม เป็นต้น
2. ควรเพิ่มเติมเครื่องมืออื่นๆ มาใช้ประกอบในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายหรือเฉพาะเจาะจงมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ ทองรื่น. 10 มีนาคม 2555. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะบริหารธุรกิจ (ออนไลน์) เข้าถึงจาก:
http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/1164/132427.pdf?sequence

นรินทร ชมชื่น. 24 กรกฎาคม 2557. พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ออนไลน์)
เข้าถึงจาก: http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1051/1/narinthon.chom.pdf

แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาด และกระบวนการทางการตลาด (ออนไลน์) เข้าถึงจาก : http://www.elfms.ssru.ac.th

พริมรตา อาไพจิตร. มกราคม – มีนาคม 2557. แรงจูงใจในการใช้บริการการรักษาด้วยแพทย์ในคลินิกความงามเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรังสิต ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (ออนไลน์)
เข้าถึงจาก : http://thaiejournal.com/journal/2557volumes1/33.pdf

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย โอกาสทางธุรกิจของคลินิกเสริมความงาม (ออนไลน์) เข้าถึงจาก : https://doctorcosmetics.com

สถาบันพัฒนาและสนับสนุนผู้ประกอบการ SME. วิเคราะห์ธุรกิจความงามและสุขภาพ โอกาสและอุปสรรคในธุรกิจนี้คืออะไร (ออนไลน์) เข้าถึงจาก : https://taokaemai.com

สุทินีกรณ์ โภชากรณ์. 5 สิงหาคม 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของกลุ่มนักเรียนนักศึกษาในเขตกรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (ออนไลน์)
เข้าถึงจาก : http://econ.eco.ku.ac.th/2016/is/IS%205731.pdf

สำนักข่าวประชาชาติธุรกิจ หมวดหุ้น-การเงิน “เทรนด์หล่อมาแรง ผู้ชายยุคใหม่ใส่ใจดูแลตัวเอง” (ออนไลน์) เข้าถึงจาก : https://www.prachachat.net/finance/news-364176

สำนักข่าว marketer “คลินิกความงามไทย ยังสวยต่อได้แค่ต้องปรับ” (ออนไลน์) เข้าถึงจาก : https://marketeeronline.co/archives/67870

อณิษฐา ผลประเสริฐ. 24 เมษายน 2558. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ออนไลน์) เข้าถึงจาก: http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702030239_3561_1990.pdf

บทบาทของโคลนบำบัดต่อวิถีสุขสบาย-บทความปริทัศน์

The Role of Mud Therapy in Wellness-article review

บรรจบ ชุณหสวัสดิกุล
Banchob Junhasavasdikul
คณบดี วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Dean, College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University
อีเมล์: dr.banchob@outlook.com

คมสัน ทินกร ณ อยุธยา
Komsan Dhinakornaayudhaya
รองคณบดีฝ่ายแพทย์แผนไทย วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Deputy Dean for Thai Traditional Medicine, College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University
อีเมล์: komsan.din@dpu.ac.th

มนฤดี กีรติพรานนท์
Monruadee Keeratipranon
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Deputy Dean for Academic, College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University
อีเมล์: monruadee.kee@dpu.ac.th

ภัทรา พลับเจริญสุข
Pattra Plubcharoensook
รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Deputy Dean for Student Affairs , College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University
อีเมล์:pattra.plk@dpu.ac.th

โสนัชดา ปานชี
Sohnadda Panchee
รองคณบดีฝ่ายบริหาร วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Deputy Dean for Administration, Medicine, College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University
อีเมล์: sohnatda.pan@dpu.ac.

บทคัดย่อ

วิถีสุขสบายมี 6 องค์ประกอบเชิงปฏิบัติการได้แก่ 1) ร่างกาย 2) ความงาม 3)โภชนาการกับการล้างพิษ 4) การนวดและหัตถการ 5)การเชื่อมโยงร่างกายกับจิตใจ และ 6)การศึกษาเรียนรู้ โคลนบำบัดสามารถนำมาใช้ในองค์ประกอบทั้ง 6 ได้อย่างแยบยล โคลนบำบัดเป็นเคล็ดลับความงามของพระราชินีคลีโอพัตรา ในยุโรปมีปฏิบัติในกลุ่มประเทศรอบทะเลสาปเดดซี (Dead Sea) จนมารุ่งเรืองในศตวรรษที่ 17-19 ประเทศที่นิยมใช้กันมาก ได้แก่ รัสเซีย ตุรกี บัลกาเรีย เป็นต้น ปัจจุบันได้รับการนำมาใช้ในสถานสปาบำบัดและสถานการแพทย์สุขสบายทั่วโลก

ในภูมิปัญญาของเอเชียโคลนบำบัดเป็นส่วนหนึ่งในศาสตร์อายุรเวทของอินเดียและการแพทย์แผนไทย บทความปริทัศน์นี้ได้รวบรวมกรรมวิธีของโคลนบำบัดที่ปฏิบัติในยุโรป อายุรเวท และการแพทย์แผนไทยไว้ ทั้งประกอบคำอธิบายตามแต่ละศาสตร์ว่าโคลนบำบัดเกิดผลได้อย่างไร ด้านหลักฐานเชิงประจักษ์ มีงานทบทวนอย่างเป็นระบบหลายชิ้น ซึ่งแสดงการใช้โคลนบำบัด น้ำแร่บำบัด และสปาบำบัด โดยรักษากลุ่มโรคข้อเข่าเสื่อม อักเสบ พบว่า มีผลดีทางด้านคลินิก งานวิจัยชิ้นหนึ่ง พบว่า มีการเพิ่มของ IGF-1 ลด TNF-alpha สำหรับอาการปวดหลังส่วนล่าง จากการวิเคราะห์อภิมาน พบว่า มีผลดีจากสปาบำบัด แต่โคลนบำบัดด้วยระยะเวลาเพียง 10 นาทีไม่ส่งผลแตกต่างกับกลุ่มควบคุม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระยะเวลที่ใช้เวลาสั้นเกินไป สำหรับสะเก็ดเงิน บทบาทของเกลือแร่หลายชนิดที่มีอยู่ในโคลนเดดซีส่งผลดี โดยเฉพาะแมกนีเซียมช่วยลด cGMP ที่เป็นสารสำคัญในการเกิดสะเก็ดเงินทั้งยับยั้งการแบ่งตัวของไฟโบรบลาสต์ในผู้ป่วยโรคสะเก็ดเงิน ส่วนผลของความร้อนการวิจัยในหนูทดลองทั้งพบการลดสารส่งเสริมอักเสบ IL17A, IL-23 ลดระดับ IL-4 และ IL-5 ซึ่งเป็นสารเร่งภูมิต้านทานไวเกิน การทำโคลนบำบัดในคนปกติยังพบการลดคอร์ติโซล จึงส่งผลลดการอักเสบ และยังพบว่าเพิ่ม Beta-endorphin สารแห่งการผ่อนคลายด้วย โคลนบำบัดจึงมีบทบาทลดความเครียดได้ อย่างไรก็ตามยังไม่พบหลักฐานเชิงประจักษ์ของโคลนบำบัดในอายุรเวทหรือการแพทย์แผนไทย โคลนบำบัดจึงควรได้รับการพัฒนาเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในวิถีสุขสบายของประเทศไทย

คำสำคัญ : โคลนบำบัด, เดดซี, พอกโคลน, อาบโคลน, สปาบำบัด, น้ำแร่บำบัด, วิถีสุขสบาย

Abstract

There are 6 compartments of practice in Wellness: 1) Physical improvement 2) Beauty & Aesthetic 3) Nutrition & Detox 4)Massage & Manipulation 5) Body & Mind connectedness 6) Education. Mud therapy can be applied into 6 compartments harmoniously. Mud therapy is the beauty secret of Queen Cleopatra, practiced in Dead Sea surrounded European countries. It was prosperous in 17-19 century, being on serviced in Russia,Turkey, Bulgaria etc. Nowadays there are mud therapy services in Spa and Medical Wellness center around the world.

In Asian wisdom, mud therapy is a compartment in Ayurveda and Thai Traditional Medicine (TTM). This article review had collected procedures of mud therapy in European, Ayurveda and TTM altogether and gave the explanation on healing mechanism in accordance to each wisdom. On the evidence based researches there are many systemic reviews on mud therapy, balneotherapy, spa therapy for osteoarthritis showed better clinical results. There is one paper found the increasing of IGF-1 and decreasing of TNF-alpha. On chronic low back pain, a meta-analysis found positive evidences of spa therapy but doing mud therapy for 10 minutes did not show better results. As for psoriasis, minerals in Dead Sea mud play many roles, especially magnesium which decreased cGMP which is pathogenic inducer of psoriasis. It also inhibits fibroblast cell division in psoriasis patients. On thermal effect, evidences in experimental animals showed decreased pro-inflammatory cytokines IL17A, IL-23, also the IL-4, IL-5 which involved in immunity hypersensitivity decreased. There are evidences showing mud therapy in healthy persons decrease in serum cortisol along with increasing Beta-endorphin which support the destressing effect of mud therapy. Nevertheless, there is still no evidence based research of mud therapy in the territory of Ayurveda and TTM. Mud therapy is deserved to be researched and developed for the worthy Thailand Wellness.

Key Word : mud therapy, Dead Sea, mud compression, mud bath, balneotherapy, spa therapy, wellness

บทนำ

นับตั้งแต่ปีค.ศ.1946 องค์การอนามัยโลก –WHO (1946) ได้ให้คำจำกัดความของสุขภาพ (health) ว่าเป็นภาวะกำลังสบาย (well-being) ของร่างกาย (physical) จิตใจ (mental) และสังคม (social) มิใช่หมายเพียงการปราศจากโรค หลังจากนั้น Jerome N. Rachele, Tracy L. Washington, Wendell D. Cockshaw, Eric Brymer (2013, p.3-12) พบว่า ความหมายของสุขสบาย (wellness) ก็เปลี่ยนแปลงเรื่อยมา ค.ศ. 2006 Ben J. Smith, Kwok Cho Tang, Don Nutbeam (2006, p.340-345) พบว่าองค์การอนามัยโลกได้ให้ความหมายของสุขสบายว่า เป็นภาวะสุขภาพของบุคคลและกลุ่มคน โดยมีสองปริมณฑลที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือ สภาวะที่สำแดงออกอย่างเป็นจริง ซึ่งศักยภาพสูงสุดของปัจเจกบุคคลทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม จิตวิญญาณ และเศรษฐกิจ รวมทั้งการบรรลุเป้าหมายในบทบาทของบุคคลที่มีต่อครอบครัว ชุมชน สถานที่แห่งความเลื่อมใสศรัทธา สถานที่ทำงาน และอื่นๆ จะสังเกตได้ว่าสุขสบายไม่ได้ หมายถึง สภาวะทางสุขภาพแบบโดดๆ แต่เป็นครรองของชีวิตที่มีบริบถอันเป็นพลวัต ในที่นี้ผู้เขียนขอใช้คำว่า “วิถีสุขสบาย” สำหรับคำว่า “wellness” ในภาษาอังกฤษ

อย่างไรก็ตามยังมีบุคคลและสถาบันให้คำจำกัดความอีกหลายคน เช่น เฮอร์เบอร์ต ดันน์ บิล เฮทเลอร์ สถาบันบริหารการบริการสุขภาพจิตและสารเสพติดสหรัฐฯ สถาบันสุขสบายแห่งชาติออสเตรเลีย ลุทซ์ เฮอร์เทลประธานสมาคมสุขสบายเยอรมัน จอร์เกียฟมหาวิทยาลัยเซาต์เวสต์ บัลกาเรีย ในประเทศไทย Banchob Junhasavasdikul and Kanin Tripipitsiriwat (2018, p.416) ได้กำหนด 6 องค์ประกอบเชิงปฏิบัติการ (compartment of practice) ของวิถีสุขสบาย ได้แก่ : การดูแล 1) ร่างกาย 2) ความงาม 3) โภชนาการกับการล้างพิษ 4) การนวดและหัตถการ 5) การเชื่อมโยงร่างกายกับจิตใจ และ 6) การศึกษาเรียนรู้ มิติของวิถีสุขสบายกับองค์ประกอบยังได้รับการขยายความในประเทศไทยจากการประชุมวิชาการนานาชาติครั้งที่ 1 ว่าด้วยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ 2019 ได้กำหนด 4 มิติของความสุขสบาย ได้แก่ : ร่างกาย จิตใจ สังคม และปัญญา และ 6 องค์ประกอบของการปฏิบัติความสุขสบายเข้าไว้ด้วยกันโดย Naparat Srilapan, John Beaty, Banchob Junhasavasdikul, Ramaimas Chanklao, Sohnatda Panchee (2019, p.138) วิถีสุขสบายถ้าได้ดำเนินการในระดับเวชปฏิบัติ ก็จะกลายเป็นการแพทย์สุขสบาย (Wellness medicine) ที่มีคุณประโยชน์ยิ่งขึ้น โคลนบำบัดมีบทบาทส่งเสริมสุขภาพด้านผิวพรรณและความงาม เป็นหัตถการประการหนึ่ง ช่วยขับสารพิษจากร่างกาย ช่วยสร้างความผ่อนคลาย มีฤทธิ์ลดการอักเสบ บำบัดโรคได้หลายชนิด ซึ่งล้วนตกอยู่ใน 6 องค์ประกอบของวิถีสุขสบายทั้งสิ้น จึงเป็นหัวข้อเรื่องหนึ่งที่ควรได้รับความสนใจ และทำปริทัศน์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทำความเข้าใจประวัติความเป็นมาของโคลนบำบัด
2. เพื่อเรียนรู้กรรมวิธีของโคลนบำบัด
3. เพื่อประมวลความรู้เชิงประจักษ์จากการศึกษาวิจัยที่ผ่านมา

4. เพื่อเสนอแนะการใช้โคลนบำบัดต่อยอดวิถีสุขสบายและการแพทย์สุขสบายของประเทศไทย

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินการวิจัย

ใช่การทบทวนวรรณกรรมทางอิเลกทรอนิก ว่าด้วยวิถีสุขสบายและโคลนบำบัด โดยใช้ฐานจาก Pubmed และ Google

ผลการทบทวนวรรณกรรม

1. ความเป็นมา

วิถีสุขสบาย นับตั้งแต่ปีค.ศ.2010 วิถีสุขสบายกลายเป็นคำที่ผู้คนในโลกสมัยใหม่ได้ยินอยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน และเกิดความกระหายใคร่ลอง ยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ได้ถือเอาความสุขสบายเป็นเสาหลักทางเศรษฐกิจ ไทยได้รับการโหวตให้เป็นประเทศเป้าหมายของบริการสปาดีที่สุดของโลกในปีค.ศ.2015 ในเวิลด์สปาอะวอต การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยขยายตัวอย่างมากทำรายได้ 1.25 พันล้านดอลล่าห์สหรัฐฯในปีค.ศ.2016 สถาบันสุขสบายโลก (Global Wellness Institute) จัดอันดับในปี ค.ศ.2017 ให้ไทยเป็นชาติอันดับ 16 ของบริการสปา อันดับ 13 ของการท่องเที่ยวสุขสบาย นักท่องเที่ยวที่มาประเทศไทยต้องการที่จะรับสปาบำบัด การล้างพิษบำบัด การปลีกวิเวกเพื่อทำสมาธิและเจริญสติ ประเทศไทยจะเป็นหลักของวิถีสุขสบายและการแพทย์สุขสบายไปอีกยาวไกล โคลนบำบัดเป็นกระบวนการบำบัดประการหนึ่งซึ่งสามารถเชื่อมโยงนำมาใช้ได้ในวิถีสุขสบายของประเทศไทย

โคลนบำบัด ไม่มีใครหรอก นอกจากเด็กซนๆ เท่านั้น ที่อยากจะเปียกแฉะไปหมดทั้งตัวด้วยขี้โคลน แต่ถ้ามีใครมาบอกว่าการคลุกขี้โคลนนั้นทำให้ผิวพรรณเต่งตึง ชะลอวัย แถมรักษาโรคได้ ทีนี้ละคุณก็ยอมที่จะไปคลุกขี้โคลน แถมบางทีต้องเสียสตางค์แสนแพงด้วย กระบวนการนี้เรียกว่า โคลนบำบัด มันมีประวัติสืบทอดมาแต่โบราณ และพื้นที่ๆมีชื่อเสียงที่สุดในเรื่องนี้ก็คือ ทะเลสาปเดดซี (Dead sea) การจุ่มตัวในน้ำหรือโคลนที่มีเกลือแร่สูงเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า บัลนีโอเทอราปี (balneotherapy) เป็นที่นิยมมากที่ทะเลสาปเดดซี Schamberg IL (1978, p.524-5) กล่าวว่าทะเลนี้เป็นทะเลสาปน้ำเค็มที่ลึกที่สุด มีอายุประมาณ 50,000 ปี และ Even-Paz Z (1989, 1-9) ระบุว่าความเข้มข้นของเกลือมากกว่าทะเลปกติ 7-10 เท่า นอกจาก The NaCl แล้วเกลือที่สำคัญได้แก่ $MgCl_2$, $CaCl_2$, KCl และ $MgBr_2$

2. ประวัติของโคลนบำบัด

2.1 โคลนบำบัดในชาติตะวันตก

อียิปต์ เป็นเวลาหลายศตวรรษแล้วที่จักรพรรดิ ปรัชญาเมธี แม่ทัพ พ่อค้าวาณิช กระทั่งนักเดินทางแสวงโชคมุ่งหน้าไปสู่พื้นที่แหล่งน้ำกว้างใหญ่มากที่มีระดับต่ำที่สุดในโลก พื้นที่นี้มีความพิเศษสุดดังเทพนิยาย เพราะเป็น

ทะเลที่สัตว์มีชีวิตอาศัยอยู่ไม่ได้ ครั้นเมื่อกระโดดลงไปในทะเลนั้นตัวก็จะลอยอยู่ในน้ำอย่างสบาย แต่ต้นไม้ ดอกไม้ที่ขึ้นอยู่รอบบริเวณหรือในน้ำกลับสามารถผลิใบ ออกดอกดึงดูดแมลงผึ้งมาเก็บน้ำหวานไปรวงรัง เดดซีเป็นแหล่งดึงดูดผู้คนตลอดยุคประวัติศาสตร์อันยาวนานถึงปัจจุบัน สตรีผู้หนึ่งที่หลงใหลทะเลสาปเดดซีและมุ่งมาดจะครอบครองเป็นสมบัติก็คือ คลีโอพัตราที่ 7 ฟิโลพาเธอร์ หรือพระราชินีคลีโอพัตรานั่นเอง (69 BC.-30 BC.) ด้วยพันธจิตอันลึกซึ้งกับจูเลียตซีซาร์จักรพรรดิโรมัน และต่อมาเป็นมาร์ค แอนโทนี พระนางได้ทำให้ดินแดนอียิปต์เป็นดินแดนอันรัญจวนใจของสองผู้ยิ่งใหญ่แห่งโรมัน พระนางมีความเชื่อว่าทะเลสาปเดดซีมีพลังศักดิ์สิทธิ์จึงได้สร้างสปาแห่งแรกของโลกขึ้นที่นั่น พระนางเสริมสร้างความงามอมตะด้วย สูตรลับซึ่งมีเรื่องราวสืบทอดต่อมาอีกหลายพันปี สูตรลับของพระนางก็คือการอาบน้ำนมของแม่ลา นมอัลมอนด์ ผสมน้ำผึ้งจากแหล่งที่หาได้ยากที่สุดในยุคนั้น สูตรผสมนี้เผยความเปล่งปลั่ง นุ่มนวลดุจใยไหมให้กับผิวของพระนาง เหนือสิ่งอื่นใดเกลือและโคลนดำ (black mud) แห่งทะเลสาปเดดซีมีบทบาทสำคัญ เกลือเดดซีอุดมด้วยแคลเซียม ไอโอดีน แมกนีเซียม โซเดียม โพแทสเซียมและโบรไมด์ เกลือมีบทบาทขัดผิว นักท่องเที่ยวที่ลงลอยตัวในทะเลเดดซีแล้วพอกตัวด้วยโคลน ทันทีที่ล้างออกก็จะประจักษ์ผลทันที โคลนดำมีผลบำบัดโรคต่างๆได้แก่ ผื่นแพ้ สะเก็ดเงิน ข้ออักเสบ ฯลฯ การพอกโคลนอุ่นๆลงบนผิวก็จะช่วยเลือดหมุนเวียน สร้างคอลลาเจนและอิลาสตินจึงช่วยคงความอ่อนเยาว์ น้ำมันหอมชนิดหีบเย็นจากพืชพรรณและดอกไม้ที่เดดซี เมื่อชโลมผิวและเส้นผมของพระนางก็สร้างความหอมละมุนและเปล่งปลั่ง ดอกกุหลาบแห่งเทือกเขาแอลป์เป็นองค์ประกอบหลักของตำรับประทินโฉม ความงามของพระราชินีคลีโอพัตราจึงกระเดื่องดังจากอดีตถึงปัจจุบัน จากจารึกในสุสานโบราณมาจนถึงสิ่งที่ Admin ของ Dead-sea premium blog magazine ระบุไว้ (2020) ส่วนกองทัพโรมันก็ได้ใช้ทะเลสาปเดดซีเป็นพื้นที่รักษาทหารบาดเจ็บจากสงครามอีกด้วย

อย่างไรก็ตามโคลนบำบัดมิได้เริ่มต้นที่พระนางคลีโอพัตราและสิ้นสุดที่ทะเลเดดซีเท่านั้น Writer ของ abcNEWS (2008) ระบุว่ายังมีพระราชินีชีบา มเหสีของกษัตริย์โซโลมอน ก็เคยไปที่ทะเลเดดซีเพื่อใช้โคลนดูแลผิวพรรณก่อนหน้าพระนางคลีโอพัตรามาแล้ว และโคลนบำบัดก็ยังมีในพื้นที่อื่นนอกเหนือทะเลเดดซีด้วย โคลนบำบัดเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในยุโรปช่วงศตวรรษที่ 17-19

รัสเซีย ไครเมียเป็นดินแดนโคลนบำบัดของรัสเซีย มีการก่อตั้งรีสอร์ทโคลนบำบัดขึ้นครั้งแรกในปีค.ศ. 1828 ที่ทะเลสาปซากิ (Saki) และเมื่อมีสงครามไครเมีย (ค.ศ.1853-1856) รีสอร์ทแห่งนี้ได้ใช้เพื่อบำบัดทหารบาดเจ็บ ตราบเท่าทุกวันนี้ที่รอบทะเลสาปซากิจะมีรีสอร์ทและสถานบำบัดด้วยโคลนมากมายที่เปิดรับนักท่องเที่ยวและผู้ป่วยที่ต้องการบำบัด ทะเลสาปซากิมีโคลนบำบัดที่มีชื่อที่สุด โคลนจากซากิถูกนำไปใช้ทางการแพทย์จนทุกวันนี้ สำหรับชาวรัสเซียถ้าคุณพูดกับเขาว่า “ซากิ” เขาจะตีความว่าคุณหมายถึงโคลนบำบัด นอกจากทะเลสาปซากิแล้วยังมีทะเลสาปอื่นๆที่ไครเมีย เช่น ทะเลสาปชอกแรก (Chokrak) ทะเลสาปออยบัวร์สกีและอะเดียบาติก (Oyburskiy and Adiabatique) เป็นต้น Admin ของ Our Planet (2020) กล่าวไว้ อีกพื้นที่

หนึ่งในรัสเซียคือหาดโคลนของทะเลสาปโกลูบิตสกายา (Golubitskaya) ที่นี่มีบึงดอกบัวสุดลูกหูลูกตา มีโคลนบำบัดที่เหม็นไข่เน่าอย่างสุดฤทธิ์ เพราะเป็นเถ้าภูเขาไฟที่มีกำมะถันมาก แต่ก็มีผู้คนไปท่องเที่ยวและทำโคลนบำบัด

ตุรกี ตำนานกล่าวว่าพระนางคลีโอพัตราได้เดินทางไปโอลูเดนิซ (Oludeniz) ซึ่งเป็นเดดซีในตุรกีเพื่ออาบโคลนและเพิ่มเสน่ห์ในตัว พระนางคลีโอพัตราได้กล่าวยกย่องการดูแลพะเน้าพะนอของบริกรชาวเตอร์กที่โคลนบำบัดสถานแห่งนี้ไว้มากมาย สถานที่ดังกล่าวมีทั้งน้ำพุร้อนกำมะถันและโคลนบำบัด อยู่ที่เมืองดาลยัน (Dalyan) เมืองนี้ตั้งอยู่ที่ฝั่งด้านไกลของทะเลสาป คอยเซกิซ (Koycegiz) ตั้งแต่ปีค.ศ.1988 พื้นที่ส่วนนี้ถือเป็นเขตอนุรักษ์ธรรมชาติโดยกระทรวงป่าไม้และสิ่งแวดล้อมตุรกี เหนือสิ่งอื่นใด โคลนบำบัดสถาน ดาลยันได้เคยต้อนรับผู้มีชื่อเสียงมากมาย เช่นดัสติน ฮอฟมาน แจก นิโคลสัน เดวิด โบวี โรเบิร์ต แมกซ์เวลล์ และเจ้าชายฟิลิป เดอ คาลอส ของสเปน เป็นต้น Alkan Sena (2014) บรรยายความสุขสำราญคลุกโคลนที่ตุรกี

บัลกาเรีย บัลกาเรียเด่นที่น้ำแร่บำบัด (Balneotherapy) และโคลนบำบัด **บัลกาเรียถูกถือเป็นประเทศเวลเนสของชาวยุโรป** โคลนบำบัดที่บัลกาเรียมีทูซลาตา (Tuzlata) เป็นสถานโคลนบำบัดที่มีชื่อเสียง ที่นั่นมีทะเลสาปตื้นๆซึ่งดินข้างใต้ถูกเก็บขึ้นมาใช้บำบัด ปีค.ศ.1957 รัฐบาลคอมมิวนิสต์ได้สร้างสถานบำบัดและโรงพยาบาลฟื้นฟูสุขภาพขึ้นที่ริมทะเลสาปเพื่อประโยชน์ของประชาชนทั่วไป พื้นที่ของสถานโคลนบำบัดนี้กว้างใหญ่มาก เรียบไปตลอดชายฝั่งของลากูนสีฟ้าเทอร์คอยซ์ท่ามกลางบรรยากาศของป่าสน การเข้าไปใช้บริการก็มีค่าใช้จ่ายราคาถูกและไม่จำกัดเวลา กระบวนการโคลนบำบัดเป็นการบริการตนเอง มีการแช่น้ำในลากูน พอกตัวด้วยโคลน แช่น้ำอีกครั้งเพื่อชำระโคลนออก ตามด้วยการอาบน้ำแร่ร้อนที่มีกลิ่นกำมะถันรุนแรง แล้วก็พักผ่อนเกือบทั้งวัน Canney Pippa (2009) เล่าประสบการณ์โคลนบำบัดของเธอที่ทูซลาตาไว้

2.2 โคลนบำบัดของชาติตะวันออก

ภูมิปัญญาหลายชนชาติจำแนกจักรวาลจนถึงร่างกายคนเราประกอบขึ้นด้วยรูปและนาม โดยมีองค์ประกอบของธาตุต่างๆ อายุรเวทแบ่งเป็น5 ธาตุได้แก่ ดิน น้ำ ลม ไฟ และอากาศธาตุ หรือความว่างเปล่า มันสำแดงออกมาที่ร่างกายของมนุษย์ โดยควบรวมกันเข้าเป็นธาตุอันเป็นพื้นฐาน 3 ประเภท (โทสะ-dosha) คือ วาตะ(ลมและอากาศธาตุ) ปิฏฐะ(ไฟและน้ำ) และคัพภะ(น้ำและดิน) การแพทย์แผนจีนจำแนกร่างกายประกอบขึ้นด้วย ไม้ ไฟ ดิน ทอง น้ำ การแพทย์แผนไทยจำแนกจักรวาลเป็น ปถวีธาตุ วาโปธาตุ วาโยธาตุ และเตโชธาตุ การผิดสัดส่วนของธาตุที่เป็นองค์ประกอบเหล่านี้เป็นเหตุให้เกิดการเจ็บป่วย ดินเป็นองค์ประกอบหลักในรูปกายเนื้อของคนเรา โคลนประกอบด้วยรูปและนามของ ดิน และน้ำเป็นหลัก แต่ก็ยังมีไฟและลมฝังแฝงอยู่เป็นองค์ประกอบ เป็นอุปกรณ์หนึ่งที่การแพทย์ในชาติตะวันออกนำมาใช้ เรียกกันว่า โคลนบำบัด

อายุรเวท โคลนบำบัดใช้รักษาสุขภาพได้หลายชนิด มูลทานี มิตติ (maltani mutti) หรือโคลนจากมูลทานซึ่งปัจจุบันอยู่ในปากีสถานเป็นดินที่มีชื่อเสียงมาแต่โบราณ โคลนนี้มีปริมาณด่างมากจะถูกผสมกับรำข้าว นม และนมเปรี้ยว ใช้พอกหน้าเพื่อซับสารพิษและสารอนุมูลอิสระสร้างเสริมความงามทุกวันนี้ก็ยังใช้กันอยู่ โคลนนี้มีแร่ธาตุมาก อุดมด้วยเหล็ก แมกนีเซียม สังกะสี ทองแดง โครเมียม และโคบอลท์ มันอมความชื้นได้ดี จึงบำรุงผิว

และเพื่อบำบัดด้วย ตำราอายุรเวทกล่าวว่าโคลนนี้จะดูดความร้อนและปิตตะส่วนเกินออกมาทางผิวหนัง ดินมูลทานนี้ใช้ได้กับทั้งสามโทสะ ที่ศูนย์สุขสบายแบบบูรณาการ-สุคะยาใกล้บังกะลอ ซึ่งใช้ธรรมชาติบำบัดร่วมกับศาสตร์อื่นๆ โคลนถูกใช้ทั้งทาเฉพาะที่ พอก และอาบโคลนทั้งตัว โดยจะมีการเก็บดินจากรังมดหรือจอมปลวก เนื่องจากมดหรือปลวกมันนำเอาดินจากชั้นลึกๆขึ้นมาทำรัง มันจึงเป็นดินที่บริสุทธิ์ ปลอดสารปนเปื้อนจากมลภาวะ นำดินนั้นมาล้าง ร่อน แล้วตากแดดเป็นการฆ่าเชื้อ จากนั้นเก็บดินไว้ในขวดที่ปิดสนิท เนื่องจากดินมีคุณสมบัติรักษาอุณหภูมิเอาไว้ ดังนั้นสามารถใช้ดินทั้งร้อนหรือเย็น ขึ้นกับโรคที่เป็น ดินร้อนใช้รักษาข้ออักเสบ ลดบวม ขับน้ำ ดินเย็นใช้รักษาโรคผิวหนังเช่นสะเก็ดเงิน บางครั้งอาจผสมสมุนไพรเข้าไปเช่นฟ้าทะลายโจรหรือขมิ้น ถ้าต้องการรักษาการติดเชื้อ บางทีก็ผสมน้ำมันละหุ่งเพื่อใช้ประคบท้องรักษาโรคตับ เพราะล้างพิษได้ การอาบโคลนทั้งตัวช่วยกระตุ้นพลังชีวิต รู้สึกถึงความนุ่มเนียมและลื่นไหล จากนั้นล้างออก ซึ่งให้ความรู้สึกของการถนอมกล่อมเกลี้ยงตัวเอง ผิวจะนุ่ม เรียบเนียน เต่งตึงและเปล่งปลั่ง บรรดาเครื่องสำอางค์หรือครีมรักษาผิวเป็นอันหลีกทางไปได้เลย Kim Ingris เขียนไว้ในตำราอายุรเวท (2009)

การแพทย์แผนไทย ในการแพทย์แผนไทย คมสัน ทินกร ณ อยุธยา (2563) เขียนไว้เป็นตำราอยู่ในระหว่างตีพิมพ์ว่า "ดิน" ถือเป็นตัวยาธาตุวัตถุชนิดหนึ่ง มีรสเย็น เป็นตัวยาที่ทำให้ธาตุไฟหย่อนตัวลง และทำให้ธาตุน้ำเฟื่องขึ้น มีการนำดินหลากหลายชนิดมาเข้าตำรับยา

การพอกโคลนยา ใช้ฤทธิ์เย็นแลสรรพคุณของเครื่องยาเข้าไปลดกำเดาในบริเวณที่เกิดอาการนั้นลดอาการบวมอักเสบภายในได้,ใช้เพื่อนำลมตีขึ้นเบื้องบนให้ลงล่าง เป็นต้น ลดอาการลมตีขึ้นเบื้องบน เช่นปวดหัวบ่อยครั้ง มึนงงในศีรษะ ชอบวิงเวียนหน้ามืด ลดอาการตาพร่าตามัว ลดอาการปวดลมปะกัง(ไมเกรน), ลดอาการลมแน่นเข้าอกเข้าคอจากความร้อน ลดกำเดาภายในกายทำให้เย็นตัวลงอันมีเหตุมาจากตับร้อน ตับแลบ ตับหย่อน นำพิษความร้อนออกจากระบบตับ ลดพิษปิตตะ พิษวาตะ พิษเสมหะได้ ช่วยลดการหลั่งน้ำย่อยที่มากเกินในผู้ไข้ที่มีอาการเรอเหม็นเปรี้ยว(กรดไหลย้อน) ลดภาวะบวมอักเสบเช่นปวดบวมกล้ามเนื้อ ตึงคอบ่าไหล่อย่างมากจนเกิดอาการบวมแดง ปวดหัวเข่าจากภาวะน้ำเลี้ยงรอบเข่าแห้ง เป็นต้น ใช้พอกลดอาการแผลเริม, แผลงูสวัสดิ์ได้ (ในกรณีที่แผลยังไม่ฉ่ำด้วยน้ำเหลืองเสีย) ลดอาการสิวอักเสบ ผดผื่น คันตามผิวหนัง ช่วยทำให้ผิวพรรณเปล่งปลั่งชุ่มชื่น ถ้าพอกทั้งตัวช่วยลดอาการปวดเมื่อย ช่วยลดอาการเหน็บ ชา ตะคริว เราสามารถนำเลนโคลนจากป่าชายเลน หรือเลนโคลนจากบริเวณริมหาดริมชายฝั่ง ซึ่งมีคุณสมบัติเค็มมาใช้พอกในหัตถการนี้ก็ได้ แต่ควรผ่านการทำความสะอาดคือประสะ การฆ่าพิษคือสะตุ ก่อนนำไปใช้ในหัตถการพอกยาต่อไป

กลไกของโคลนเย็น ในการพอกนั้นโคลนยาใช้กลไกความเย็นเข้าไปนำเอาพิษความร้อนออกทำให้ความร้อนในกายลดลง เมื่อความร้อนคือรูปธาตุไฟลดลง ถ้าหากมีภาวะอักเสบของอวัยวะภายในจะลดลงตาม มัดกล้ามเนื้อต่างๆที่เขม่งเกลียวจะหย่อนลง ผิวเนื้อผิวหนังที่ร้อนก็จะลดลงตามไปด้วย นั้นว่าด้วยรูปธาตุดิน และเมื่อรูปธาตุไฟลดลงรูปธาตุลมที่เกิดแต่ความร้อนนั้นจะลดลงด้วย ทำให้ช่วยลดอาการมึน เวียน งง ในศรีษะได้ ช่วยลดอาการปวดหัว อาการปวดหัวข้างเดียว อาการเดินโคลงเคลงได้ นั้นว่าด้วยรูปธาตุลม ส่วนรูปธาตุน้ำภายในกายที่

เหือดแห้งไปจากความร้อนก็จะกลับมาชุ่มชื้นเหมือนเดิมได้ ในการแพทย์แผนไทยนั้นถือว่าระบบปิตตะเป็นต้นระบบเสมหะเป็นที่สุด จึงใช้ลดอาการทางตับที่ทำให้ตับที่ร้อนเกินไปหย่อนตัวลง หากมีอาการอกแห้งก็จักมีความชุ่มชื้นมากขึ้น ใช้ได้ดีกับอาการที่ห้ามใช้ยาลดไข้ทุกชนิดได้ดีเช่นไข้เลือดออก เพราะเป็นเพียงหัตถการภายนอกเท่านั้น

3. กรรมวิธีของโคลนบำบัด

กระบวนการของโคลนบำบัด 2 วิธีหลัก หนึ่งคือวิธีธรรมชาติ สองคือรับการบำบัดจากสถานบำบัด

3.1 วิธีธรรมชาติ เป็นวิธีดั้งเดิมที่สุดเมื่อคนเราไปพบแหล่งน้ำแร่หรือบ่อโคลนร้อน ก็จะมีกระบวนการปฏิบัติดังนี้:1)แช่ตัวในน้ำแร่หรือบ่อโคลนร้อน ระยะเวลาขึ้นอยู่กับอุณหภูมิว่าร้อนมากหรือร้อนน้อย ระหว่างนั้นจะเกิดปฏิกิริยาในร่างกายตามทฤษฎีวารีบำบัด ซึ่งอธิบายไว้โดยบรรจบ ชุณหสวัสดิกุล (2548, หน้า 25-31) คือเลือดในกายร้อนขึ้น เลือดที่ร้อนหมุนเวียนไปฮัยโปทาลามัส ซึ่งเป็นตำแหน่งควบคุมอุณหภูมิร่างกาย ฮัยโปทาลามัสมีปฏิกิริยาขจัดความร้อนส่วนเกินออก ด้วยการขยายเส้นเลือด เส้นเลือดผิวกายขยายตัว เลือดหมุนเวียนไปเลี้ยงผิวกาย ขับเหงื่อ หัวใจ ปอด ตับ ม้าม ลดการทำงาน กล้ามเนื้อคลายตัว ปฏิกิริยาทั้งหมดเพื่อให้ร่างกายเย็นลง แต่ผลจากปฏิกิริยานี้ทำให้ ผิวกายมีอาหารไปหล่อเลี้ยงมากขึ้น เซลล์ซ่อมสร้างตัวเองได้ดีขึ้น สร้างคอลลาเจนเพิ่มขึ้น เป็นผลให้ผิวพรรณดี ลดรอยย่น การขับเหงื่อช่วยขับสารเสียออกไป อวัยวะภายในทำงานน้อยลง กล้ามเนื้อคลายตัว จึงช่วยให้ผ่อนคลาย ลดความเครียด 2)ขึ้นจากบ่อน้ำแร่หรือบ่อโคลนแล้วใช้โคลนพอกตัว เมื่อทิ้งไว้ให้แห้งโคลนที่พอกไว้จะเย็นตัวลง โคลนมีฤทธิ์เย็นจะเกิดคุณสมบัติบำบัดโรคก กล่าวคือโคลนมีแร่ธาตุสำคัญๆ ลดการอักเสบ กล้ามเนื้อคลายตัว เสริมบำรุงกระดูกและเอ็นข้อต่อ จึงมีผลรักษาโรคผิวหนัง รักษาข้ออักเสบ เสริมความแข็งแรงกระดูกและข้อต่อ ลดความดันเลือด หัวใจทำงานสบายขึ้น กล้ามเนื้อที่คลายทำให้หลับสบาย 3)ลอกโคลนออก และแช่น้ำแร่อีกครั้ง จังหวะนั้นโคลนจะดึงเอาสิ่งสกปรกและเซลล์ผิวหนังที่หมดสภาพหลุดลอกออก ทำให้ผิวพรรณนวลใย 4)โคลนในแต่ละที่ยังมีสารอินทรีย์ต่างๆรวมทั้งต้นไม้ดอกไม้ที่ร่วงหล่นและหมักอยู่เป็นร้อยเป็นล้านปี สารอินทรีย์เหล่านี้มีคุณสมบัติเฉพาะของแต่ละพื้นที่ จนมีการจำแนกโคลนออกเป็นหลายชนิด เช่นโคลนดำ โคลนเดดซี และโคลนมัวร์ เป็นต้น

กระบวนการใช้โคลนอย่างธรรมชาตินี้ตรงกันหมดในชาติเด่นๆทั้งที่อียิปต์ รัสเซีย ตุรกี บัลกาเรีย ประเทศไทยมีแหล่งโคลนร้อนอยู่สองที่คือที่ ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช และที่โคกไคร จ.พังงา ชุมชนที่นั่นก็ใช้โคลนบำบัดอย่างธรรมชาติในลักษณะเดียวกัน

3.2.วิธีรับการบำบัดจากสถานบำบัด

อายุรเวท อายุรเวทใช้การพอกโคลนด้วยโคลนที่ได้รับการเตรียมมาก่อนอย่างประณีตบรรจง แล้วมาพอกในส่วนที่ต้องการบำบัด Sugan, SM. (2014)

พอกท้อง เริ่มด้วยการเตรียมโคลนในภาชนะตอนกลางคืน ถึงตอนเช้าก็นวดโคลนที่มีลักษณะเป็นก้อนเปียกๆ แต่น้ำจะต้องไม่มากจนไหลเละเทะ วางก้อนโคลนลงบนผืนผ้าฝ้ายแล้วทุบเพื่อแผ่ก้อนโคลนให้กว้างขึ้นจนได้ขนาดประมาณ 22.85 x 15.24 x 1.27 ซม. แต่ขนาดอาจใหญ่เล็กตามขนาดหน้าท้องของผู้ป่วย จากนั้นวางก้อนโคลนลงบนท้องน้อยระดับใต้สะดือจนถึงตลอดเชิงกรานโดยให้ก้อนโคลนแนบติดผิวหนังโดยตลอด จากนั้นคลุมด้วยผ้าแห้งหรือผ้าขนสัตว์ (ถ้าเป็นหน้าหนาว) ประคบอยู่อย่างนั้นประมาณ 20 นาที นำก้อนโคลนออก เช็ดผิวด้วยผ้าแห้งแล้วนวดด้วยฝ่ามือเพื่ออบอุ่นผิวบริเวณนั้น การพอกที่บริเวณอื่นก็ทำในลักษณะเดียวกัน

การพอกโคลนช่วยบำบัดอาหารไม่ย่อย ลดความร้อนในลำไส้ กระตุ้นลำไส้บีบตัว ในภาวะปวดศีรษะคั่งเลือด พอกที่หน้าผาก ยังช่วยลดสิวได้ด้วย พอกโคลนช่วยเปิดรูขุมขนและรูไขมัน ช่วยให้ขับของเสียจากต่อมเหล่านั้นได้ พอกโคลนบนใบหน้าช่วยแก้รอยดำรอบตา

อาบโคลน การอาบโคลนมี 2 แบบ คือการแช่ทั้งตัวลงในอ่างโคลนที่เตรียมไว้ หรือใช้โคลนมาทาลงบนผิวทั้งตัว โดยจะใช้โคลนที่เป็นแป้งเปียกทาไปทั่วบริเวณร่างกาย ใช้เวลา 45-60 นาที แล้วไปยืนให้โคลนแห้ง จะตากแดดด้วยก็ได้ เป็นพักๆ แต่ต้องคลุมห้วไว้ด้วย จะช่วยปรับสภาพผิวโดยจะเพิ่มการหมุนเวียนเลือดและเพิ่มพลังชีวิตให้แก่เนื้อเยื่อผิวหนัง โคลนที่ใช้ต้องปราศจากสิ่งปนเปื้อน และปฏิกูลต่างๆ เมื่ออาบโคลนเสร็จแล้วให้ฉีดล้างด้วยน้ำอุ่น ถูนวดแล้วตามด้วยสเปรย์น้ำเย็น การอาบโคลนเพิ่มชีวิตชีวาและสร้างความอ่อนเยาว์แก่ผิวหนัง สามารถใช้ได้สม่ำเสมอแม้ขณะที่มีอาการทางผิวหนัง การอาบโคลนช่วยรักษาโรคผิวหนังเช่น สะเก็ดเงิน ลมพิษ ผื่นแพ้ผิวหนัง เพราะอายุรเวทถือว่า โคลนช่วยซับพิษ ซับความร้อนและดึงมันออกจากร่างกาย มันช่วยสลายพิษให้กลายเป็นสารที่ร่างกายสามารถขจัดได้

อายุรเวทอธิบายผลของโคลนบำบัดว่า เกิดผล 1)ผลทางอุณหภูมิ โคลนอุ่นเพิ่มอัตราเผาผลาญเฉพาะพื้นที่ 2) ผลทางกลไก แรงกดของโคลนที่กระทำต่อผิวและความเปลี่ยนแปลงทางออสโมสิสต่อผิวทำให้ผิวหนังอ่อนนุ่มและสลายสารก่อโรค 3) ผลทางเคมี เกลือแร่จากโคลนเพิ่มไอออนจากขั้วหนึ่งไปอีกขั้วหนึ่ง การสลับขั้วไฟฟ้าเกิดผลเร่งการสมานคืนของเซลล์ สังกะสีบำบัดโรคจากเชื้อรา ทองแดงแก้ภูมิแพ้ ไอโอดีนช่วยเนื้อเยื่อให้ติดกัน แมกนีเซียมแก้อาการบวม ผลก็คือโคลนบำบัดเพิ่มความดันเลือด เพิ่มชีพจน เพิ่มอุณหภูมิร่างกาย ลดปวด ลดกล้ามเนื้อเกร็ง ผลทางจิตใจคือ การสัมผัสและแรงกดช่วยลดความเครียดความวิตกกังวล ความชื้นที่อุ่นร้อนมีผลให้สงบและให้ความสบาย

การแพทย์แผนไทย

สูตรตำรับโคลนยาในการแพทย์แผนไทย

ดินจากธรรมชาติ ส่วนประกอบ: 1)ดินท้องนา/ดินจอมปลวก/ดินรังหมาล่า/ดินบ่อเกลือ/ดินน้ำแร่ผ่าน/ดินเค็มริมหาด/ดินป่าชายเลน/ดินโป่งเค็ม ใช้ดินหลายชนิดตามนี้นำมาผสมกันก็ได้ หรือดินชนิดใดชนิดหนึ่งชนิดเดียวก็ได้ นำไปประสะและสะตุก่อนนำไปใช้ต่อไป 2)ใบหญ้านาง/ใบฟ้าทะลายโจร/เถาบอระเพ็ด/ลูกกระดอม ทั้งหมดบดละเอียด*วิธีทำ*: นำตัวยาข้างต้นส่วนหนึ่งไปต้มเป็นกระสายทำยา เติมน้ำดอกเกลือลงไปพอควรผสมดินกับตัวยา

ที่บดละเอียดจนนัวเข้ากัน เติมน้ำกระสายข้างต้นจนดินนิ่มตัวลง บรรจุในภาชนะแก้วที่สะอาด แช่เก็บไว้ในช่องเย็นปกติ *วิธีใช้*: นำมาแบ่งผสมกับน้ำสะอาดหรือไข่ขาวของไข่เป็ดใช้กระทำหัตถการพอกยาเย็น

มีโคลนยาอีกชนิดหนึ่งที่เรียกว่า ดินถนำส้วม

ดินถนำส้วม หรือ *ดินถนำถาน* คือ สมุนไพรแร่ธาตุ ที่เกิดจากดินที่เกิดจากการทำส้วมลงดิน และ ปล่อยทิ้งไว้เป็นเวลานาน จนดินแข็งตัว และร่วน จะมีลักษณะเป็น สีเหลือง ไม่มีกลิ่น มีฤทธิ์เย็น รสเค็ม สรรพคุณของดินถนำส้วม คือ แก้ตาแฉะ รักษาตาอักเสบ (การนำไปใช้ทำยาต้องสะตุดินโดยนำไปใส่หม้อดินเผาแล้วสุมด้วยแกลบจนดินถนำส้วมสุก จึงนำมาบดละเอียดไปเข้าตำรับยาต่อไป)

ดินถนำส้วม ใช้ดินจากส้วมที่ทิ้งร้างแรมปี ลักษณะส้วมนั้นยกพื้นขึ้นไปประมาณบันไดห้าคั่น มุงปิดด้วยใบจากสี่ทิศ ประตูหน้าเปิดปิดได้ ภายในมีแผ่นไม้วางไว้ให้เหยียบเว้นช่องตรงกลางสำหรับปัสสาวะอุจจาระลงไปบนดินข้างล่าง มีไม้ไผ่เหลาเสี้ยนออกไว้ปาดอุจจาระ และเช็ดให้สะอาด ก่อนจะลงน้ำล้างออกให้เกลี้ยง และเมื่อส้วมเริ่มส่งกลิ่นคลุ้งมากจะทิ้งส้วมนั้นไปปล่อยให้ร้าง กองอุจจาระจะค่อยๆแห้งไป ชะหายไปตามสายฝนซึมลงในดิน เมื่อจะเอาดินมาทำยา จะปักปล้องไม้ไผ่ห่างจากจุดที่อุจจาระลงมาหนึ่งวาปล่อยทิ้งไว้จนมีน้ำมาขังในปล้องไผ่ น้ำนั้นเรียกว่า"น้ำถนำส้วม"ใช้เข้ากระสายยา ส่วนดินรอบๆไม้ไผ่ใช้ขุดขึ้นมาทำยาเรียก"ดินถนำส้วม" ซึ่งต้องผ่านการสะตุเสียก่อน ที่จะนำไปเข้าเป็นตัวยาต่อไป

*ถนำ [ถะหฺนำ] น. ชื่อดินชนิดหนึ่ง สีเหลืองอ่อน ใช้ทำยาไทย (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน) ดินจอมปลวก/ดินรังหมาล่า/ดินโป่ง/ดินเค็ม หรือแม้แต่ดินที่มีน้ำแร่ไหลผ่าน หรือดินจากบ่อเกลือสินเธาว์เป็นต้น ในภาพรวมนั้นล้วนมีโอสถสารไปทางเย็นทั้งสิ้น หากนำดินไปพอกที่หัวแม่เท้า หรือพอกมือพอกเท้า หมอไทยแจงว่าช่วยลดความร้อนอุ่นกายลง ช่วยนำลมขึ้นเบื้องบนให้ลงมาล่าง

แต่ก่อนจะนำดินมาเข้าตำรับยาได้นั้นแพทย์แผนไทยต้องนำไปประสะคือต้องเอาไปละลายน้ำแล้วกรองหลายๆครั้งจนสะอาดหมดจด แล้วนำไปตากแดดจนแห้งสนิทกลับมาเป็นดินอีกครั้ง จากนั้นเอาไปสะตุคือต้องเอาไปคั่วไฟอ่อนๆจนดินมีกลิ่นหอม จึงสามารถนำไปเข้ากับตัวยาอื่นๆได้ต่อไป หรือมีวิธีการทำโคลนหมักซึ่งเป็นดินจากบ่อเกลือสินเธาว์ 1 ส่วน ดินจากบ่อน้ำแร่ 1 ส่วน เอามาเจือผสมกัน จากนั้นนำดินประสิว, กำมะถันเหลือง และกำมะถันแดง ไปต้มจนลอยเป็นไอน้ำ แล้วหยดลงมาเป็นน้ำสีขาว ลำดับถัดมาให้นำไปผสมในดินทั้งสองชนิดนั้น แล้วนำไปผสมกับตัวยาอื่นๆเช่น ใบหญ้านาง/ใบฟ้าทะลายโจร/เถาบอระเพ็ด/ลูกกระดอม/สมอไทย/สมอภิเภก/ลูกมะขามป้อม ทั้งหมดบดจนละเอียดโดยให้นำไปคลุกแล้วหมักต่อ จนออกมาเป็นโคลนหมักนำไปใช้ประโยชน์ในหัตถการพอกยาเย็นต่อไป

4. การวิจัยผลของโคลนบำบัด

ข้อเข่าเสื่อมอักเสบ (Osteoarthritis) งานทบทวนอย่างเป็นระบบการรักษาข้อเข่าเสื่อมอักเสบด้วยโคลนบำบัด โดย Luis Espejo-Antunez, Maria A. Cardero-Duran, Elisa M. Garrido-Ardila, Silvia Torres-Piles,

Berta Caro-Puertolas (2013, p.659-668) ช่วยลดปวด เพิ่มสมรรถนะข้อและคุณภาพชีวิต การทบทวนอย่างเป็นระบบของ Fraioli A., Mennuni G., Fontana M., Nocchi S., Ceccarelli F., Perricone C., Serio A. (2018, eCollection 2018) ผลของสปาบำบัด โคลนบำบัด น้ำแร่บำบัด และการอาบโคลนต่อการรักษาข้อเข่าเสื่อมอักเสบ พบว่ามีประสิทธิผลในการรักษาและมีผลป้องกันการกลับเป็นซ้ำ โดยลดปวด ลดการอักเสบโดยไม่ต้องกินสตีรอยด์ ช่วยพัฒนาข้อยึดให้ดีขึ้นและเพิ่มคุณภาพชีวิต Romain Forestier, Alain Francon (2016, p.216-226) ทบทวนอย่างเป็นระบบดูผลการใช้น้ำแร่ร้อน โคลนบำบัด น้ำฝักบัวร้อน นวด และออกกำลังกายในน้ำภายใต้การดูแลโดยเปรียบเทียบกับการรักษาวิธีอื่นหรือไม่รักษาเลย พบว่าวิธีต่างๆดังกล่าวที่ทำทั่วภาคพื้นยุโรปและตะวันออกกลางสามารถรักษาอาการต่างๆของข้อเข่าเสื่อมอักเสบได้ และอาจจะมีผลลดปวดกับเพิ่มความสามารถใช้งานของข้อ แต่มีผลขัดแย้งในการวัดเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตและการใช้ยา Sang Hee Lee, Ji Hoon Han, Sung Jae Lee, Hwi Young Cho, Jung Heum Beek, Jae Gyoon Kim (2019, p.22-31) ศึกษาเปรียบเทียบผลของการพอกสาหร่ายและพอกโคลนในข้อเสื่อมอักเสบ โดยพอกครั้งละ 20 นาทีต่อเนื่องกัน 5 วัน แล้วติดตามผลจนถึง 4 สัปดาห์พบว่าทั้งสองวิธีมีผลดีต่ออาการต่างๆของหัวเข่า และเพิ่มสารคล้ายอินซูลลินที่กระตุ้นการแบ่งตัวของเซลล์-1(Insulin like growth factor-IGF-1) ส่วนกลุ่มที่พอกสาหร่ายสามารถลดทูเมอร์นิโครสิสแฟกเตอร์อัลฟา (Tumor necrosis factor-alpha- TNF-alpha) ที่เป็นตัวบ่งชี้ระดับการอักเสบได้และผลดีอยู่ยาวได้ 4 สัปดาห์

ปวดหลังส่วนล่าง (low back pain) Bai, Ruixue, Li, Chihua, Xiao, Yangxue, Sharma, Manoj, Zhang, Fan, Zhao, Yong (2019, p e17092) การศึกษาอย่างเป็นระบบและวิเคราะห์อภิมานผลของสปาบำบัดสำหรับอาการปวดหลังส่วนล่างเรื้อรังด้วยการบำบัดแบบต่างๆพบว่า สปาบำบัดสามารถลดปวด เพิ่มสมรรถนะของสันหลัง เมื่อเปรียบเทียบด้านวิธีการ การแช่น้ำแร่ การแช่น้ำแร่กับกายภาพบำบัด ได้ผลดีเทียบกับกลุ่มควบคุมอย่างชัดเจน แต่การแช่น้ำแร่กับโคลนบำบัด ผลไม่แตกต่างกับกลุ่มควบคุม ซึ่งอาจเป็นเพราะทำการบำบัดเพียง 10 นาที ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการบำบัดวิธีนี้ควรทำ 20-30 นาทีจึงจะเห็นผล ส่วนระยะเวลาของผลการบำบัด การบำบัดระยะสั้นส่วนใหญ่จะมีผลอยู่ได้ 3 เดือน มีบ้างที่มีผล 6 เดือนและ 9 เดือน

ความเครียดและการอักเสบ Antonelli M., Donelli D (2018, p.913-924) ทบทวนอย่างเป็นระบบเรื่องผลของสปาบำบัด และโคลนบำบัดต่อความเครียดซึ่งตรวจวัดระดับคอร์ติโซลทางน้ำลายพบงานวิจัย 15 ชิ้นมีประชากรในการวิจัย 684 คน 5 งานวิจัยศึกษาน้ำแร่บำบัดอย่างเดียวซึ่งมี 2 ชิ้นพบการเปลี่ยนแปลงของคอร์ติโซลในทางที่ดีขึ้น อีก 3 ชิ้นไม่พบความเปลี่ยนแปลง มี 10 งานวิจัยศึกษาสปาบำบัดร่วมหรือไม่ร่วมกับโคลนบำบัด 8 ใน 10 พบคอร์ติโซลเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น Franco Cozzi, Paolo Lazzarin, Silvano Todesco, Lorenzo Cima (1995, p.724-725) จดหมายถึงบรรณธิการ สังเกตผลของโคลนบำบัดมีผลลดระดับคอร์ติโซลในคนปกติ 6 คนอายุระหว่าง 20-39 ปีเมื่อใช้การอาบโคลนร้อนทั้งตัวที่ 40-42 องศาเซลเซียสครั้งเดียวเป็นเวลา 15 นาที ตามการแช่น้ำแร่อุ่น 37-38 องศาเซลเซียสเป็นเวลา 10 นาทีจากนั้นตรวจเลือด พบการเพิ่มขึ้นของ ACTH และการลด

ของคอร์ติโซลอย่างชัดเจนทั้ง 6 ราย ส่วนในปัสสาวะพบคอร์ติโซลลดลงกับ 11-hydroxycorticoid เพิ่มขึ้นหลังการบำบัด 2 ชั่วโมงและพบปรากฏการณ์เช่นนี้ทุกวันที่รักษาเป็นเวลา 11 วัน ก่อนหน้านั้นยังพบว่าการอาบโคลนเพิ่มเบต้าเอนดอร์ฟิน (Beta-endorphin) และสารสื่อนำประสาทกลุ่มสารฝิ่น (opioid peptide) ที่กระทำต่อ Adrenal cortex ทำให้ไม่ต้องหลั่งคอร์ติโซล

อธิบายว่าโดยปกติเมื่อรับความเครียดต่อมใต้สมองคนเราจะหลั่ง ACTH ออกมามากซึ่งจะไปกระตุ้นต่อมหมวกไตให้หลั่งคอร์ติโซล ทำให้เกิดผลต่อร่างกายหลายประการรวมทั้งกดภูมิต้านทาน แต่การอาบโคลนร้อนแม้จะเป็นความเครียดประการหนึ่ง กระตุ้นต่อมใต้สมองหลั่ง ACTH แต่การอาบโคลนนั้นร่างกายจะหลั่งเอนดอร์ฟินออกมามีผลไปยับยั้งต่อมหมวกไตให้ไม่ต้องหลั่งคอร์ติโซล แม้ว่าจะมี ACTH มากก็ตาม ร่างกายที่คอร์ติโซลต่ำจึงอยู่ในภาวะคลายเครียด

สะเก็ดเงิน การดูแลจัดการสะเก็ดเงินด้วยการบำบัดที่เดดซี มีการประเมินอย่างรอบด้านในงาน บทความปริทัศน์โดย Shirley Telles, Sachin Kumar Sharma, Savita Agnihotri, Acharya Balkrishna (2017, p.33) ผลทางเคมีคือแมกนีเซียมออกฤทธิ์ควบคุมสมดุลระหว่างสารซัยคลิกอะดีโนซีนโมโนฟอสเฟต (cyclic Adenosine Monophosphate (cAMP) กับซัยคลิกกวาโนซีนโมโนฟอสเฟต (cyclic Guanosine Monophosphate (cGMP) เพราะถ้า cGMP เพิ่มขึ้นจะทำให้การแบ่งเซลล์มากเกินไปซึ่งเป็นปัญหาหลักของโรคสะเก็ดเงินดังที่ระบุไว้โดย Voorhees JJ., Duell EA. (1975, p.735-58) แมกนีเซียมยับยั้งการสังเคราะห์สารโพลีเอมีน (polyamine) ซึ่งเกี่ยวข้องกับสะเก็ดเงินรายงานโดย Lowe NJ., Breeding J., Russell D. (1982, p.21-5) ประโยชน์อีกอย่างหนึ่งของแมกนีเซียมยังเป็นสารสร้างความชุ่มชื้นช่วยดึงน้ำไว้กับผิว แถมยังช่วยเซลล์เคราติโนซัยต์ (keratinocyte)พัฒนาตัวเองและเปลี่ยนตัวเองไปทำหน้าที่เฉพาะของตนระบุโดย Riyaz N., Arakkal FR. (2011, p.128-34) การประคบแมกนีเซียมจากภายนอกร่างกายก็ไม่มีผลร้ายใดๆอีกด้วย น้ำทะเลเดดซียังมีสารประกอบโบรไมด์ ซึ่งมีฤทธิ์ต้านคลอไรด์ เกลือโพแทสเซียมโบรไมด์จึงยับยั้งคลอไรด์ที่ดี แมกนีเซียมโบรไมด์และแมกนีเซียมคลอไรด์มีผลยับยั้งการแบ่งตัวของเซลล์ไฟโบรบลาสต์ พิสูจน์จากการตรวจชิ้นเนื้อของผู้ป่วยสะเก็ดเงินเทียบกับผิวคนปกติรายงานโดย Levi-Schaffer F., Shani J., Politi Y., Rubinchik E., Brenner S. (1996, p.321-8) ผลทางความร้อนในหนูพบว่ามีการลดลงของ mRNA ของ IL17A และ IL-23 ในกลุ่มที่รับน้ำแร่ร้อน หนูกลุ่มนี้ยังลดระดับ IL-4 และ IL-5 ใน T cell รายงานโดย Lee YB., Lee JY., Lee HJ., Yun ST., Lee JT., Kim HJ., Kim JW. (2014, p.221-30) ส่วนการวิจัยในคน (Franco Cozzi, 1995) พบว่าการอาบโคลนมีผลลดของคอร์ติโซลในซีรั่มในผู้ที่รับบำบัดด้วยการอาบโคลนจึงส่งผลลดการอักเสบ ในแง่อุตุวิทยาพื้นที่ใกล้ทะเลเดดซีมีสารเซเลเนียมมากในน้ำดื่ม เซเลเนียมมีประโยชน์ในการควบคุมสะเก็ดเงินเพราะเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ต้านอักเสบและป้องกันผลจาก Ultraviolet UV-A และ UV-B โดย Moysan A., Morliere P., Marquis I., Richard A., Dubertret L. (1995, p.139-48)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

โคลนบำบัดมีการใช้ทั้งในซีกโลกตะวันตกและตะวันออก กระบวนการใช้โคลนบำบัด 2 วิธีหลัก หนึ่งคือวิธีธรรมชาติ สองคือรับการบำบัดจากสถานบำบัด กลไกการออกฤทธิ์ของโคลนบำบัดเป็นไปตามหลักการของวารีบำบัด ผลในด้านรักษาโรคมีงานวิจัยจำนวนมากยืนยันผลของโคลนบำบัดกับโรคข้อเสื่อมอักเสบ ปวดหลังส่วนล่าง เรื้อรัง มีงานวิจัยยืนยันผลการรักษาอักเสบซึ่งชี้วัดได้ด้วยการตรวจ IGF-1 และ TNF-alpha โคลนบำบัดรักษาโรคผิวหนังสะเก็ดเงิน ผลการวิจัยพบว่าโคลนบำบัดไปปรับสมดุลของ cAMP และ cGMP ในทางที่ดีขึ้น ทั้งลด IL-17A และ IL-23 เป็นสารเซลล์ที่ส่งเสริมการอักเสบ (pro-inflammatory cytokine) ลด IL-4 และ IL-5 ซึ่งIL-4 ส่งเสริมระบบภูมิต้านทาน มีมากเกินทำให้เกิดการอักเสบเรื้อรัง IL-5 เพิ่มการหลั่ง Immunoglobulin และ IgA เพิ่มปฏิกิริยาภูมิต้านทานไวเกิน โคลนบำบัดจึงลดการอักเสบทั้งการอักเสบข้อและการอักเสบของเส้นเลือดผิวหนังซึ่งเป็นประเด็นสำคัญของการเกิดสะเก็ดเงิน ผลทางด้านจิตใจ โคลนบำบัดช่วยความเครียดได้ โดยมีงานวิจัยพบว่าระบบประสาทสร้างสารกลุ่มเอ็นดอร์ฟินและลดการหลั่งคอร์ติโซล

ข้อเสนอแนะ

โคลนบำบัดสามารถทำได้ทั้งในธรรมชาติและในสถานบำบัด แม้จะมีหลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัยโคลนบำบัดด้วยกรรมวิธีแบบตะวันตก แต่ทางอายุรเวทและการแพทย์แผนไทยยังไม่มีงานวิจัยที่เด่นชัด อย่างไรก็ตามวิถีสุขสบายและการแพทยสุขสบายในประเทศไทยกำลังเป็นที่นิยมของคนทั่วโลก 6 องค์ประกอบของการปฏิบัติวิถีสุขสบายถ้าได้ใช้โคลนบำบัดเป็นวิธีดูแลอีกวิธีหนึ่ง จะเกิดประโยชน์ไม่น้อย ทางที่จะเป็นไปได้คือดำเนินการวิจัยคู่กันไปกับการพัฒนาแหล่งโคลนร้อนธรรมชาติ และการพัฒนาบริการโคลนบำบัดทั้งระดับสปาและระดับศูนย์การแพทย์สุขสบาย

เอกสารอ้างอิง

คมสัน ทินกร ณ อยุธยา, *ดินโคลนในการแพทย์แผนไทย,* รอตีพิมพ์, 2563.

บรรจบ ชุณหสวัสดิกุล (2548) วารีบำบัด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์รวมทรรศน์, กรุงเทพ, หน้า 25-31.

Admin (2020), *All about curative mud in Crimea*, *Our planet,* https://nashaplaneta.net/en/europe/russia/krim-lechebnie-griazy สืบค้น 13 มค. 2020

Admin (2020), *Cleopatra and the dead sea, Dead-sea premium blog magazine*, http://dead-sea.net/the-dead-sea/cleopatra-and-the-dead-sea/ สืบค้น 12 มค. 2020

Alkan, Sena. (2014), *Muddy pleasure in Turkey, Daily Sabah life*, May 2014, https://www.dailysabah.com/life/2014/05/03/get-muddy-in-turkey

สืบค้น 13 มค. 2020

Antonelli M., Donelli D (2018), Effects of balneotherapy and spa therapy on levels of cortisol as a stress biomarker: a systemic review, *Int J Biometeorol,* 62(6): 913-924.

Bai, Ruixue, Li, Chihua, Xiao, Yangxue, Sharma, Manoj, Zhang, Fan, Zhao, Yong (2019), Effectiveness of spa therapy for patients with chronic low back pain, an updated systemic review and meta-analysis, *Medicine,* V. 98, Iss. 37-p e17092

Banchob Junhasavasdikul, Kanin Tripipitsiriwat, (2018), The History of Wellness in Thailand-Past and Future, *The 1st International Conference on Tourism, Business and Social Sciences*, p.417-428.

Ben J. Smith, Kwok Cho Tang, Don Nutbeam (2006), WHO health promotion glossary: new terms; *Health Promotion International,* Vol 21, Iss 4, p. 340-345.

Canney, Pippa. (2009), *Mud Therapy in Bulgaria*, *Positive Health Online,* June 2009, http://www.positivehealth.com/article/complementary-medicine/mud-therapy-in-bulgaria สืบค้น 13 มค. 2020.

Caro-Puertolas (2013), Clinical effectiveness of mud pack therapy in knee osteoarthritis, *Rheumatology,* V. 52, Iss 4, p.659-668.

Even-Paz Z (1989), The Dead Sea and psoriasis, historical and geographic, *Int J Dermatol,* 28(1): 1-9.

Fraioli A., Mennuni G., Fontana M., Nocchi S., Ceccarelli F., Perricone C., Serio A (2018), Efficacy of Spa Therapy, Mud-Pack Therapy, Balneotherapy, and Mud-Bath Therapy in the Management of Knee Osteoarthritis. A Systematic Review. *Biomed Res Int,* eCollection 2018.

Franco Cozzi, Paolo Lazzarin, Silvano Todesco, Lorenzo Cima (1995), Hypothalamic-pituitary-adrenal axis dysregulation in healthy subjects undergoing mud-bath application, *Arthritis & Rheumatism,* Wiley online library; V. 38, Iss. 5, p.724-725.

Jerome N. Rachele, Tracy L. Washington, Wendell D. Cockshaw, Eric Brymer, (2013), Towards an operational understanding of wellness, *Journal of Spirituality, Leadership and Management,* vol.7, no. 1, pp. 3-12.

Kim Ingris (2009), *Ayurveda: Asian secrets of Wellness Beauty and Balance*, (Periplus Edition),

HK:Turtle Publishing ltd., ISBN: 978-1-4629-0701-4

Lee YB., Lee JY., Lee HJ., Yun ST., Lee JT., Kim HJ., Yu DS., Woo SY., Kim JW. (2014), Immunomodulatory effects of balneotherapy with hae-un-dae thermal water on imiquimod-induced psoriasis-like murine model, *Ann Dermatol*; 26 (2): 221-30.

Levi-Schaffer F., Shani J., Politi Y., Rubinchik E., Brenner S. (1996), Inhibition of proliferation of psoriatic and healthy fibroblasts in cell culture by selected Dead-sea salts, *Pharmacology*; 52 (5): 321-8.

Lowe NJ., Breeding J., Russell D (1982), Cuteneous polyamines in psoriasis, Br J Dermatol; 107 (1): 21-5.

Luis Espejo-Antunez, Maria A. Cardero-Duran, Elisa M. Garrido-Ardila, Silvia Torres-Piles, Berta

Moysan A., Morliere P., Marquis I., Richard A., Dubertret L. (1995), Effects of selenium on UVA-induces lipid peroxidation in cultured human skin fibroblasts, *Skin Pharmacol*; 8 (3): 139-48.

Naparat Srilapan, John Beaty, Banchob Junhasavasdikul, Ramaimas Chankao, Sohnatda Panchee (2019), MedWellNet 1.2.2 concept and dimension of wellness: A systematic scoping review, *The 1st International Conference on Integrative Medicine for Wellness,* p. 138-151.

Riyaz N., Arakkal FR. (2011), Spa therapy in dermatology, *Indian J Dematol Venereol Leprol*; 77 (2): 128-34.

Romain Forestier, Alain Francon (2016), Spa therapy and knee osteoarthritis: a systemic review, *Annals of Physical and Rehabilitation Medicine,* V.59, Iss. 3, p. 216-226.

Sang Hee Lee, Ji Hoon Han, Sung Jae Lee, Hwi Young Cho, Jung Heum Beek, Jae Gyoon Kim (2019), Comparison of seaweed pack and mudpack as treatment for knee osteoarthritis: a prospective randomized controlled study, *Physical therapy rehabilitation science,* 2019, 8 (1), 22-31.

Schamberg IL. (1978), Treatment of psoriasis at the Dead Sea, *Int J Dermatol*, 17 (6): 524-5.

Shirley Telles, Sachin Kumar Sharma, Savita Agnihotri, Acharya Balkrishna (2017), A critical evaluation of Dead Sea Therapy in the management of psoriasis, *J Altern Complement Integr*, 3:033

Sugan, S.M. (2014), *Naturopathic intervention for autism*, Nov. 2014 https://www.facebook.com/NatureforAutism/posts/history-of-mud-therapy-mud-is-an-

important-element-of-nature-which-contains-mine/963107083716998/
สืบค้น 14 มค. 2020.

Voorhees JJ., Duell EA (1975), Imbalanced cyclic AMP-cyclic GMP levels in psoriasis, *Adv Cyclic Nucleotide Res.,* 5:735-58.

World Health Organization (1946), *Preamble to the Constitution of the World Health Organization.*

Writer (2008), *Beauty secrets from the Dead sea, abcNEWs*, Nov. 2008, https://abcnews.go.com/GMA/BeautySecrets/story?id=1333102, สืบค้น 12 มค. 2020

ปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการเล่นดนตรี
The Factors Affecting Success of Playing Instruments

ชาลินี สุริยนเปล่งแสง
Chalinee Suriyonplengsaeng
วิทยาลัยการดนตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
College of Music Bansomdejchaopraya Rajabhat University
อีเมลล์ : wow_aum@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความทางวิชาการเป็นบทความที่นำเสนอปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการเล่นดนตรี โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ทางวิชาชีพดนตรีขั้นสูง จำนวน 6 ท่าน ได้แก่ ผศ.ดร.รุ่งเกียรติ สิริวงษ์สุวรรณ ดร.ฤทธิ์ ทรัพย์สมบูรณ์ อาจารย์วิศุวัฒน์ พฤกษวานิช อาจารย์ชัชพล เจียมจรรยง อาจารย์ศุภปรัช สันติธรรมารักษ์ และอาจารย์กิตติมา โมลีย์ ผู้เขียนดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการเล่นดนตรี คือ จุดเริ่มต้นที่ดีในการเรียน การเลือกเครื่องดนตรีที่เหมาะสมกับผู้เรียน ตัวผู้เรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจริง มีอดทนในการฝึกซ้อม ความรู้จริงในเครื่องดนตรีที่เล่น การสนับสนุนส่งเสริมของครูทั้งทางด้านการพัฒนาความรู้ ทักษะทางดนตรี ด้านการเสริมแรงทางบวกในทางจิตวิทยาเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนดนตรี การสนับสนุนจากพ่อแม่และครูในการส่งเสริมด้านการฝึกซ้อมทั้งที่บ้านและที่โรงเรียน การสนับสนุนทางการเงินและการส่งเสริมด้านกำลังใจจากพ่อแม่ผู้ปกครอง

คำสำคัญ: ความสำเร็จในการเล่นดนตรี, ปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จ

Abstract

This academic article determined the factors affecting success of playing musical instruments. The article focused on various interview with six professors who have great professional skills and experiences on music instructions and musical instrument like a musician. The results from the interview concluded that all participants in the have agreed that a student must have self – determination and hard work. Other factors that equally important was not only the positive influence and reinforcement, good academic in practicing

and learning music from the musical instructors but also suitable consideration of the weight or size of the musical instruments to the various body size of a student. Finally, all participants in the interview have agreed that the parental support of consistent practice at home and class attendance of various performances would be very positive influence to improve the music skills. In addition, parent's financial support on music instruments and private lessons also played a critical part of becoming a great musician. All of these factors are the vital keys to achieve a common goal as a professional musician.

Keywords: Success of playing instruments, The factors affecting success

บทนำ

การจะประสบความสำเร็จในสิ่งที่ปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งใดต้องอาศัยความพยายาม มานะ อดทน ตั้งใจจริง และมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อจะดำเนินการสิ่งต่างๆให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างเป็นขั้นตอน ดังพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรสรุปใจความสำคัญได้ว่า การจะทำสิ่งใดนั้น ควรมีทั้งวิชาความรู้ ควบคู่ไปกับความมีสติ มีเหตุผล ไม่ควรนำเอาเรื่องผลประโยชน์ เงินตรา เข้ามาเกี่ยวข้อง ทำสิ่งใดก็จะประสบผลสำเร็จ ในวงการวิชาชีพทางดนตรี ผู้เรียนสามารถประสบความสำเร็จได้ ในหลากหลายอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นนักวิชาการ นักแสดง ศิลปิน นักประพันธ์ ฯลฯ คนส่วนใหญ่ต่างมุ่งหวังจะ ประสบความสำเร็จในวิชาชีพ พ่อแม่ผู้ปกครองต่างส่งบุตรหลานเข้ามาเรียนดนตรีเพื่อมุ่งหวังจะให้เด็กได้มี โอกาสพัฒนาความสามารถทางดนตรี เล่นดนตรีเป็น จนกระทั่งสามารถที่จะนำองค์ความรู้ทางดนตรีไป ประกอบอาชีพได้สำเร็จ การเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย มีการเปิดสอนในหลายแขนงวิชา ไม่ว่าจะเป็นดนตรีคลาสสิก ดนตรีแจ๊ส ดนตรีสมัยนิยม การประพันธ์เพลง และดนตรีศึกษาเพื่อการเตรียมพร้อม ไปเป็นครูดนตรี เทคโนโลยีทางดนตรี และธุรกิจดนตรี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความถนัดของผู้เรียนว่าจะพัฒนา และมี ความถนัดไปในแนวทางใด

การประสบความสำเร็จใจการเล่นดนตรี

บทความทางวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเล่น ดนตรีจากผู้ที่ประสบความสำเร็จและมีประสบการณ์สูงในวิชาชีพดนตรี ผู้ให้ข้อมูลได้แก่

1. ผศ.ดร.รุ่งเกียรติ สิริวงษ์สุวรรณ อาจารย์ประจำสาขาวิชาดนตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพมหานคร บรรณาธิการบริหาร Drum Note Magazine อาจารย์ พิเศษโรงเรียนวีดาร์การดนตรี อาจารย์พิเศษ โรงเรียนเซนต์คาเบรียล และนักดนตรีกลองหนึ่งเดียวของประเทศ ไทยที่จบการศึกษาระดับปริญญาเอก

2. ดร.ฤทธิ์ ทรัพย์สมบูรณ์ อาจารย์ประจำภาควิชาการอำนวยเพลง วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล ส่งวงประสานเสียงเข้าประกวดในระดับนานาชาติ ได้รับรางวัลเหรียญทองหลายรายการ

3. อาจารย์วิศุวัฒน์ พฤกษวานิช อาจารย์ประจำ วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล ปัจจุบันกำลังศึกษาปริญญาเอกที่ Academy of Music in Krakow ณ ประเทศโปแลนด์ และนักดนตรีเล่นเครื่องดนตรีแซกโซโฟน

4. อาจารย์ชัชพล เจียมจรรยง อาจารย์ประจำวิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต ปัจจุบันกำลังศึกษาต่อปริญญาเอกคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และนักดนตรีเล่นเครื่องดนตรีฟลูต

5. อาจารย์ศุภปรัช สันติธรรมารักษ์ อาจารย์ประจำวิทยาลัยการดนตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ปัจจุบันกำลังศึกษาต่อปริญญาเอกวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล และนักดนตรีเล่นเครื่องทรอมโบน

6. อาจารย์กิตติมา โมลีย์ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล และนักแสดงดนตรีเล่นเครื่องดนตรีบาสซูน

ผู้เขียนได้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเล่นดนตรีไม่ว่าจะเป็นจุดเริ่มต้นของการเล่นดนตรี การเลือกเครื่องดนตรีให้เหมาะสมกับผู้เล่น การสนับสนุนจากครอบครัว และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2556

จุดเริ่มต้นของการเล่นดนตรีเป็นช่วงเวลาที่มีความสำคัญมากต่อผู้เรียน จากการเก็บข้อมูลจากอาจารย์ทั้ง 6 ท่าน การเริ่มต้นเข้าสู่การเรียนรู้ดนตรีแตกต่างกัน มีอาจารย์ 3 ท่านที่เริ่มต้นการเรียนรู้ดนตรีจากการเข้าร่วมวงโยธวาทิตของโรงเรียน เพราะเนื่องจากความชอบรวมกลุ่มกับเพื่อน เริ่มต้นจากความสนุกสนานจากการร่วมกิจกรรมพัฒนากลายเป็นความชอบ สนใจ และในขณะเดียวได้พัฒนาการทางดนตรี ไม่ว่าจะเป็นการฟัง การเล่นเครื่องดนตรี การเคลื่อนไหว เพราะการเข้าร่วมวงโยธวาทิตจะต้องฝึกฝนการเคลื่อนไหว การเดินแถวแบบมีระบบระเบียบ การเข้าร่วมวงโยธวาธิตเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้สัมผัสกับดนตรีอย่างมาก โดยอาศัยแค่ความอดทนของผู้เรียน และการส่งเสริมจากพ่อแม่ผู้ปกครองเป็นสิ่งที่สำคัญมากเพราะพ่อแม่ต้องให้ความร่วมมือกับทางโรงเรียนโดยการอนุญาตให้นักเรียนเข้าร่วมกิจกรรม จากการเข้าร่วมกิจกรรมฝึกฝนช่วงเช้าและเย็น เกิดเป็นการฝึกซ้อมเพื่อเข้าร่วมการแข่งขัน

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ มีอาจารย์ 2 ท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมวงโยธวาทิตกับทางโรงเรียน และประสบความสำเร็จจากการเข้าร่วมประกวดในระดับนานาชาติหนึ่งในนั้นได้เข้าร่วมการแข่งขันระดับนานาชาติในรายการ Association World Championship Marching Show Band ณ ประเทศแคนาดาในปี พ.ศ. 2543 หลังจากที่เริ่มเข้าประกวดในระดับนานาชาติ จะมีการแข่งขันอย่างต่อเนื่องมาเรื่อยๆในรายการอื่นเนื่องจากการแข่งขันที่ผ่านมาได้รับผลสำเร็จ และพ่อแม่ผู้ปกครองให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ ประกอบกับช่วงวัยนั้นเป็นวัยของการชอบแข่งขัน เมื่อเกิดผลสำเร็จจากความพยายามจึงเกิดการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการฝึกฝนที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อที่จะประสบความสำเร็จในรายการอื่นๆอีก

นอกจากจุดเริ่มต้นจากการร่วมกิจกรรมของทางโรงเรียนแล้ว การส่งเสริมการเรียนรู้โดยพ่อแม่เป็นผู้สร้างโอกาสการเรียนรู้ในกับเด็กเป็นสิ่งสำคัญ อาจารย์ประจำภาควิชาขับร้องประสานเสียง วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล เล่าว่าย้อนเวลากลับไปเมื่อ 24 ปีที่แล้ว จุดเริ่มต้นการเรียนรู้ดนตรีเกิดจากการที่พ่อแม่ต้องการส่งเสริมการเรียนรู้ดนตรีโดยเริ่มจากการสนับสนุนการเรียนเปียโนเพราะเนื่องด้วยครอบครัวของตนเป็นครอบครัวคริสเตียน จะต้องเข้าโบสถ์เป็นประจำทุกอาทิตย์ และโบสถ์ที่ตนไปเป็นประจำนั้น ณ ขณะนั้นยังไม่มีนักเปียโนในระดับสูงเพราะยังไม่มีใครได้รับการศึกษาถึงขั้นสูง พ่อแม่จึงส่งเสริมให้ตนได้รับโอกาสทางดารเรียนดนตรี โดยเริ่มที่การเรียนเปียโน ในขณะที่นักดนตรีกลองที่จบการศึกษาระดับปริญญาเอกคนเดียวของประเทศไทย เล่าว่าเริ่มเรียนเครื่องดนตรีครั้งแรกตอนอายุ 17 ปี เนื่องด้วยความชอบในเรื่องจังหวะเป็นพื้นฐาน หลังจากนั้นได้สมัครเข้าเรียนดนตรีในระดับอุดมศึกษา โดยเลือกเรียนวิชาเอกกลองเพราะมีความมั่นใจว่ามีความชอบอย่างแท้จริงในเครื่องดนตรีประเภทนี้ หลังจากนั้นขนขวายฝึกซ้อมจนมีความเชี่ยวชาญ โดยช่วงปิดเทอมมุ่งมั่นฝึกฝนถึงวันละ 8 ชั่วโมง หลังจากนั้นเริ่มหาเลี้ยงชีพด้วยตนเองโดยไม่ต้องอาศัยค่าใช้จ่ายจากครอบครัว เริ่มมีความมุ่งมั่นและแน่ใจที่จะอยู่ในวงการดนตรี จนปัจจุบันมีผลงานด้านการสอน การทำวิจัย การเป็นคณะกรรมการตัดสินความสามารถของเด็กหลายรายการ การส่งนักเรียนนักศึกษาเข้าประกวดในรายการต่างๆ และด้านการผลิตหนังสือด้านกลอง

ในด้านการเลือกเครื่องดนตรีให้เหมาะสมกับผู้เล่น อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านดนตรีทั้ง 6 ท่านมีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องสรีระของเด็กแต่ละคนในการเริ่มเล่นดนตรี อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญในด้านเครื่องดนตรีประเภทเครื่องลมไม้และเครื่องทองเหลืองมีความคิดเห็นตรงกันว่าสรีระของผู้เรียนเป็นสิ่งที่สำคัญในการเริ่มต้นเรียน โดยเห็นว่าไม่ว่าจะเป็นเด็กผู้ชายหรือผู้หญิงก็สามารถเริ่มต้นเรียนได้เหมือนกัน เพียงแต่เครื่องเป่ามีหลายประเภท ควรเลือกให้เหมาะสมกับความสามารถในการจับถือเครื่องดนตรีของเด็ก ควรให้ความสำคัญกับช่วงแขนและความยาวนิ้วของเด็กแต่ละคน ความสูงก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง เพราะเครื่องเป่าบางเครื่อง เช่น ทรอมโบนจะต้องอาศัยการเคลื่อนไหวของแขนในการสไลด์ หากนักเรียนตัวเล็กเกินไปอาจจะไม่มีกำลังในการถือและใช้มือในการสไลด์คันชักเข้าออก และปัจจัยสำคัญในการเล่นเครื่องเป่า ผู้เรียนควรจะมีริมฝีปากที่หนาพอสมควร รูปฟันที่เหมาะสม ฟันบนควรครอบฟันล่าง ฟันไม่หลอ โดยเฉพาะฟันหน้าควรเรียบสวยงาม และไม่ควรดัดฟัน ปัจจัยทางสรีระเหล่านี้เป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึง โดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องเป่ามีความคิดเห็นตรงกันว่าการเล่นเครื่องเป่าไม่ว่าจะเป็นเครื่องลมไม้ เช่น แซกโซโฟน บาสซูน และเครื่องทองเหลือง เช่น ทรอมโบน ควรเริ่มต้นเรียนตอนอายุ 8 ปีขึ้นไป แต่หากเครื่องเป่าที่มีขนาดเล็ก เช่น ฟลูต อาจจะเริ่มเรียนก่อนอายุ 8 ปีได้เพราะเครื่องดนตรีฟลูตมีน้ำหนักไม่มาก ส่วนเครื่องดนตรีประเภทกลอง อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญแนะนำว่าเด็กสามารถเริ่มเรียนได้ตั้งแต่ 7 ปี และเริ่มต้นที่ชุดกลองขนาดเล็ก เพราะหากเริ่มต้นที่ชุดกลองมาตรฐาน เด็กอาจจะยังไม่สามารถตีได้ ชุดกลองขนาดเล็กสามารถปรับระดับเก้าอี้ให้เหมาะสมกับสรีระของเด็กแต่ละคนได้ ส่วนเครื่องดนตรีที่เริ่มเรียนได้ตั้งแต่ 4 ปี คือเปียโน คีย์บอร์ด เพราะเครื่องดนตรีประเภทลิ่มนิ้ว เด็กสามารถนั่งเล่นได้ไม่จำเป็นต้องแบกน้ำหนักเครื่องดนตรีเอาไว้ หากเด็กยังตัวเล็กมาก ผู้สอนก็สามารถปรับระดับความสูงของเก้าอี้ให้เหมาะสมกับการนั่งเล่นของเด็กแต่ละคนได้

การส่งเสริมการเรียนรู้ทางดนตรี จากการสัมภาษณ์อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญในการเล่นดนตรี มีความคิดเห็นตรงกันว่าผู้เรียนจะได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้ดนตรีจากครูผู้สอน ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้ทางทฤษฎีดนตรี องค์ความรู้ทางดนตรีจะเกี่ยวข้องกับเทคนิคของการปฏิบัติเครื่องดนตรี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องบันไดเสียง (Scales and Arpeggios) ทักษะการประสานเสียง (Harmonization) ความเข้าใจในเรื่องคอร์ด (Chord) ทักษะการอ่านโน้ตแบบฉับพลันให้แม่นยำ (Sight - Reading) โน้ตเพลงของเครื่องดนตรีแต่ละประเภทจะแตกต่างกัน แต่ละเครื่องดนตรีจะอ่านโน้ตคนละกุญแจเสียง เช่น การเรียนเปียโน จะต้องอ่านกุญแจซอลและฟา การเรียนวิโอล่า จะต้องอ่านโน้ตกุญแจโด เป็นต้น ทักษะความแม่นยำเรื่องจังหวะ (Rhythms Practiced) ทักษะการฝึกเทคนิคการใช้อวัยวะที่ใช้ในการเล่นดนตรีให้แข็งแรงและแม่นยำในการปฏิบัติ (Technique) ทักษะการรวมวง (Ensemble) ทักษะการเล่นบทเพลงมาตรฐาน (Repertoire Pieces)

อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการขับร้องประสานเสียงจากวิทยาลัยดุริยางคศิลป์มหาวิทยาลัยมหิดลมีความคิดเห็นว่าสิ่งที่ยากลำบากที่สุดคือการสร้างแรงบันดาลใจในการฝึกซ้อมให้ประสบความสำเร็จบางครั้งอาจเกิดความท้อใจ เกิดการเปรียบเทียบความสามารถของเรากับผู้อื่น อาจารย์จึงเห็นว่าทัศนคติคิดบวกเป็นสิ่งที่สำคัญในการสร้างกำลังใจ ควรคิดว่าเราควรแข่งขันกับตนเอง ฝึกซ้อมให้เต็มความสามารถ และผู้เล่นดนตรีจะได้สัมผัสกับความงดงามทางดนตรีในแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

องค์ความรู้และทักษะทางดนตรี

จากข้อมูลการสัมภาษณ์อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการเล่นดนตรีทั้ง 6 ท่าน มีทั้งบทบาทการเป็นนักวิชาการดนตรี ผู้สอน ผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ ประสบการณ์ ไปสู่ผู้เรียนที่มีความมุ่งหมายจะจบการศึกษาและพัฒนาในวิชาชีพดนตรี ผู้เรียนบางคนอาจมีเป้าหมายไปถึงการแข่งขันระดับนานาชาติ และบทบาทนักดนตรีในแต่ละบทบาทต้องอาศัยความสามารถหลากหลายด้าน ในด้านทักษะการเรียนรู้ทางดนตรีเป็นการถ่ายทอดความสามารถทางดนตรีผ่านการแสดงออกทางร่างกายจากประสาทสัมผัสในด้านต่างๆ ทั้งการฟัง การร้อง การเปล่งเสียง การปฏิบัติเครื่องดนตรี การอ่านสัญลักษณ์ทางดนตรี ทักษะทางดนตรีเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้เกิดความเข้าใจองค์ความรู้ทางดนตรีมากยิ่งขึ้น เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนดนตรี นักดนตรี หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับดนตรีได้เข้าใจดนตรีอย่างลึกซึ้ง (ณรุทธ์ สุทธจิตต์, 2561)

ในเรื่องการฟัง เสียงเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดทักษะการฟัง คนเราใช้ประสาทหูในการรับฟัง การฟังย่อมมีบทบาทอย่างมากให้เกิดความเข้าใจดนตรี ซึ่งจะนำไปสู่ความซาบซึ้งทางดนตรี หรือเข้าใจสุนทรียศาสตร์ทางดนตรี การฟังเป็นทักษะที่ต้องฝึกฝน ไม่ใช่เป็นเพียงการฟังโดยทั่วไป การฟังต้องฟังเพื่อการแยกแยะเสียงต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น เสียงดังขึ้น เบาลง เสียงสั้น ระดับเสียงต่ำ เป็นต้น จากการเก็บข้อมูลผู้สัมภาษณ์จากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางดนตรี มีความคิดเห็นตรงกันว่าผู้เรียนไม่จำเป็นต้องมีความสามารถในการฟังแบบ Perfect Pitch แต่สิ่งที่จำเป็นของผู้เรียนดนตรี คือ ผู้เรียนต้องอาศัยการฟังเพื่อช่วยในการ Transpose คีย์ เนื่องจากในกรณีที่เล่นรวมวงจะมีความจำเป็นที่จะต้อง Transpose คีย์ เพื่อให้สอดคล้องกับการเล่นรวมกับเครื่องดนตรีอื่นๆในวง

การร้องเพลงเป็นทักษะพื้นฐานทางดนตรีที่ทุกคนมีติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดในการสอนปฏิบัติเครื่องดนตรีครูผู้สอนจำเป็นต้องสอนร้องออกเสียงเพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจถึงระดับเสียงจากการสัมภาษณ์อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการขับร้องประสานเสียงและเล่นเปียโน กล่าวว่าการร้องเพลงเป็นการแสดงดนตรีที่ง่ายที่สุดไม่ต้องเสียเงินซื้อเครื่องดนตรี หากเข้าร่วมวงร้องประสานเสียงจะเกิดการพัฒนาทักษะการเข้าสังคมมากขึ้นอีกด้วย การปฏิบัติเครื่องดนตรีเป็นทักษะพื้นฐานทางดนตรีที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นเพราะผู้ปฏิบัติต้องมีเครื่องดนตรีเข้ามาเป็นเครื่องถ่ายทอดเสียง อารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อบทเพลงที่กำลังเล่นอยู่ เครื่องดนตรีมีหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นเครื่องดีด เครื่องสี เครื่องตี เครื่องเป่า การอ่านสัญลักษณ์ทางดนตรี เป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากดนตรีเป็นเรื่องของเสียงซึ่งต้องมีการบันทึกเสียงเป็นสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการถ่ายทอดเสียงต่างๆ ดังนั้นการเข้าใจหรือแสดงออกทางดนตรีจึงมักต้องผ่านขั้นตอนการแปลหรือการใช้สัญลักษณ์ดนตรีเสมอ ความสามารถของบุคคลในการพัฒนาทักษะต่างๆไม่ว่าจะเป็นการฟัง การร้องเพลง การปฏิบัติเครื่องดนตรีจะเกี่ยวข้องกับความสามารถในการเรียนรู้ และเชื่อมโยงระดับเสียงเข้ากับสัญลักษณ์ สัญลักษณ์ทางดนตรีมีทั้งสัญลักษณ์ของระดับเสียง (Pitch) และกลุ่มเสียง (Tonality) สัญลักษณ์ของตัวโน้ต ตัวหยุด (Duration) และจังหวะ (Meter) สัญลักษณ์ที่ใช้ในการประสานเสียง และสัญลักษณ์ที่ใช้สำหรับการแสดงอารมณ์ความรู้สึก การเล่นเครื่องดนตรีแต่ละประเภทต้องอาศัยการฝึกฝนการอ่านสัญลักษณ์ทางดนตรีในรูปแบบที่แตกต่างกัน ดังนั้นหากผู้ใดสามารถเล่นดนตรีได้หลายชนิด จะนับว่าเป็นบุคคลที่มีสติปัญญาที่ดี สามารถแยกแยะความแตกต่างของสัญลักษณ์ของเครื่องดนตรีแต่ละชนิดได้

ความคิดสร้างสรรค์ทางดนตรี หมายถึง การด้นสด (Improvisation) ซึ่งหมายถึงการเล่นดนตรีหรือขับร้องโดยไม่ได้เตรียมซ้อมตามโน้ตเพลงมาก่อน เป็นเรื่องของการแสดงออกทางดนตรีที่รวมเอาความรู้ ความเข้าใจไว้ทั้งหมด ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นทักษะที่ต้องใช้ความรู้พื้นฐานทางดนตรีมากพอสมควร นับว่าเป็นทักษะทางดนตรีที่ไม่ใช่ทักษะเบื้องต้นเพราะต้องมีองค์ความรู้ทางดนตรีสะสมมาก่อน เนื่องด้วยการเรียนปฏิบัติเครื่องดนตรีประเภทต่างๆ เป็นการเรียนที่ต้องอาศัยทักษะการปฏิบัติเป็นหลัก ดังนั้นการเรียนการสอนจึงจำเป็นต้องใช้จิตวิทยาในการเรียนรู้เข้ามาส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนเพื่อการส่งเสริมพัฒนาการทางดนตรีเป็นไปตามพัฒนาการและวัยของผู้เรียน เช่น แรงจูงใจในการเรียนรู้ การสอนเรียงลำดับจากง่ายไปยาก (ณรุทธ์ สุทธจิตต์, 2561)

บทบาทสำคัญของพ่อแม่ในการส่งเสริมบุตรหลานให้ประสบความสำเร็จในการเล่นดนตรี

ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากครอบครัวเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สุดจากการสัมภาษณ์อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีทั้ง 6 ท่าน ทุกท่านมีความคิดเห็นตรงกันว่ากว่าจะมาถึงจุดที่ได้รับการยอมรับในวงการดนตรีไม่ใช่เรื่องง่ายเพราะการเล่นดนตรีให้ประสบความสำเร็จมีทั้งการสอบ การแสดง การแข่งขัน ความอดทนใน การผ่านอุปสรรคในเรื่องต่างๆ เป็นสิ่งที่สำคัญมาก การเล่นเครื่องดนตรีแต่ละประเภทมีวิธีการเล่นและเสียงที่แตกต่างกันไป ทักษะทางดนตรีเป็นสิ่งจำเป็นในการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ เช่น การอ่านโน้ต ทักษะการฟัง การเล่นรวมวง การฝึกซ้อม การสนับสนุนทางกำลังใจ การอดทนต่อสภาวะความเครียดในการแสดง

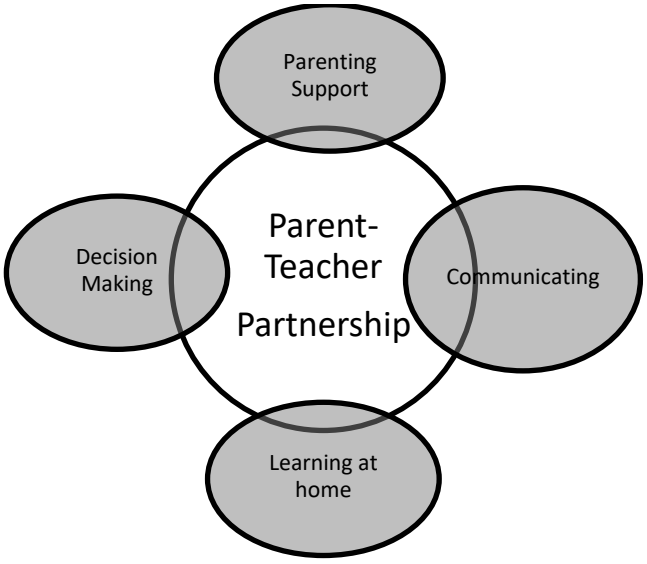
การสนับสนุนทางด้านการเงินจากทางครอบครัวเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นมาก การซื้อเครื่องดนตรีเพื่อการฝึกซ้อมเองที่บ้านเป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะการพัฒนาทางดนตรีเกิดขึ้นได้จากการฝึกฝนการเล่นเครื่องดนตรีให้มีความแม่นยำ ชัดเจน และมีอารมณ์เพลงที่ไพเราะ คำแนะนำจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางดนตรีมีความคิดเห็นตรงกันว่าการมีเครื่องดนตรีเป็นของตนเองที่บ้าน ไม่ควรเลือกซื้อเครื่องดนตรีราคาถูกมากจนเกินไป เพราะหากเครื่องดนตรีที่ราคาถูกมากเกินไป โดยส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องดนตรีที่ไม่มีคุณภาพ ควรเลือกเครื่องดนตรีที่ได้มาตรฐาน เครื่องดนตรีที่มีคุณภาพดีจะมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน ทนทาน หากดูแลรักษาด้วยความเอาใจใส่ ยิ่งเพิ่มอายุการใช้งาน การเลือกยี่ห้อสำหรับเครื่องดนตรีเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องเป่าให้ความเห็นตรงกันในเรื่องยี่ห้อของเครื่องดนตรีประเภททองเหลืองและลมไม้ที่ได้มาตรฐาน ได้แก่ ยี่ห้อ Yamaha ยี่ห้อ Selmer ยี่ห้อ Yanagisawa และยี่ห้อ P Mauriat ยี่ห้อ Kenneth เป็นต้น หากเป็นเครื่องดนตรีประเภทลิ่มนิ้ว ที่เป็นที่นิยม ได้แก่ เปียโน เปียโนไฟฟ้า คีย์บอร์ด โดยส่วนใหญ่นักเรียนไทยเลือกใช้เครื่องดนตรีจากญี่ปุ่น ได้แก่ Yamaha Kawai Casio เป็นต้น แต่หากนักเรียนเรียนไปถึงระดับขั้นสูง เปียโนจากยุโรปอาจเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง การซื้อเครื่องดนตรีสามารถสั่งซื้อเครื่องดนตรีจากต่างประเทศได้ และสามารถสั่งซื้อ หรือไปซื้อหน้าร้านจากร้านค้าในประเทศไทยได้เช่นกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสะดวกและพอใจของผู้ซื้อ ร้านขายเครื่องดนตรีในประเทศไทยที่อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ ได้แก่ ร้านตัวแทนจำหน่ายเครื่องดนตรียี่ห้อ Yamaha ร้าน Marcato ร้านย่งเส็ง ร้าน Theera Music เป็นต้น

การจัดสภาพแวดล้อมที่บ้านให้เหมาะสมกับการฝึกซ้อมเป็นสิ่งสำคัญ การฝึกซ้อมที่มีประสิทธิภาพจะเกิดจากการมีสมาธิจดจ่อ ฝึกฝนจนเชี่ยวชาญ จากการสัมภาษณ์ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านให้ความสำคัญกับเรื่องการฝึกซ้อมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ หากผู้เรียนมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการฝึกซ้อม จะส่งผลต่อพัฒนาการที่ก้าวหน้าอยู่ตลอด อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านกลองกล่าวไว้ว่าการเรียนเริ่มต้นด้วยความรักในดนตรี รักในเครื่องดนตรี แต่การพัฒนาต่อยอดจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความอดทน ขยันหมั่นเพียร ใฝ่รู้ใฝ่เรียน แต่การทำทุกอย่างเมื่อทำไปเรื่อยๆต้องมีปัญหาตามมา การฝึกซ้อมกลองก็เช่นกัน เพราะกลองเป็นเครื่องดนตรีที่มีเสียงดังจึงจำเป็นต้องมีสถานที่ฝึกซ้อมที่สามารถเก็บเสียงได้ เมื่อปัญหาเกิดขึ้น ขั้นตอนต่อมาต้องมีการแก้ไขปัญหา ซึ่งปัจจุบันมีกลองชุดไฟฟ้า ทำให้เสียงเงียบได้มาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานที่ว่าจะจัดให้เหมาะสมกับการฝึกซ้อมได้มากเพียงใด การฝึกซ้อมอาจจะเกิดขึ้นได้หลายสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ห้องซ้อมดนตรี หรือที่บ้าน

ปัจจัยสำคัญของการประสบความสำเร็จอีกประการคือความเข้าใจของพ่อแม่ และความพร้อมในการส่งเสริมการเรียนรู้ทางดนตรี จากงานวิจัยต่างประเทศ (Boone, B. J. W., 2002) ได้กล่าวถึงปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือระหว่างพ่อแม่ผู้ปกครองและครูในการส่งเสริมการเรียนรู้ทางดนตรีของเด็ก ทั้งความเอาใจใส่ของพ่อแม่ การเรียนรู้ทางดนตรี การเรียนดนตรีในปัจจุบัน จะมีปัจจัยเรื่องการสอบเลื่อนขั้นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย หากเด็กเรียนรู้ดนตรีถึงระดับหนึ่ง ครูดนตรีจะเห็นสมควรที่ต้องสอบเลื่อนขั้น เพื่อวัดระดับความสามารถทางดนตรี เด็กบางคนอาจมีแนวโน้ม ความสามารถ และมีพรสวรรค์ถึงขนาดสามารถต่อยอดไปเรียนดนตรีในระดับสูง

การติดต่อสื่อสารระหว่างพ่อแม่ผู้ปกครองและครูดนตรี ในยุคปัจจุบันมีวิธีการติดต่อสื่อสารกันในหลากหลายรูปแบบ พ่อแม่และครูยุคใหม่เลือกใช้ช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันผ่านทางการส่งข้อความ แต่พ่อแม่และครูส่วนมากก็ยังใช้การสื่อสารโดยตรงด้วยการพูดคุยหลังชั่วโมงเรียนของเด็กเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนดนตรีของเด็กเพราะเป็นการสื่อสารที่ชัดเจนมากที่สุด เห็นถึงสีหน้าท่าทางน้ำเสียงในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น บ้างก็ช่วยกันหาแนวทางในการส่งเสริมความสามารถของเด็ก เช่น ปรึกษาเรื่องการฝึกซ้อมเพิ่มเติมเพื่อเตรียมตัวสอบเลื่อนขั้น เรื่องการเข้าแข่งขัน ปรับทัศนคติเด็กเพื่อการฝึกซ้อมที่บ้านอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดสภาพแวดล้อมที่บ้านให้เอื้ออำนวยต่อการฝึกซ้อมและทบทวนบทเรียนทางดนตรี การจัดสภาพแวดล้อมไม่เพียงแค่มีเครื่องดนตรีที่มีคุณภาพสำหรับเด็กไว้เพื่อฝึกซ้อมให้เกิดความแม่นยำและมีพัฒนาการในการเรียน แต่ควรจะมีห้องที่มีลักษณะเงียบ อากาศถ่ายเทได้สะดวก อากาศที่ร้อนมากก็เป็นอุปสรรคในการฝึกซ้อมของเด็ก โดยเฉพาะบทเรียนทางดนตรีที่เป็นขั้นสูง ความเงียบไม่มีเสียงรบกวนจะทำให้เด็กเกิดสมาธิในการฝึกซ้อมบทเรียนที่ยากๆ พ่อแม่ผู้ปกครองควรให้ความสำคัญปัจจัยแวดล้อมภายในบ้านเหล่านี้

นอกจากนี้ ยังมีแผนภาพที่แสดงถึงปัจจัยสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเรียนรู้ทางดนตรีของเด็กโดยอยู่ในขอบข่ายของการมีความส่วนร่วมของพ่อแม่ผู้ปกครองและครูในการทำงานร่วมกันเพื่อร่วมส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็กให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน



ภาพที่ 2 แผนภาพแสดงการมีส่วนร่วมของพ่อแม่และครูในการส่งเสริมการเรียนรู้ทางดนตรีของเด็กปรับให้เหมาะสมกับบริบทไทยตามแนวคิดของเอ็ปส์ทีน (Suriyonplengsaeng, C. 2015)

การส่งเสริมของพ่อแม่ในการฝึกซ้อมดนตรีที่บ้าน ปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมในเชิงบวกเพื่อให้เด็กเกิดพัฒนาการ นั่นคือแรงกระตุ้นและกำลังใจจากพ่อแม่ที่ทำให้เด็กอยากเรียนรู้ทางดนตรีไปเรื่อยๆ พ่อแม่ใน

แต่ละครอบครัว จะให้ความสำคัญกับการกระตุ้นการฝึกซ้อมดนตรีที่บ้านไม่เท่ากัน บางครอบครัวจะเข้มงวดจนเกินไปจนทำให้เด็กเกิดความเบื่อหน่าย บางครอบครัวจะมองว่าดนตรีเป็นวิชาเสริมจะให้ความสำคัญกับการฝึกซ้อมที่บ้านเฉพาะช่วงที่เด็กใกล้จะสอบเพื่อเลื่อนเกรด บางครอบครัวส่งเสริม และปลูกฝังเด็กให้ฝึกซ้อมอย่างสม่ำเสมอ ส่งเสริมการฝึกซ้อมโดยใช้แรงจูงใจทางบวก เช่น ครูมีสมุดบันทึกการฝึกซ้อมเพื่อแลกของรางวัลหากเด็กซ้อมดนตรีได้มีคุณภาพ และครบระยะเวลาตามเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้การส่งเสริมแรงจูงใจทางบวกต้องรักษาให้อยู่ในเกณฑ์ที่มีความเหมาะสม มีความรู้สึกดีต่อการฝึกซ้อม จนบางครั้งกลายเป็นกิจวัตรประจำวัน (Suriyonplengsaeng, C. 2015) ซึ่งหากครอบครัวใดสามารถส่งเสริมการเรียนรู้และการฝึกซ้อมของเด็กได้อย่างสม่ำเสมอ ผู้วิจัยเชื่อว่าเด็กจะมีพัฒนาการทางดนตรีไปในแนวทางที่ดีอย่างแน่นอน เพราะหัวใจหลักของการเรียนรู้ทางดนตรีคือการฝึกซ้อมให้เกิดความชำนาญ ถือเป็นการปูพื้นฐานเพื่อต่อยอดไปสู่การพัฒนาดนตรีขั้นสูง การประสบความสำเร็จทางดนตรีมีปัจจัยสำคัญมาจากตัวผู้เรียนมีความมุ่งมั่นตั้งใจจริง ความรู้จริงในเครื่องดนตรีที่ตนเล่น การสนับสนุนส่งเสริมของพ่อแม่ผู้ปกครองและครูทั้งทางด้านการพัฒนาความรู้และทักษะทางดนตรี การสนับสนุนทางการเงิน และการส่งเสริมด้านกำลังใจ

เอกสารอ้างอิง

ชาลินี สุริยนเปล่งแสง. (2554). *ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับครูปฐมวัย สาระการเรียนรู้ดนตรี องค์ประกอบดนตรีด้านจังหวะ.* วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาดนตรีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

_____.2562. *บทบาทของพ่อแม่และครูในการส่งเสริมการเรียนรู้ทางดนตรีของเด็ก.* วารสารดนตรีบ้านสมเด็จฯ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2562, ISSN: 2697 - 4053

ณรุทธ์ สุทธจิตต์. (2561). *ดนตรีศึกษาหลักการและสาระสำคัญ.* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. (2541). *จิตวิทยาการสอนดนตรี.* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัชชา โสคติยานุรักษ์. (2547). *พจนานุกรมศัพท์ดุริยางคศิลป์.* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นุชลี อุปภัย. (2558). *จิตวิทยาการศึกษา.* กรุงเทพมหานคร: บริษัทวี.พริ้นท์.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2548). *ศัพท์ดนตรีสากล.* กรุงเทพมหานคร: ราชบัณฑิตยสถาน.

Berger, E. H. & Riojas-Cortez, M. (2012). *Parents as partners in education: Families and schools working together* (8th ed). MA: PEARSON.

Boone, B. J. W. (2002). *Family-school connections: A study of parent involvement in Ohio's Partnership schools***.** Doctoral dissertation, The Ohio state university.

Epstien, J., L. (2009) School, *Family and Community Partnerships: Your Handbook for Action.* Corwin Press: California.

Suriyonplengsaeng, C. (2015) *Parent and Teacher Partnership in Supporting Children Musical Learning.* Bangkok: Mahidol University.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน

Factors affecting marathon runner's decision to buy running shoe

จารุชิต บรมสุข

Jaruchit Boromsuk

นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*

Master Degree student, Business Economics*

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

จิราภรณ์ ชาวงษ์**

Jiraporn Shawong**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ**

Assistant Professor and Ph.D., Business Economics**

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*

อีเมล์ : jaruchit.b@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬายี่ห้อต่างๆของนักวิ่งมาราธอน 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้าสำหรับวิ่ง ของนักวิ่งมาราธอน 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน โดยใช้ลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) กับคนที่มาวิ่งในงาน “วิ่งสู่อนาคต Circular Economy 2562” ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) มีขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ ใช้ Independent Sample T-Test และ One-Way ANOVA และการวิเคราะห์สมมติฐานด้านส่วนประสมทางการตลาด ใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งออกเป็นเพศชาย และเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 25 ปี ศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ระดับรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

ด้านพฤติกรรมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ออกกำลังกาย น้อยกว่า 2 วันต่อสัปดาห์ ออกกำลังกาย 1 - 2 ชั่วโมง / วัน มักจะออกกำลังกายคนเดียว มีการเลือกซื้อรองเท้าสำหรับออกกำลังกาย จำนวน 1 คู่/ปี แต่ละคู่มีอายุการใช้งานประมาณ 1 - 2 ปี การออกกำลังกายที่นอกเหนือจากการวิ่งคือ แบตมินตัน และเข้าฟิตเนส แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาร่วมกิจกรรมไม่เคยวิ่งมาราธอนมาก่อน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบรองเท้ายี่ห้อ Nike และเลือกวิ่งระยะ Fun Run (5 KM)

กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.1873 ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.1050 ปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยที่ 3.9183 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.9163 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยที่ 3.8067 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยที่ 3.7475 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยที่ 3.6194

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทั้ง 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่ต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอายุที่ต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอาชีพที่ต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเงินเดือนที่ต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน มีจำนวนทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่เหลืออีก 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน

คำสำคัญ : กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด, การตัดสินใจซื้อรองเท้า

Abstract

The objectives of this study were 1) to investigate the relationship between demographic factors and factors affecting marathon runner's decision to buy running shoe, 2) to study consumer behavior on marathon running shoe selection, and 3) to study the relationship between marketing mix factors (7Ps) and the marathon runner's decision to buy running shoe. This study used a survey method. Data were collected from the sample of runners participating in "Run for the Future 2019-Circular Economy" event. The sample was selected based on a quota sampling method. The sample size was 200 people. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. Hypothesis testing for demographic factors were conducted using Independent Sample T-Test and One-Way ANOVA. Hypothesis testing for marketing mix was done using Chi-Square with a statistical significance level of 0.05.

The results of this study indicated that in terms of demographic factors, it was found that the respondents were divided into male and female. Most of them were between 21-25 years old, bachelor's degree graduates, worked as employees at the private companies, and earned income of 15,000 baht/month or less.

In terms of behavior, most of the respondents exercised less than 2 days per week, exercise 1-2 hours per day. They usually exercised alone. They purchased 1 pair of sport shoes per year. A lifetime of each pair was about 1 - 2 years. Rather than running, they preferred playing badminton and going to the gym. However, the respondents who participated in the event had never run a marathon before. Most of the respondents liked Nike brand shoes and chose Fun Run category to run with a distance of 5 kilometres.

In terms of marketing promotion strategies, mean scores of marketing mix factors were as follows: product (mean = 4.1873), process (mean = 4.1050), personnel (mean= 3.9183), physical evidence (mean= 3.9163), price (mean = 3.8067), place (mean= 3.7475), and promotion (mean = 3.6194).

From the analysis of demographic factors, the differences in 5 demographic factors, including gender, age, education background, occupation, and monthly income did not influence marathon runners' buying decision for running shoes.

From the analysis of marketing mix factors, there were five marketing mix factors influencing marathon runners' decision to buy running shoes, namely product, price, personnel, physical evidence, and process. In contrast, two marketing mix factors that did not influence the buying decision were place and promotion.

Keywords: Marketing promotion strategies, Decision to buy shoe

บทนำ

วิถีชีวิตของคนไทยได้เปลี่ยนแปลงไปจากแต่ก่อน อาทิเช่น ในเรื่องการทำงานที่มีการแข่งขันกันมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้คนไม่ค่อยมีเวลาในการดูแลสุขภาพของตัวเอง ทั้งในเรื่องของการรับประทานอาหาร ซึ่งในสมัยก่อนประเทศไทยเป็นสังคมเกษตรกรรมหาอาหารจากการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ทำให้เราได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์อย่างครบถ้วนและเป็นผลดีต่อสุขภาพ แต่ในระยะหลังคนหันมาบริโภค Fast Food กันมากขึ้น เพราะอาหาร Fast Food นั้นกำลังได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ มีสาขาเกิดขึ้นมากมายทั่วประเทศไทย สามารถหาซื้อได้ไม่ว่าคุณจะอยู่ที่ไหน อีกทั้งยังตอบโจทย์การใช้ชีวิตที่เร่งรีบ ทำงานหนัก ไม่ค่อยมีเวลาของคนไทย แต่ข้อเสียของอาหาร Fast Food คือ จะเป็นอาหารที่ทำให้อ้วนง่าย และเกิดโรคต่างๆตามมา อาทิเช่น โรคอ้วน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้นการที่เรารับประทานอาหาร Fast Food ติดต่อกันเป็นระยะเวลานานทำให้ ผู้บริโภค ติดใจในรสชาติ อยากที่จะรับประทานมันอีกเรื่อยๆ นอกจากนี้ ความสะดวกสบายในการซื้ออาหาร Fast Food ยังทำให้เราไม่อยากที่จะขยับตัวไปไหน ซึ่งกว่าจะรู้ตัวสุขภาพของเราอาจจะย่ำแย่ไปมากแล้ว

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น คนจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพมากขึ้น จนเป็นกระแสการดูแลสุขภาพสังเกตได้จากการเลือกรับประทานอาหาร โดยเลือกอาหารที่มีไขมันต่ำ (Low fat) รับประทานอาหารที่เสริมสร้างกล้ามเนื้อ รับประทานอาหารเสริมในการบำรุงร่างกาย นอกจากการเลือกรับประทานอาหารแล้ว การออกกำลังกายก็เป็นอีกหนึ่งกระแสที่กำลังได้รับความนิยม จะเห็นได้จากคนเข้าใช้บริการ Fitness มากขึ้น ทางภาครัฐบาล และภาคเอกชนก็ให้การสนับสนุนในเรื่องของการออกกำลังกาย เช่น กิจกรรมปั่นจักรยาน กิจกรรมวิ่งมาราธอน เป็นต้น

กระแสการวิ่งมาราธอนนั้นเริ่มมาจากกิจกรรม "ก้าวคนละก้าว" ของ ตูน บอดี้แสลม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อระดมเงิน 700 ล้านบาทให้แก่โรงพยาบาลศูนย์ 11 แห่งในประเทศไทย ด้วยการวิ่งจาก อำเภอเบตง จังหวัดยะลา จุดใต้สุดของประเทศไทย ไปยัง อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จุดเหนือสุดของประเทศไทย รวมระยะทาง 2,215.4 กิโลเมตร รวมเวลาการวิ่ง 55 วัน นั้นทำให้ประชนชนในประเทศไทยเกิดแรงบันดาลใจในการออกมาวิ่งตามงานกิจกรรมต่างๆ ซึ่ง “รองเท้ากีฬา” เป็นหนึ่งปัจจัยที่คนให้ความสำคัญ เพราะการเลือกรองเท้าที่เหมาะสมกับการใช้งานจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งรองเท้าแต่ละยี่ห้อ (Brand) ก็จะมีจุดเด่นที่แตกต่างกันไป ทั้งในด้านตัวผลิตภัณฑ์ ด้านราคาสินค้า ด้านการบริการ ช่องทางการซื้อสินค้า และโปรโมชั่นต่างๆให้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจ ซึ่งในปัจจุบันรองเท้ายี่ห้อต่างๆ ได้ผลิตสินค้าออกมาจำนวนมากที่มีความเหมาะสมกับกีฬาแต่ละชนิดและสนองความต้องการของผู้บริโภค

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของคนที่ร่วมงานวิ่งมาราธอน เพื่อช่วยให้ทราบถึงเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าผ้าใบของผู้บริโภคว่า ผู้บริโภคมีเกณฑ์ในการเลือกซื้อรองเท้ายี่ห้อต่างๆ เพื่อนำมาวิ่งในงานวิ่งมาราธอนอย่างไร ปัจจัยด้านใดที่ส่งผลต่อการซื้อรองเท้ากีฬา และปัจจัยเรื่องยี่ห้อ (Brand) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าแต่ละยี่ห้อมากน้อยแค่ไหน ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนารองเท้าให้ตรงตามความต้องการผู้บริโภค ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ของผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคและเป็นแนวทางในการต่อยอดงานวิจัยเรื่องอื่นๆต่อไป

อ้างอิงจาก

- TRUE BUSINESS (2560) : เปิดตำนานการวิ่ง มาราธอน https://travel.trueid.net/detail/V9z1qnQRRM0
- Kapook (2555) : ฟาสต์ฟู้ด..อาหารที่มีทั้งประโยชน์และโทษ https://men.kapook.com/view43397.html

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน กับการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬายี่ห้อต่างๆของนักวิ่งมาราธอน

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้าสำหรับวิ่ง ของนักวิ่งมาราธอน

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน

สมมติฐานของการวิจัย

1. นักวิ่งมาราธอนที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะทำให้มีการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งที่ต่างกัน

2. ลักษณะส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยศึกษาด้านปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อรองเท้าวิ่ง ของคนที่มาวิ่งในงาน “วิ่งสู่อนาคต Circular Economy 2562” ในวันอาทิตย์ที่ 20 ตุลาคม พ.ศ.2562 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ (อาคารครีเอทีฟ ติดถนนนราธิวาสราชนครินทร์)

1. ขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่ คือ นักวิ่งมาราธอนที่เข้าร่วมงาน “วิ่งสู่อนาคต Circular Economy 2562” ในวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ.2562 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 400 คน

2. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้, พฤติกรรมผู้บริโภค, ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้ให้ความหมายและขอบเขตทางการตลาดนั้น หมายถึง ที่ใดก็ตาม ทั้งที่เป็นสถานที่หรือไม่มีสถานที่ ที่มีอุปสงค์และอุปทาน ในสินค้า หรือบริการมาพบกัน จนทำให้เกิดราคาที่มาจากกลไกตลาด โดยเศรษฐกิจในระบบตลาดนี้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงของราคา

ในทางด้านทฤษฎี เศรษฐกิจในระบบตลาดที่แท้จริงนั้น จำเป็นต้องประกอบไปด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ดังนี้คือ 1. ผู้ผลิตสินค้าที่มีขนาดเล็ก 2. มีผู้บริโภคจำนวนมาก 3. มาตรการในการกีดกันการเข้าตลาดที่น้อย เมื่อเงื่อนไขเหล่านี้ครบทั้งหมดจะถือว่าเป็นตลาดที่สมบูรณ์ซึ่งพบได้มากในโลกปัจจุบัน

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือที่สามารถควบคุมได้ โดยธุรกิจต่างๆได้นำมาใช้ในการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Kotler , 2546) ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่าคือ “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริม

การขาย (Promotion) ซึ่งการใช้ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคนั้นทำให้เจ้าของกิจการสามารถทราบความต้องการของผู้บริโภค และผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้า หรือ แบรนด์ (Brand) กระตุ้นให้ผู้บริโภครายใหม่เข้ามาทดลองใช้สินค้า เกิดเป็นยอดขายทางธุรกิจ

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 11) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่าย เพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจูงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย และได้อธิบายแนวคิดของส่วนประสมทางการตลาด 7P's

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (7P's) โดยมี ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจาหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process)

ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางสาวศรสวรรค์ สิริวัฒนเศรษฐ์ , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาไนกี้ (NIKE) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาไนกี้ (NIKE) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีจำนวนทั้งสิ้น 1 ปัจจัย คือ ด้านผลิตภัณฑ์

ชฎาพร อรชุน , มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความคาดหวังในองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัด นนทบุรี พบว่า ความคาดหวังในองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ด้านประโยชน์พื้นฐาน/ประโยชน์หลัก ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ด้านคุณค่า/คุณประโยชน์เพิ่ม ด้านการให้บริการอื่นๆ ด้านคุณสมบัติหรือเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวัง แต่ละด้านส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ชานนท์ อันสมศรี , มหาวิทยาลัยมหิดล (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาแบดมินตันในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาแบดมินตันในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ปัจจัย คือ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ณัฐฑิณี คุ้มครอง, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาสำหรับวิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาสำหรับวิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ปัจจัย คือ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

วรรณภรณ์ สินาเจริญ , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาอาดิดาส (ADIDAS) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาอาดิดาส (ADIDAS) มีจำนวน 4 ปัจจัย โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านตราสินค้าของผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านกระบวนการ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านบุคคล ลักษณะกายภาพ

ระเบียบการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือคนที่ซื้อรองเท้าวิ่งและมาร่วมวิ่งในงานกิจกรรม “วิ่งสู่อนาคต Circular Economy 2562” จำนวน 200 คน

การกำหนดขนาดตัวอย่าง คำนวณด้วยสูตร Yamane (1973) โดยการกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 0.95 และระดับนัยทางสถิติที่ 0.05 โดยใช้สูตรในการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

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

โดยกำหนดให้

N = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของกลุ่มประชากรทั้งหมด

e^2 = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อแทนค่าในสูตรข้างต้นแล้วจะพบว่า

$$n = \frac{400}{1 + 400\ (0.05)^2}$$

$$n = 200$$

ดังนั้นจากการแทนค่าสูตรทำให้ได้ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาต้องได้ไม่น้อยกว่า 200 ตัวอย่าง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Science for Windows) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน

แบบสอบถามส่วนที่ 1 : วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เงินเดือน โดยวิธีการใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 : วิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่ง ของนักวิ่งมาราธอนที่มาวิ่งในงาน “วิ่งสู่อนาคต Circular Economy 2562 โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

แบบสอบถามส่วนที่ 3 : วิเคราะห์ข้อมูลระดับการแสดงความคิดเห็น ใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายแบบ Ranking ในข้อมูลแบบ Ordinal scale จากระดับ 1- 5 โดยทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติ t- test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้ค่าสถิติ F-Test โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน 0.05 รวมทั้งการวิเคราะห์ Chi-Square ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน 0.05

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษา

1.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่ง

เพศ		จำนวน	ร้อยละ
Valid	ชาย	104	52
	หญิง	96	48
	Total	200	100

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแบ่งออกเป็นเพศชายร้อยละ 52 และเพศหญิง ร้อยละ 48

อายุ		จำนวน	ร้อยละ
Valid	21 - 25 ปี	102	51
	26 - 30 ปี	44	22
	15 - 20 ปี	16	8
	31 - 35 ปี	16	8
	41 ปีขึ้นไป	13	6.5
	36 - 40 ปี	9	4.5
	Total	200	100

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 51

ระดับการศึกษาสูงสุด		จำนวน	ร้อยละ
Valid	ปริญญาตรี	153	76.5
	ปริญญาโท	24	12
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	23	11.5
	Total	200	100

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ ปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 76.5

อาชีพ		จำนวน	ร้อยละ
Valid	พนักงานบริษัทเอกชน	113	56.5
	นักเรียน / นักศึกษา	44	22
	ข้าราชการ	13	6.5
	ธุรกิจส่วนตัว	11	5.5
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	5
	อาชีพอิสระ	4	2
	อื่นๆ	4	2
	แม่บ้าน	1	0.5
	Total	200	100

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่มีอาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 56.5

เงินเดือน		จำนวน	ร้อยละ
Valid	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท	63	31.5
	15,001 - 25,000 บาท	57	28.5
	25,001 - 35,000 บาท	41	20.5
	มากกว่า 35,001 บาท ขึ้นไป	39	19.5
	Total	200	100

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่มีระดับรายได้อยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทบาท คิดเป็นร้อยละ 31.5

1.2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจ

คุณออกกำลังกายบ่อยแค่ไหน		จำนวน	ร้อยละ
Valid	ออกกำลังกาย น้อยกว่า 2 วันต่อสัปดาห์	127	63.5
	ออกกำลังกาย 3-4 วันต่อสัปดาห์	54	27
	ออกกำลังกาย 5-6 วันต่อสัปดาห์	12	6
	ออกกำลังกายทุกวัน	7	3.5
	Total	200	100

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการออกกำลังกายต่อสัปดาห์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ออกกำลังกาย น้อยกว่า 2 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 63.5

ระยะเวลาในการออกกำลังกาย		จำนวน	ร้อยละ
Valid	1-2 ชั่วโมง / วัน	101	50.5
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / วัน	86	43
	2-3 ชั่วโมง / วัน	11	5.5
	มากกว่า 4 ชั่วโมง / วัน	2	1
	Total	200	100.0

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการออกกำลังกายต่อวันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 1-2 ชั่วโมง / วัน คิดเป็นร้อยละ 50.5

คุณนิยมไปออกกำลังกายกับใคร		จำนวน	ร้อยละ
Valid	ออกกำลังกายคนเดียว	98	49
	เพื่อน / กลุ่มเพื่อน	69	34.5
	แฟน	25	12.5
	ครอบครัว	8	4
	Total	200	100

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักจะออกกำลังกายคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 49

คุณเลือกซื้อรองเท้าสำหรับออกกำลังกาย จำนวนกี่คู่ต่อปี		จำนวน	ร้อยละ
Valid	1 คู่/ปี	133	66.5
	2 คู่/ปี	44	22
	3 คู่/ปี	13	6.5
	มากกว่า 3 คู่/ปี	10	5
	Total	200	100

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อรองเท้าสำหรับออกกำลังกาย จำนวน 1 คู่/ปี คิดเป็นร้อยละ 66.5

อายุการใช้งานของรองเท้ากีฬาที่คุณใช้โดยประมาณ		จำนวน	ร้อยละ
Valid	1 - 2 ปี	83	41.5
	มากกว่า 2 ปี	55	27.5
	8 เดือน - 1 ปี	37	18.5
	4 - 8 เดือน	23	11.5
	น้อยกว่า 4 เดือน	2	1
	Total	200	100

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างมีอายุการใช้งานประมาณ 1 - 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.5 ผู้ตอบ

ออกกำลังกายประเภทใดบ้าง		จำนวน	ร้อยละ
Valid	แบตมินตัน	80	40.2
	ว่ายน้ำ	78	39.2
	ปั่นจักรยาน	76	38.2
	ฟุตบอล	34	17.1
	บาสเกตบอล	28	14.1
	โยคะ	21	10.6
	Body Weight	11	5.5
	อื่นๆ	11	5.5
	Cardio	9	4.5

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างมีการออกกำลังกายที่นอกเหนือจากการวิ่งคือ แบดมินตัน คิดเป็นร้อยละ 40.2

คุณเคยเข้าฟิตเนสหรือไม่		จำนวน	ร้อยละ
Valid	เคย	152	76
	ไม่เคย	48	24
	Total	200	100

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างใช้บริการฟิตเนส คิดเป็นร้อยละ 76.0

คุณเคยเข้ากิจกรรมวิ่งมาราธอนมาแล้วกี่ครั้ง		จำนวน	ร้อยละ
Valid	ไม่เคย	102	51
	1 ครั้ง	42	21
	2 ครั้ง	24	12
	มากกว่า 4 ครั้ง	18	9
	3 ครั้ง	10	5
	4 ครั้ง	4	2
	Total	200	100

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยวิ่งมาราธอนมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 51.0

ยี่ห้อรองเท้าที่คุณชอบมากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ
Valid	Nike	93	46.5
	Adidas	61	30.5
	อื่นๆ	25	12.5
	Reebok	7	3.5
	New balance	6	3
	Converse	4	2
	Asics	4	2
	Total	200	100

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างชอบรองเท้ายี่ห้อ Nike คิดเป็นร้อยละ 46.5

ระยะวิ่ง		จำนวน	ร้อยละ
Valid	Fun Run (5 KM)	134	67
	Mini Marathon (10 KM)	66	33
	Total	200	100

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วิ่งระยะ Fun Run (5 KM) คิดเป็นร้อยละ 67.0

1.3 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

กลุ่มตัวอย่างโดยรวมเห็นด้วยมากว่า กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน โดย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	Mean	Std. Deviation	ระดับความพึงพอใจ
3.1.1 ตราสินค้ามีชื่อเสียง	3.9250	0.9612	เห็นด้วยมาก
3.1.2 สินค้ามีความทนทาน สามารถใช้ได้นาน	4.2900	0.9382	เห็นด้วยมากที่สุด
3.1.3 มีรูปแบบให้เลือกที่หลากหลาย	4.0900	0.9144	เห็นด้วยมาก
3.1.4 มีสีสัน ลวดลาย และรูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม	4.0600	0.9597	เห็นด้วยมาก
3.1.5 มีน้ำหนักเบา	4.2750	0.9972	เห็นด้วยมากที่สุด
3.1.6 มีความทันสมัย	4.0200	0.9666	เห็นด้วยมาก
3.1.7 สวมใส่สบาย กระชับเท้า	4.4450	0.9226	เห็นด้วยมากที่สุด
3.1.8 มีการระบายอากาศที่ดี	4.3200	0.8840	เห็นด้วยมากที่สุด
3.1.9 มีนวัตกรรมการป้องกันการบาดเจ็บ	4.2200	0.9676	เห็นด้วยมากที่สุด
3.1.10 รองเท้ามีรูปแบบที่เข้ากับลักษณะการลงน้ำหนักเท้า มีผลต่อการวิ่ง	4.2400	0.9835	เห็นด้วยมากที่สุด
3.1.11 ขนาดหน้าเท้าของรองเท้า (หน้าแคบ, หน้าปกติ, หน้ากว้าง) มีผลต่อการวิ่ง	4.1750	0.8935	เห็นด้วยมาก
ด้านผลิตภัณฑ์	4.1873	0.7763	เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า สวมใส่สบาย กระชับเท้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.44

ปัจจัยด้านราคา	Mean	Std. Deviation	ระดับความพึงพอใจ
3.2.1 ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.1500	0.9120	เห็นด้วยมาก
3.2.2 ราคามีความเหมาะสมกับยี่ห้อ	3.7500	0.9655	เห็นด้วยมาก
3.2.3 ราคาถูกกว่าตรายี่ห้อที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน	3.5200	1.0749	เห็นด้วยมาก
ด้านราคา	3.8067	0.8296	เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.15

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Mean	Std. Deviation	ระดับความพึงพอใจ
3.3.1 สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้	3.6950	1.0524	เห็นด้วยมาก
3.3.2 มีความสะดวกในการเดินทางไปซื้อสินค้า	3.8300	1.0424	เห็นด้วยมาก
3.3.3 มีสถานที่จัดจำหน่ายกระจายอยู่จำนวนมาก	3.8600	0.9513	เห็นด้วยมาก
3.3.4 สามารถซื้อผ่านช่องทางออนไลน์	3.6050	1.1858	เห็นด้วยมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.7475	0.8711	เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีสถานที่จัดจำหน่ายกระจายอยู่จำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.86

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	Mean	Std. Deviation	ระดับความพึงพอใจ
3.4.1 มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	3.9350	1.0422	เห็นด้วยมาก
3.4.2 มีตัวอย่างสินค้าให้ทดลองสวมใส่จำนวนมาก	3.9550	0.9683	เห็นด้วยมาก
3.4.3 มีการรับประกันความพอใจและสามารถเปลี่ยนสินค้าได้โดยไม่มีเงื่อนไข	3.9500	1.1062	เห็นด้วยมาก
3.4.4 มีการโฆษณาที่น่าสนใจ	3.5750	1.0391	เห็นด้วยมาก
3.4.5 มีพนักงานขายแนะนำสินค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.5750	1.0391	เห็นด้วยมาก
3.4.6 มีบริการหลังการขายที่น่าพอใจ	3.7600	1.1397	เห็นด้วยมาก
3.4.7 มีการขายโดยผูกกับสโมสรกีฬาชื่อดัง	3.0050	1.1883	เห็นด้วยปานกลาง
3.4.8 มี Presenter ที่น่าสนใจ	3.2000	1.1777	เห็นด้วยปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.6194	0.8252	เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีตัวอย่างสินค้าให้ทดลองสวมใส่จำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.95

ปัจจัยด้านบุคคล	Mean	Std. Deviation	ระดับความพึงพอใจ
3.5.1 พนักงานมีความรู้และแนะนำสินค้าได้ดี	3.8400	1.1183	เห็นด้วยมาก
3.5.2 พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.8700	1.0481	เห็นด้วยมาก
3.5.3 พนักงานขายมีความสุภาพและมนุษยสัมพันธ์ดี	4.0450	1.1177	เห็นด้วยมาก
ด้านบุคคล	3.9183	1.0357	เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านบุคคล พบว่า พนักงานขายมีความสุภาพและมนุษยสัมพันธ์ดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.04

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	Mean	Std. Deviation	ระดับความพึงพอใจ
3.6.1 มีการจัดร้านที่ทันสมัย น่าสนใจ	3.8250	0.9374	เห็นด้วยมาก
3.6.2 มีการจัดเรียงสินค้าที่ง่ายต่อการเลือกสินค้า	3.9600	0.9449	เห็นด้วยมาก
3.6.3 มีรูปแบบการจัดร้านที่สะอาด เรียบร้อย	4.0600	0.9492	เห็นด้วยมาก
3.6.4 มีสถานที่จอดรถที่สะดวก	3.8200	1.0551	เห็นด้วยมาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.9163	0.8541	เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า มีรูปแบบการจัดร้านที่สะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.06

ปัจจัยด้านกระบวนการ	Mean	Std. Deviation	ระดับความพึงพอใจ
3.7.1 มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	4.0900	0.9521	เห็นด้วยมาก
3.7.2 ขั้นตอนการชำระเงินมีความสะดวก	4.1200	1.0053	เห็นด้วยมาก
ด้านกระบวนการ	4.1050	0.9532	เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า ขั้นตอนการชำระเงินมีความสะดวก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.12

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

2.1 ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่า ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ มีจำนวนทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่ต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอายุที่ต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอาชีพที่ต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเงินเดือนที่ต่างกัน ซึ่งทั้ง 5 ปัจจัยนี้ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน

2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน มีจำนวนทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่เหลืออีก 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน

2.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน มากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยผลิตภัณฑ์ต้องสวมใส่สบาย กระชับเท้า มีการระบายอากาศที่ดี และมีน้ำหนักเบาตามลำดับ ดังนั้น การที่ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี ตรงกับความต้องการของลูกค้าจะทำให้ผู้บริโภคยินดีที่จะซื้อสินค้ามาใช้งาน อีกทั้งยังทำให้ผู้บริโภคเกิดความจงรักภักดีต่อตัวสินค้าอีกด้วย ดังตาราง

		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
สัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ เพียร์สัน	Pearson Chi-Square	84.883[a]	58	0.012
อัตราส่วนความเป็นไปได้	Likelihood Ratio	86.786	58	0.009
ความสัมพันธ์เชิงเส้น	Linear-by-Linear Association	18.075	1	0.000
จำนวนตัวอย่าง	N of Valid Cases	200		

Chi-Square (X^2) = 84.883 Sig = 0.012

2.2.2 ปัจจัยด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน เป็นอันดับที่ 2 แสดงให้เห็นว่า การที่ร้านค้ามีขั้นตอนการชำระเงินมีความสะดวก และช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างมากต่อร้านค้าแบรนด์นั้นๆ และตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด ดังตาราง

		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
สัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ เพียร์สัน	Pearson Chi-Square	52.706[a]	14	0.000
อัตราส่วนความเป็นไปได้	Likelihood Ratio	49.792	14	0.000
ความสัมพันธ์เชิงเส้น	Linear-by-Linear Association	19.325	1	0.000
จำนวนตัวอย่าง	N of Valid Cases	200		

Chi-Square (X^2) = 52.706 Sig = 0.000

2.2.3 ปัจจัยด้านบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน เป็นอันดับที่ 3 แสดงให้เห็นว่า การที่พนักงานขายมีความสุภาพและมนุษยสัมพันธ์ดี, พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ และพนักงานมีความรู้และแนะนำสินค้าได้ดีนั้น จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการเลือกซื้อสินค้าและทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้นๆ อีกทั้งผู้บริโภคยังเกิดความจงรักภักดีต่อตัวสินค้าและพูดปากต่อปาก (Word of Mouth) ในทางที่ดี ทำให้มีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ดังตาราง

		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
สัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ เพียร์สัน	Pearson Chi-Square	39.371[a]	24	0.025
อัตราส่วนความเป็นไปได้	Likelihood Ratio	38.649	24	0.030
ความสัมพันธ์เชิงเส้น	Linear-by-Linear Association	12.138	1	0.000
จำนวนตัวอย่าง	N of Valid Cases	200		

Chi-Square (X^2) = 39.371 Sig = 0.025

2.2.4 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน เป็นอันดับที่ 4 แสดงให้เห็นว่า การที่ร้านมีรูปแบบการจัดร้านที่สะอาด เรียบร้อย, มีการจัดเรียงสินค้าที่ง่ายต่อการเลือกสินค้า, มีการจัดร้านที่ทันสมัย น่าสนใจและมีสถานที่จอดรถที่สะดวก มีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจในการเดินเข้ามาดูสินค้าในร้าน ดังนั้น ร้านที่มีลักษณะทางกายภาพที่ดีจะมีโอกาสที่จะทำให้ลูกค้าเข้ามาเลือกของในร้านมากขึ้น และเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด ดังตาราง

		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
สัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ เพียร์สัน	Pearson Chi-Square	54.069[a]	28	0.002
อัตราส่วนความเป็นไปได้	Likelihood Ratio	54.638	28	0.002
ความสัมพันธ์เชิงเส้น	Linear-by-Linear Association	13.252	1	0.000
จำนวนตัวอย่าง	N of Valid Cases	200		

Chi-Square (X^2) = 54.069 Sig = 0.002

2.2.5 ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน เป็นอันดับที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ, ราคามีความเหมาะสมกับยี่ห้อ และราคาถูกกว่าตรายี่ห้อที่มีลักษณะใกล้เคียงกันนั้น ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยเมื่อราคาสินค้าอยู่ในระดับที่น้อยกว่าหรือเท่ากับราคาที่ลูกค้าคาดไว้จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งได้รวดเร็วขึ้น ดังตาราง

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
สัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ เพียร์สัน Pearson Chi-Square	49.723[a]	22	0.001
อัตราส่วนความเป็นไปได้ Likelihood Ratio	47.801	22	0.001
ความสัมพันธ์เชิงเส้น Linear-by-Linear Association	13.125	1	0.000
จำนวนตัวอย่าง N of Valid Cases	200		

Chi-Square (X^2) = 49.723 Sig = 0.001

อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน พบว่า

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐฑิณี คุ้มครอง (2558) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมหลังการซื้อ ไม่แตกต่างกัน และ วรรณภรณ์ สินาเจริญ (2558) ซึ่งพบว่า เพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาอาดิดาส

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุที่แตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรสวรรค์ สิริวัฒนเศรษฐ์ (2558) ซึ่งพบว่า อายุที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาไนกี้ที่แตกต่างกัน และ ณัฐฑิณี คุ้มครอง (2558) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมหลังการซื้อ ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรสวรรค์ สิริวัฒนเศรษฐ์ (2558) ซึ่งพบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาไนกี้ที่ไม่แตกต่างกัน ชานนท์ อันสมศรี (2557) ซึ่งพบว่าระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้ากีฬาแบดมินตันเรื่องสาเหตุที่เลือกซื้อรองเท้ากีฬาแบดมินตัน และ ณัฐฑิณี คุ้มครอง (2558) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมหลังการซื้อ ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรสวรรค์ สิริวัฒนเศรษฐ์ (2558) ซึ่งพบว่าอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาไนกี้ ที่ไม่แตกต่างกัน และ วรรณภรณ์ สินาเจริญ (2558) ซึ่งพบว่า อาชีพไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาอาดิดาส

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเงินเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรสวรรค์ สิริวัฒนเศรษฐ์ (2558) ซึ่งพบว่ารายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาไนกี้ ที่ไม่แตกต่างกัน และ ชานนท์ อันสมศรี (2557) ซึ่งพบว่ารายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้ากีฬาแบดมินตันเรื่องสาเหตุที่เลือกซื้อรองเท้ากีฬาแบดมินตัน

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอน พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอนที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรสวรรค์ สิริวัฒนเศรษฐ์ (2558) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาไนกี้ (NIKE) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล, งานวิจัยของ ชานนท์ อันสมศรี (2557) เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาแบดมินตันในเขตกรุงเทพมหานคร, งานวิจัยของ ณัฐฑิณี คุ้มครอง (2558) เรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาสำหรับวิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ วรรณภรณ์ สินาเจริญ (2558) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาอาดิดาส (ADIDAS) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยด้านกระบวนการที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอนที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณภรณ์ สินาเจริญ (2558) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาอาดิดาส (ADIDAS) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ปัจจัยด้านบุคคลที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอนที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณภรณ์ สินาเจริญ (2558) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาอาดิดาส (ADIDAS) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอนที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณภรณ์ สินาเจริญ (2558) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาอาดิดาส (ADIDAS) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ปัจจัยด้านราคาที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการซื้อรองเท้าวิ่งของนักวิ่งมาราธอนที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชานนท์ อันสมศรี (2557) เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาแบดมินตันในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ ณัฐฑิณี คุ้มครอง (2558) เรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาสำหรับวิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้าและส่วนประสมทางการตลาดของคนที่มาวิ่งในงาน “วิ่งสู่อนาคต Circular Economy 2562” พบว่า ส่วนผสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้า ได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ สวมใส่สบาย กระชับเท้า ปัจจัยด้านราคา คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานขายมีความสุภาพและมนุษยสัมพันธ์ดี ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ มีรูปแบบการจัดร้านที่สะอาด เรียบร้อย ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ ขั้นตอนการชำระเงินมีความสะดวก แสดงให้เห็นว่าลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องของ ความสบาย กระชับเท้าในการวิ่ง และราคาที่เหมาะสมกับสินค้านั้น ผู้ผลิตจึงต้องหานวัตกรรมใหม่ๆในการออกแบบรองเท้าให้ใส่สบายและมีราคาต่ำในการให้บริการลูกค้าหรือผู้บริโภค เพราะความคาดหวังดังกล่าวเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความคาดหวังเป็นอย่างมาก และเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตในการทำวิจัย โดยการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อรองเท้าวิ่งในงานวิ่งอื่น ๆ เพื่อจะได้นำมาเปรียบเทียบข้อมูลและทราบความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทยโดยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ

2. ควรเพิ่มการเปรียบเทียบรองเท้าแต่ละยี่ห้อเพิ่มเติม เพื่อจะได้ทราบข้อดีข้อเสียของรองเท้าแต่ละยี่ห้อ และสามารถเพิ่มเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกรองเท้าแต่ละยี่ห้อในครั้งถัดไปได้

บรรณานุกรม

ศรสวรรค์ สิริวัฒนเศรษฐ์ (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาไนกี้ (NIKE) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชฎาพร อรชุน (2557) ความคาดหวังในองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ชานนท์ อันสมศรี (2557) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาแบดมินตันในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการทางการกีฬา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

ณัฐฑิณี คุ้มครอง (2558) ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาสำหรับวิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระสาขาวิชาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วรรณภรณ์ สินาเจริญ (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาอาดิดาส (ADIDAS) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

TRUE BUSINESS (2560) : เปิดตำนานการวิ่ง มาราธอน
https://travel.trueid.net/detail/V9z1qnQRRM0

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2558) : การแข่งวิ่ง 5 ประเภท
https://www.socialmarketing.thaihealth.or.th/index.php?option=com_activities&view=article&tmpl=component&id=4538

Kapook : ฟาสต์ฟู้ด..อาหารที่มีทั้งประโยชน์และโทษ (2555)
https://men.kapook.com/view43397.html

Thaipublica (2556)“ฟิลิป คอตเลอร์” : เจ้าของแนวคิด Marketing 3.0 เปิดคอร์ส “Values Driven Marketing”
https://thaipublica.org/2013/03/philip-kotler-values-driven-marketing/

ส.อ.ถนอม บริคุต ,Thanom Borikut (2557) : แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด (Marketing Theory)
https://fifathanom.wordpress.com

ปัญหาการกำหนดอายุความในการกระทำความผิดอาญาให้เหมาะสมกับฐานความผิด
Problems in the Prescription Determination of Criminal Offenses to be Appropriate to the Offense

กัญญ์ณณัฏฐ์ แสนศรี

Kannanatth Saensri

สาขากฎหมายอาญาและกระบวนการยุติธรรมทางอาญา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

Criminal Law and Criminal Justice Process Graduate School Sripatum University at Chonburi

อีเมล์ : kannikasaensri72@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมา แนวคิด และทฤษฎีทางกฎหมายอาญาที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดอายุความในการกระทำความผิดอาญา ในกรณีอายุความการกระทำความผิดที่มีระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิตและความผิดลหุโทษตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 95 ในประเทศไทยและต่างประเทศ ศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางในการแก้ไขปัญหาการกำหนดอายุความฟ้องร้องการกระทำความผิดอาญาที่มีระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิตและความผิดลหุโทษตามประมวลกฎหมายอาญา พ.ศ.2499 (ค.ศ.1956)

จากการศึกษาพบว่า การกำหนดอายุความในการกระทำความผิดอาญายังไม่สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบันที่มีเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสาร การคมนาคม สะดวก รวดเร็วทำให้การหลบหนีในปัจจุบันมีความสะดวกมากกว่าในอดีต เป็นเหตุให้การกำหนดอายุความซึ่งบังคับใช้มาตั้งแต่ พ.ศ. 2500 (ค.ศ. 1957) ไม่เหมาะสมและไม่มีความเป็นสากลดังเช่นนานาอารยประเทศ ที่มีการแก้ไขปรับเปลี่ยนอายุความอยู่ตลอด เพื่อให้สามารถนำตัวผู้กระทำความผิดมาฟ้องร้องลงโทษได้โดยเฉพาะในกรณีการกระทำความผิดที่มีความร้ายแรง เป็นการกระทำที่เกิดอันตรายต่อชีวิต อาชญากรรมต่อมนุษยชาติ อาชญากรรมสงคราม ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าอายุความในประเทศไทยที่มีอายุความสูงสุดเพียงยี่สิบปี รวมทั้งกรณีอายุความความผิดที่มีระวางโทษจำคุกตลอดชีวิตยังไม่สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบันทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้น เช่น กรณีผู้กระทำความผิดหลบหนีทำให้ไม่สามารถนำตัวผู้กระทำความผิดมาฟ้องได้ทัน หรือ กรณีที่ไม่สามารถรู้ตัวผู้กระทำความผิด เป็นเหตุให้เกิดปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย การบังคับใช้กฎหมายไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร ไม่

สามารถพิสูจน์ความผิดหรือบริสุทธิ์ได้ อีกทั้งกรณีการกระทำความผิดลหุโทษที่ก่อเกิดความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยของคนในสังคมที่ยังมีอายุความสั้นเกินไปทำให้การบังคับใช้กฎหมายไม่มีประสิทธิภาพเป็นเหตุให้ผู้กระทำความผิดไม่เกิดความเกรงกลัวต่อกฎหมายและไม่สามารถข่มขู่ ยับยั้งผู้ที่จะกระทำความผิดได้

คำสำคัญ: อายุความ/ อายุความฟ้องร้อง

Abstract

The purpose of this study was to study the background, concepts and theories of criminal law concerning the determination of the prescription of criminal offenses in the case of the prescription of offenses with the punishment of death sentences, life imprisonment and misdemeanors under Section 95 of the Criminal Code in Thailand and abroad, as well as studying the problems and guidelines for resolving the problems of the determination of the prescription of criminal offenses in the case of the prescription of offenses with the punishment of death sentences, life imprisonment and misdemeanors under the Criminal Code B.E. 2499 (1956).

The study revealed that the prescription determination of criminal offenses is not consistent with the current state of society that has advanced in technology, communication, and transportation which make it more convenient to escape than in the past, causing the prescription determination which has been enforced since 1957, is not appropriate and is not as international as many civilized countries where there is a constant amendment on the prescription so that the offender can be brought to prosecute on time, especially in the case of committing a serious offense that is a danger to life, crime against humanity, and war crime which have the maximum prescription of only twenty years in Thailand. In addition, the prescription in the offenses with a punishment of life imprisonment is not consistent with the current state of society, causing problems such as the offender escaping, causing no being able to prosecute the offender on time or in the event that the offender cannot be identified, causing problems in the enforcement of the law. The law enforcement is not as effective as it should be and cannot prove whether the offender is guilty or innocence.

Keywords: Prescription / Litigation Prescription

บทนำ

อายุความและโทษในทางอาญานั้น เป็นบทบัญญัติที่กำหนดมาเพื่อนำตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษตามความร้ายแรงของการกระทำความผิดเพื่อให้อายุความ โทษเหมาะสม การกำหนดอายุความในการฟ้องคดีอาญานั้น เป็นระยะเวลาที่กฎหมายให้ฟ้องร้องภายในอายุความดังกล่าว โดยหลักเกณฑ์ในการกำหนดระยะเวลานั้นขึ้นอยู่กับโทษหรือความร้ายแรงของความผิดเช่นเดียวกับโทษทางอาญาที่บัญญัติขึ้นมาตามความร้ายแรงของการกระทำหากร้ายแรงมากก็จะมีโทษสูง ซึ่งในปัจจุบันมีการกระทำความผิดอาญาที่เพิ่มมากขึ้น มีความรุนแรงและวิธีกระทำความผิดที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในปัจจุบันมีการคมนาคมที่รวดเร็ว สะดวก สบายมากขึ้น ทำให้ผู้กระทำความผิดสามารถหลบหนี และทำลายหลักฐานได้โดยง่าย อาจกล่าวได้ว่า รูปแบบการกระทำความผิดมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นแต่การนำตัวผู้กระทำความผิดมาดำเนินคดีอาจยากขึ้นเนื่องจาก หากผู้กระทำความผิดอยู่ต่างประเทศจะต้องดำเนินการขอให้ส่งตัวผู้ร้ายข้ามแดน ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 95 บัญญัติว่า “ในคดีอาญา ถ้ามิได้ฟ้องและได้ตัวผู้กระทำความผิด มายังศาลภายในกำหนดดังต่อไปนี้นับแต่วันกระทำความผิดเป็นอันขาดอายุความ

(1) ยี่สิบปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต หรือจำคุกยี่สิบปี

(2) สิบห้าปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกกว่าเจ็ดปีแต่ยังไม่ถึงยี่สิบปี

(3) สิบปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกกว่าหนึ่งปีถึงเจ็ดปี

(4) ห้าปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกกว่าหนึ่งเดือนถึงหนึ่งปี

(5) หนึ่งปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หนึ่งเดือน ลงมาหรือต้องระวางโทษอย่างอื่น”

กล่าวคือ หากยังไม่ได้ฟ้องและได้ตัวผู้กระทำความผิดมายังศาล ไม่ว่าจะเป็นกรณีที่ไม่รู้ตัวผู้กระทำความผิด ไม่สามารถจับตัวผู้กระทำความผิดได้หรือวิกลจริต เกินกำหนดดังกล่าวแล้วนับแต่วันที่กระทำความผิด คดีเป็นอันขาดอายุความ ส่งผลให้ไม่สามารถฟ้องร้องและนำตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษได้หรือเรียกว่า “คดีขาดอายุความฟ้องร้อง” ทำให้สิทธินำคดีอาญามาฟ้องระงับไป ตามที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 39 บัญญัติว่า "สิทธินำคดีอาญามาฟ้องย่อมระงับไปดังต่อไปนี้

(1) โดยความตายของผู้กระทำผิด

(2) ในคดีความผิดต่อส่วนตัว เมื่อได้ถอนคำร้องทุกข์ ถอนฟ้องหรือยอมความกันโดยถูกต้องตามกฎหมาย

(3) เมื่อคดีเลิกกันตามมาตรา 37

(4) เมื่อมีคำพิพากษาเสร็จเด็ดขาดในความผิดซึ่งได้ฟ้อง

(5) เมื่อมีกฎหมายออกใช้ภายหลังการกระทำผิดยกเลิกความผิดเช่นนั้น

(6) เมื่อคดีขาดอายุความ

(7) เมื่อมีกฎหมายยกเว้นโทษ"

ซึ่งหมายความว่า หากไม่สามารถนำตัวผู้กระทำความผิดมาฟ้องร้องได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดจะไม่สามารถลงโทษผู้กระทำความผิดหรือจำเลยได้อีก

อายุความในการฟ้องคดีอาญาเป็นระยะเวลาที่กฎหมายกำหนดให้ใช้สิทธิภายในระยะเวลาดังกล่าว หากล่วงเลยระยะเวลานั้นไปแล้วก็ไม่สามารถฟ้องร้องดำเนินคดีได้อีกหรือที่เรียกอีกอย่างว่าคดีขาดอายุความ โดยทั่วไปการกำหนดอายุความฟ้องร้องจะสัมพันธ์กับหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นลักษณะความร้ายแรงของการกระทำความผิด อัตราโทษที่กฎหมายกำหนดสำหรับการกระทำความผิดนั้น ๆ รวมทั้งพิจารณาจากระยะเวลาในการรวบรวมพยานหลักฐานในคดีซึ่งกฎหมายก็จะกำหนดอายุความในการฟ้องร้องคดีที่อาจมีระยะเวลาแตกต่างกันออกไป ตามประเภทของความผิดและมีการกำหนดอายุความต่างกันในแต่ละประเทศ เว้นแต่ การกระทำความผิดบางประเภทที่ต่างประเทศจะไม่กำหนดอายุความในการฟ้องร้องคดีไว้เนื่องจากเห็นว่าเป็นความผิดที่มีความร้ายแรงสูง เช่น การกระทำความผิดอาชญากรรมฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ (Genocide) ในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (Code of Crime Against International Law) ไม่มีอายุความในการฟ้องคดี กล่าวคือสามารถนำตัวผู้กระทำความผิดมาดำเนินคดีได้ไม่ว่าระยะเวลาจะผ่านไปนานเท่าใดก็ตาม อาจกล่าวได้ว่า อายุความฟ้องร้องคดีเป็นปัญหาสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการยุติธรรมทางอาญา คือ การนำตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษ เนื่องจากหากไม่สามารถนำตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษได้ เพราะคดีขาดอายุความย่อมส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของกระบวนการยุติธรรมทางอาญา ส่งผลให้การทำงานไม่มีประสิทธิผลและการที่ไม่มีมาตรฐานทางกฎหมาย ถูกวิพากษ์วิจารณ์ถึงความไม่ชอบธรรมทางอาญาที่ไม่สามารถนำตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษได้ และปล่อยให้ผู้กระทำความผิดหลุดพ้นจากกระบวนการพิสูจน์ความผิดไปด้วยระยะเวลา ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญเพราะความผิดอาญาเป็นความผิดที่กระทบกระบวนการยุติธรรม อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยและความมั่นคงด้านต่าง ๆ ของประเทศชาติ การกำหนด อายุความในการนำตัวผู้กระทำผิดเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมจึงต้องกระทำภายในกำหนดอายุความ แต่เนื่องจากประมวลกฎหมายอาญาได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับอายุความในการกระทำความผิดไว้ในกรณีที่มีอัตราโทษสูงสุดประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิตไว้เพียงยี่สิบปี กรณีเหล่านี้เป็นการกระทำความผิดที่มีลักษณะอุกฉกรรจ์สะเทือนขวัญเป็นคดีที่มีความร้ายแรงและมีระวางโทษสูง ซึ่งกำหนดอายุความไว้สูงสุดยี่สิบปีตามมาตรา 95 ทำให้เกิดปัญหาว่าหากผู้กระทำความผิดเลือกที่หลบหนีจากการเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมหรือไม่สามารถนำตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษได้ไม่ว่ากรณีใดและล่วงเลยเวลายี่สิบปีดังกล่าวแล้ว ไม่ว่าจะเป็นประการใดจะไม่สามารถนำตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษได้ ทำให้เกิดความไม่ เป็นธรรมแก่ผู้เสียหายและญาติของผู้เสียหาย เนื่องจากคดีขาดอายุความ จะเห็นได้ว่าอายุความอาญานั้นได้บัญญัติมาเป็นระยะเวลานานซึ่งสภาพสังคมปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปมีความสะดวกมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นการหลบหนีไปต่างประเทศ การคมนาคม การติดต่อสื่อสาร สะดวก

รวดเร็ว ซึ่งง่ายแก่การที่จะหลบหนีจึงสมควรกำหนดให้คดีอาญาที่มีโทษประหารชีวิตไม่มีกำหนดอายุความในการฟ้องร้องดำเนินคดีตามมาตรา 95 เพราะหากไม่สามารถลงโทษผู้กระทำความผิดได้ย่อมส่งผลกระทบต่อรัฐและสังคมส่วนรวม ความศักดิ์สิทธิ์ของกฎหมายทำให้ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินกระบวนการยุติธรรมทางอาญาในการบังคับใช้กฎหมาย เพื่อความสงบเรียบร้อยของสังคมและความศักดิ์สิทธิ์ของกระบวนการยุติธรรมทางอาญาและให้เหมาะสมกับความผิดที่ผู้กระทำความผิดได้กระทำ ซึ่งหากไม่สามารถนำตัวผู้กระทำความผิดมาดำเนินคดีได้เนื่องจากคดีขาดอายุความอาจก่อให้เกิดความวุ่นวายหรือความไม่สงบเรียบร้อยในสังคมได้ เช่น อาจมีการแก้แค้นกันเองจากผู้เสียหาย ทำให้เกิดอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายหรือทำให้มาตรการป้องกัน ปราบปรามอาชญากรรมไม่ประสบความสำเร็จ เพราะความผิดบางประเภทหากคดีใกล้ขาดอายุความหรือต้องดำเนินการในระยะเวลาที่กระชั้นชิดจะส่งผลให้เจ้าหน้าที่ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ดีเท่าที่ควร ทำให้ไม่สามารถอำนวยความยุติธรรมแก่ประชาชนได้ตามมาตรฐานที่ได้วางไว้ ซึ่งในปัจจุบันข้อมูลสถิติคดีอาญาในประเทศไทยที่ขาดอายุความนั้นยังไม่มีหน่วยงานใดที่สามารถแสดงข้อมูลคดีอาญาที่ขาดอายุความได้เนื่องจากขาดการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบของคดีอาญาที่ขาดอายุความไปแล้ว ไม่ว่าจะเป็นคดีประเภทใด (ประเทือง ธนิยผลและคณะ, 2550)

อีกทั้งกรณีอายุความในความผิดลหุโทษ ที่ถือเอากำหนดโทษเป็นเกณฑ์ซึ่งตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 102 บัญญัติว่า “ความผิดลหุโทษ คือ ความผิดซึ่งต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ” กล่าวคือ ไม่ว่าจะเป็นความผิดลหุโทษตามประมวลกฎหมายอาญาหรือตามพระราชบัญญัติอื่นหากไม่เกินอัตราโทษดังกล่าวก็ถือว่าเป็นความผิด ลหุโทษเช่นเดียวกัน เช่น พระราชบัญญัติจราจรทางบกฯ มาตรา 67 วรรคแรก บัญญัติว่า “ผู้ขับขี่ต้องขับรถด้วยอัตราความเร็วตามที่กำหนดในกฎกระทรวงหรือตามเครื่องหมายจราจรที่ได้ติดตั้งไว้ในทาง” โดยได้กำหนดโทษไว้ในมาตรา 152 ที่มีระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท ซึ่งแม้ความผิดดังกล่าวจะเป็นความผิดที่ไม่ร้ายแรง เป็นเพียงความผิดทางปกครองแต่ส่งผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยของชุมชน อีกทั้งการกระทำดังกล่าวนั้นอาจเป็นสาเหตุให้เกิดอันตรายจากอุบัติเหตุบนท้องถนนตามมา เป็นต้น ซึ่งตามมาตรา 95 (5) กำหนดอายุความในการฟ้องร้องไว้เพียงหนึ่งปีสำหรับความผิดลหุโทษและส่วนใหญ่แล้วเป็นความผิดที่เป็นโทษปรับ อาจกล่าวได้ว่า อายุความในกรณีความผิดลหุโทษตามมาตรา 95 (5) นั้นกำหนดอายุความสั้นเกินไปทำให้ผู้กระทำความผิดอาจหลีกเลี่ยงการลงโทษหรือไม่เสียค่าปรับ เนื่องจากใช้ระยะเวลาที่ไม่นานในการหลีกเลี่ยงการลงโทษ ไม่เกิดความเกรงกลัวที่จะกระทำผิดและก่อให้เกิดผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยของชุมชนด้วยเหตุนี้จึงสมควรที่กำหนดอายุความการฟ้องร้องคดีซึ่งเป็นโทษแก่จำเลยให้เหมาะสมกับฐานความผิด ดังจะเห็นได้จากแนวคิดทฤษฎีของ Jeremy Bentham (1748-1832) แนวคิดในการบัญญัติกฎหมายต้องกำหนดบทลงโทษให้เหมาะสมกับอาชญากรรม การลงโทษเป็นมาตรการที่จำเป็นเพื่อข่มขวัญ ยับยั้งการกระทำความผิด และเพื่อป้องกันการกระทำความผิดซ้ำ ต่อต้านการลงโทษโดยวิธีการที่รุนแรง โหดร้ายที่เกินไปกว่าลักษณะแห่งความผิด (แนวคิดกฎหมายและการ

ลงโทษ) ตามแนวคิดสิทธิประโยชน์นิยม (Utilitarian) เขาเห็นว่ามนุษย์มีศูนย์รวบรวมความเพลิดเพลินและความเจ็บปวด (pleasure & pain center) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ และเขาเลือกที่จะทำในสิ่งที่เขาพอใจมากกว่าที่จะทุกข์ทรมาน ดังนั้น จึงต้องออกกฎหมายโดยอาศัยความเพลิดเพลินและความเจ็บปวดนี้เป็นบรรทัดฐานในการกำหนดโทษแต่ก่อนประกาศใช้ต้องให้ประชาชนเห็นชอบกับการกำหนดโทษนั้นก่อน (ประเทือง ธนิยผล, 2557) และเพื่อป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมตามทฤษฎีการลงโทษเพื่อป้องกันอาชญากรรม (Deterrence) หรือการลงโทษเพื่อข่มขู่ยับยั้ง ซึ่งมีพัฒนาการมาจากแนวคิดของสำนักอาชญาวิทยาดั้งเดิมซึ่งมีแนวคิดว่ามนุษย์ทุกคนมีเหตุผลและมีเจตจำนงอิสระที่จะตัดสินใจ ดังนั้น มนุษย์มักทำให้ตนเองมีความสุขและได้รับประโยชน์และหลีกเลี่ยงความเจ็บปวดมนุษย์สมควรรับผิดชอบในการกระทำของตนเองการกระทำความผิดอันเกิดจากการเลือกกระทำที่มนุษย์เห็นว่าตนได้ประโยชน์และกล้าที่จะเสี่ยงหรืออาจเกิดจากคนที่ไม่เกรงกลัวต่อกฎหมายหรือการบังคับใช้กฎหมายที่อ่อนแอการลงโทษจึงควรมีไว้เพื่อป้องกัน/ยับยั้งไม่ให้คนกระทำความผิดและกำหนดโทษไว้ (ภัทรวรรณ ทองใหญ่, 2561) เพื่อเป็นวัตถุประสงค์เพื่อสร้างประโยชน์ต่อสังคม (Social Benefits) เพราะการลงโทษใดที่สามารถยังยั้งผู้กระทำความผิดมิให้กลับไปทำผิดได้อีกและยังยั้งมิให้ผู้อื่นเลียนแบบการกระทำความผิดได้การลงโทษนั้น (ปกป้อง ศรีสนิท, 2561) ความคิดนี้มาจากแนวคิดของพวก “อรรถประโยชน์นิยม” (Utilitarianism) (ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ, 2560) ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรกำหนดอายุความเพิ่มขึ้น

เมื่อได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องปัญหาการกำหนดอายุความแล้วพบว่าการกำหนดอายุความยังไม่เหมาะสมกับฐานความผิด ส่งผลให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับบทบัญญัติและการบังคับใช้กฎหมายทำให้ไม่สามารถฟ้องร้องหรือดำเนินคดีได้ทันกำหนดเวลา ซึ่งจากการกำหนดอายุความอาญาดังกล่าวนั้นยังไม่สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบัน เป็นเหตุให้ไม่สามารถข่มขู่ ยับยั้งผู้กระทำความผิดได้ ดังต่อไปนี้

ประการแรก ปัญหาเกี่ยวกับอายุความในการกระทำความผิดที่มีระวางโทษประหารชีวิตตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 95 บัญญัติว่า “ในคดีอาญา ถ้ามิได้ฟ้องและได้ตัวผู้กระทำความผิด มายังศาลภายในกำหนดดังต่อไปนี้ นับแต่วันกระทำความผิดเป็นอันขาดอายุความ (1) ยี่สิบปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษประหารชีวิต จำคุก ตลอดชีวิต หรือจำคุกยี่สิบปี”

จากบทบัญญัติดังกล่าวจะเห็นได้ว่ากรณีที่เป็นความผิดที่มีโทษประหารชีวิตนั้นมีอายุความสูงสุดเพียงยี่สิบปีซึ่งไม่สอดคล้องกับโทษที่ส่วนใหญ่ อันเกิดจากการกระทำความผิดที่ร้ายแรงมาก เช่น กรณีฆ่าคนตายโดยเจตนา ตามมาตรา 288 หรือกรณีการฆ่าคนตายโดยไตร่ตรองไว้ก่อนหรือโดยทารุณโหดร้ายตามมาตรา 289 อันเป็นโทษที่เป็นอันตรายต่อสังคม กระทบต่อความสงบสุขของประชาชน ดังนั้น เมื่อมีการกระทำความผิดที่มีอัตราโทษดังกล่าวเกิดขึ้นและไม่สามารถนำตัวผู้กระทำความผิดหรือหาตัวผู้กระทำความผิดได้ภายในอายุความดังกล่าวก็จะไม่สามารถลงโทษผู้กระทำความผิดได้ ซึ่งส่งผลกระต่อญาติผู้เสียหาย กระทบกระเทือนต่อความรู้สึกของประชาชนทั่วไปที่ทำให้รู้สึกไม่ปลอดภัย และไม่ได้รับความยุติธรรมจากกระบวนการยุติธรรม ซึ่ง

จะเห็นได้ว่า เมื่อไม่สามารถรู้ตัวและนำตัวจำเลยหรือผู้กระทำความผิดมาฟ้องยังศาลได้ภายในอายุความยี่สิบปี ตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 95 ก็จะไม่สามารถนำตัวผู้ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดมาเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมเพื่อพิสูจน์ความผิดหรือบริสุทธิ์ได้เลย

ประการที่สอง ปัญหาเกี่ยวกับอายุความในการกระทำความผิดที่มีระวางโทษจำคุกตลอดชีวิต ตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 95 บัญญัติว่า “ในคดีอาญา ถ้ามิได้ฟ้องและได้ตัวผู้กระทำความผิด มายังศาลภายในกำหนดดังต่อไปนี้ นับแต่วันกระทำความผิดเป็นอันขาดอายุความ (1) ยี่สิบปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษประหารชีวิต จำคุก ตลอดชีวิต หรือจำคุกยี่สิบปี”

จากบทบัญญัติดังกล่าวข้างต้นนั้น อายุความในคดีที่มีโทษประหารชีวิตและจำคุกตลอดชีวิตมีอายุความเท่ากัน โดยไม่ได้แยกอายุความทั้งสองกรณีเพื่อกำหนดอายุความให้เหมาะสมกับฐานความผิด ดังเช่นกรณีที่กล่าวในปัญหาประการแรก จึงสมควรแก้ไขบทบัญญัติดังกล่าวให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบันเนื่องจากอายุความในมาตรา 95 นี้ได้บังคับใช้ตั้งแต่พ.ศ.2500 ซึ่งอายุความยี่สิบปีนั้นไม่เหมาะสมกับความผิดที่มีระวางโทษจำคุกตลอดชีวิต ไม่สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบันในการนำตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษ ส่งผลให้การบังคับใช้กฎหมายไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

ประการที่สาม ปัญหาเกี่ยวกับอายุความในการกระทำความผิดลหุโทษ ตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 95 บัญญัติว่า “ในคดีอาญา ถ้ามิได้ฟ้องและได้ตัวผู้กระทำความผิด มายังศาลภายในกำหนดดังต่อไปนี้ นับแต่วันกระทำความผิดเป็นอันขาดอายุความ (5) หนึ่งปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หนึ่งเดือนลงมาหรือต้องระวางโทษอย่างอื่น” อายุความหนึ่งปีตามมาตรานี้รวมทั้งกรณีความผิดตามประมวลกฎหมายอาญาและพระราชบัญญัติอื่น ๆ ที่มีอายุความไม่เกินกำหนดด้วย เช่น การขับรถเร็วเกินกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนดตามพระราชบัญญัติจราจรทางบกฯ มาตรา 67 วรรคแรก ที่มีโทษปรับไม่เกิน 1,000 บาทตามมาตรา 152 ซึ่งมีอายุความ 1 ปี อันเป็นความผิดลหุโทษ

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าแม้ความผิดลหุโทษจะไม่ร้ายแรงแต่การกระทำดังกล่าวนั้นก่อให้เกิดความไม่สงบสุขในสังคม อาจทำให้เกิดอุบัติเหตุร้ายแรงบนท้องถนน ซึ่งอายุความหนึ่งปีนั้นสั้นเกินไป อาจเกิดการหลีกเลี่ยงไม่ชำระค่าปรับทำให้ผู้ที่จะกระทำความผิดไม่เกรงกลัวต่อการกระทำความผิดและส่งผลให้การบังคับใช้กฎหมายไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร จึงเห็นควรให้กำหนดอายุความเพิ่มขึ้นอายุความในกรณีความเพื่อให้เกิดความเหมาะสมและส่งผลให้การบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติ แนวคิด ทฤษฎี ความเป็นมาของการกำหนดอายุความและโทษทางอาญา
2. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการกำหนดอายุความและโทษทางอาญาให้เหมาะสมกับฐานความผิด

3. เพื่อศึกษาหลักเกณฑ์การกำหนดอายุความที่เหมาะสมเกี่ยวกับอายุความของความผิดที่มีระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต และความผิดลหุโทษ

4. เพื่อศึกษาวิเคราะห์การกำหนดอายุความของต่างประเทศ ได้แก่ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับกฎหมายประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายในเรื่องอายุความเกี่ยวกับความผิดที่มีระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต และความผิดลหุโทษที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ พระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องรวมทั้งความเห็นเชิงวิชาการจากหนังสือ วารสาร บทความ เอกสาร การสัมมนาทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ ข้อมูลในอินเตอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาการกำหนดอายุความทางอาญาให้เหมาะสมกับฐานความผิดไม่ว่าจะเป็นอายุความฟ้องร้องในความผิดที่มีระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิต และอายุความฟ้องร้องความผิดลหุโทษ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ใช้ระบบกฎหมายลายลักษณ์อักษร (Civil Law System) ได้นำหลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการอายุความมาจากกฎหมายอาญาของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีโดยแบ่งอายุความออกเป็นสองประเภท คือ อายุความการฟ้องคดี และอายุความการลงโทษ ซึ่งมีหลักการทั่วไปในการใช้ “อัตรา หรือความรุนแรงของโทษ” ในการกำหนดอายุความ การกำหนดอายุความในการกระทำความผิดอาญาจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษที่จะต้องดำเนินการภายในกำหนดอายุความและการกำหนดอายุความนั้นต้องเหมาะสมกับโทษหรือฐานความผิด ซึ่งการกำหนดอายุความนั้นแยกออกตามลักษณะของคดี โดยอายุความการนำตัวผู้กระทำความผิดมาฟ้องร้องหรืออายุความก่อนฟ้องนั้นบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 95 ซึ่งบังคับใช้มาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2500 เป็นระยะเวลากว่า 62 ปีแล้วโดยยังไม่มีการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายในเรื่องอายุความเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบันที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การคมนาคม การสื่อสาร พยานหลักฐานทางนิติวิทยาศาสตร์ ฯลฯ ทำให้ผู้กระทำความผิดสามารถหลีกเลี่ยงการเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมได้ง่าย อีกทั้งการหลบหนีไม่ได้จำกัดอยู่แต่ในประเทศ ส่งผลให้ผู้กระทำความผิดที่มีฐานะทางการเงินดี มีธุรกิจอยู่ต่างประเทศสามารถหลีกเลี่ยงการเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมได้ โดยอาศัยระยะเวลาและกลับมาใช้ชีวิตตามปกติเมื่อคดีขาดอายุความ ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงพยายามที่จะวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดอายุความในการกระทำความผิดอาญาให้เหมาะสมกับฐานความผิด เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดอายุความในการกระทำความผิด

อาญาให้เหมาะสมกับฐานความผิด กรณีอายุความฟ้องร้องคดีในมาตรา 95 แห่งประมวลกฎหมายอาญา พ.ศ. 2499 เพื่อให้สอดคล้องกับความร้ายแรงของการกระทำความผิด สภาพสังคมปัจจุบัน ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้กำหนดให้รัฐบัญญัติกฎหมายเท่าที่จำเป็น ยกเลิก ปรับปรุงกฎหมายไม่มีความสอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบันและปฏิรูปประเทศในด้านกฎหมายตามมาตรา 77 ดังจะเห็นได้จากมาตรา 258 ค. กำหนดให้มีกลไกในการปรับปรุงกฎหมายระเบียบหรือข้อบังคับต่าง ๆ ง. ด้านกระบวนการยุติธรรม (2) ที่ให้รัฐดำเนินงานโดยรวดเร็วเพื่อมิให้คดีขาดอายุความ ตามมาตรา 65 ประกอบยุทธศาสตร์ชาติข้อ 4.7 ที่กำหนดให้ กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ และมีเท่าที่จำเป็น กฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับมีเท่าที่จำเป็น ทันสมัย มีความเป็นสากลมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งใช้กฎหมาย เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการพัฒนาการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ การแก้ไข ปัญหาและอุปสรรคที่นำไปสู่ความเหลื่อมล้ำด้านต่าง ๆ เอื้อต่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ และให้รัฐมีกฎหมายเท่าที่จำเป็น ยกเลิกหรือปรับปรุงกฎหมายที่หมดความจำเป็นเพื่อดำเนินไปตามยุทธศาสตร์ชาติและข้อ 4.8 ที่กำหนดให้กระบวนการยุติธรรมเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อประชาชนโดยเสมอภาค มีความเป็นกลาง น่าเชื่อถือโปร่งใส ตรวจสอบได้ กระบวนการยุติธรรมมีการบริหารที่มีประสิทธิภาพ เจ้าหน้าที่ในกระบวนการยุติธรรมมีความกล้าหาญทางจริยธรรม เป็นมืออาชีพ มีความเป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงพยายามที่จะวิเคราะห์ถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนด อายุความในการกระทำความผิดอาญาให้เหมาะสมกับฐานความผิด เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดอายุความในการกระทำความผิดอาญาให้เหมาะสมกับฐานความผิด กรณีอายุความฟ้องร้องคดีในมาตรา 95 ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเปรียบเทียบกับ กฎหมายระหว่างประเทศ กฎหมายอาญาของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีสาธารณรัฐฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา โดยการกำหนดอายุความเพิ่มขึ้น เพื่อไม่ให้ผู้กระทำความผิดที่มีความร้ายแรงในกรณีการกระทำความผิดที่มีระวางโทษประหารชีวิตหลีกเลี่ยงการเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมโดยอาศัยระยะเวลา รวมทั้งการกระทำความผิดที่มีระวางโทษจำคุกตลอดชีวิตและความผิดลหุโทษที่ยังมีอายุความที่ไม่เหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบัน อันเป็นการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ตามทฤษฎีการลงโทษเพื่อป้องกันอาชญากรรม (Deterrence) หรือการลงโทษเพื่อข่มขู่ยับยั้งผู้กระทำความผิดมิให้กลับไปกระทำความผิดและยับยั้งมิให้ผู้อื่นกระทำความผิด ดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับอายุความความผิดที่มีระวางโทษประหารชีวิต ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 95 (1) นั้นบัญญัติอายุความฟ้องคดีสูงสุดไว้เพียงยี่สิบปี ซึ่งไม่สอดคล้องกับฐานความผิดในบางกรณีที่เป็นความผิดอาญาร้ายแรง เช่น ในกรณีที่เป็นความผิดอันมีระวางโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิตและจำคุกยี่สิบปีซึ่งมีอายุความสูงสุดเพียงยี่สิบปีเช่นเดียวกัน ทำให้ในบางกรณีที่ไม่สามารถหาตัวผู้กระทำความผิดหรือไม่สามารถนำตัวผู้กระทำความผิดมาฟ้องได้ทันภายในอายุความดังกล่าวจึงไม่สามารถพิสูจน์ความผิดหรือบริสุทธิ์

ของจำเลยได้เนื่องจากคดีขาดอายุความฟ้องร้อง ซึ่งในรัฐกลางของสหรัฐอเมริกา U.S.C. Section 3281 ได้กำหนดให้คดีที่มีอัตราโทษประหารชีวิต ไม่มีอายุความในการฟ้องร้องคดี

2. ปัญหาเกี่ยวกับอายุความความผิดที่มีระวางโทษจำคุกตลอดชีวิต ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 95 (1) นั้นบัญญัติอายุความฟ้องคดีสูงสุดไว้เพียงยี่สิบปีสำหรับความผิดที่มีระวางโทษจำคุกตลอดชีวิต ซึ่งอายุความนั้นสั้นเกินไปทำให้ไม่เหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบันที่มีความเจริญก้าวหน้าทั้งด้านการสื่อสาร การคมนาคม วิทยาศาสตร์ ทำให้อายุความยี่สิบปีไม่เหมาะสมกับฐานความผิดส่งผลให้ไม่สามารถนำตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษได้ทันและไม่มีความเป็นสากลดังเช่นในประมวลกฎหมายอาญาของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี กำหนดอายุความในคดีที่มีระวางจำคุกตลอดชีวิตไว้ 30 ปีตาม Section 78(3) 1.

3. ปัญหาเกี่ยวกับอายุความความผิดลหุโทษ ตามประมวลกฎหมายอาญาความผิดลหุโทษเป็นการกระทำความผิดเล็ก ๆ น้อย ๆ ไม่มีความร้ายแรงซึ่งมีอัตราโทษไม่เกินหนึ่งเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับโดยในความผิดลหุโทษนั้น รวมทั้งโทษตามกฎหมายอื่นที่ไม่เกินอัตรานี้ด้วย ซึ่งใช้อายุความเช่นเดียวกันตามมาตรา 95 (5) บัญญัติว่า “หนึ่งปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หนึ่งเดือนลงมา หรือต้องระวางโทษอย่างอื่น” แม้การกระทำดังกล่าวจะไม่ใช่การกระทำที่ร้ายแรงและส่วนใหญ่มักจะเป็นโทษปรับก็ตาม แต่ผู้วิจัยเห็นว่า อายุความหนึ่งปีนั้นสั้นเกินไปเนื่องจากความผิดที่มีอัตราโทษที่ไม่เกินกำหนดดังกล่าวได้ใช้อายุความนี้เช่นกัน จึงควรแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายอาญาให้อายุความการกระทำความผิดลหุโทษมีอายุความที่เพิ่มขึ้นโดยกำหนดให้มีอายุความสองปี

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาเรื่องอายุความฟ้องร้องของประเทศไทยตามประมวลกฎหมายอาญา จะเห็นได้ว่า อายุความในการฟ้องร้องในความผิดที่มีอัตราโทษประหารชีวิต จำคุกตลอดชีวิตและความผิดลหุโทษนั้น ยังไม่เหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบันทำให้ไม่สามารถข่มขู่/ยับยั้งผู้กระทำความผิดได้ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้แก้ไขปัญหาดังกล่าวเพื่อป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมตามทฤษฎีการป้องกันอาชญากรรมโดยการกำหนดอายุความเพิ่มขึ้นดังนี้

1. ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับอายุความความผิดที่มีระวางโทษประหารชีวิต ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 95 (1) จากการเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยเห็นว่าควรนำมาปรับใช้กับกฎหมายไทยโดยแก้ไขปรับปรุงให้การกระทำความผิดที่มีระวางโทษประหารชีวิตให้ไม่มีกำหนดอายุความ โดยบัญญัติดังนี้ “การฟ้องคดีสำหรับความผิดที่มีโทษประหารชีวิต สามารถฟ้องได้ตลอดเวลาไม่มีอายุความ” ทั้งนี้เพื่อให้การกระทำความผิดอาญาที่มีระวางโทษสูงสุด (ประหารชีวิต) ไม่มีกำหนดอายุความเพื่อให้สามารถนำตัวผู้กระทำความผิดอาญาร้ายแรงมาฟ้องร้องได้โดยไม่มีเงื่อนไขในเรื่องอายุความ การแก้ไขปรับปรุงดังกล่าวนั้นเพื่อให้การกระทำความผิดที่มีความร้ายแรง

การกระทำโดยเจตนาต่อชีวิตผู้อื่น ให้ไม่มีกำหนดอายุความเพื่อป้องกัน ปราบปรามและลงโทษอาชญากรอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับอายุความความผิดที่มีระวางโทษจำคุกตลอดชีวิต ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 95 (1) จากการศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา กรณีการกระทำความผิดที่มีระวางโทษจำคุกตลอดชีวิต ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าควรแก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติม มาตรา 95 กรณีการกระทำความผิดที่มีระวางโทษจำคุกตลอดชีวิต โดยบัญญัติดังนี้ “สามสิบปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกตลอดชีวิต” เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายและสอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบัน

3. ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับอายุความความผิดลหุโทษ ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 95 (5) ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า ควรแก้ไขเพิ่มเติมอายุความ โดยบัญญัติดังนี้ “สองปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หนึ่งเดือนลงมาหรือต้องระวางโทษอย่างอื่น” เนื่องจากความผิดลหุโทษนั้นส่วนใหญ่จะเป็นโทษปรับ โดยอายุความเพียงหนึ่งปีนั้นสั้นเกินไป อาจทำให้เกิดการหลีกเลี่ยงไม่ชำระค่าปรับ ส่งผลให้ผู้กระทำความผิดไม่เกรงกลัว การบังคับใช้กฎหมายจึงไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควรจึงควรแก้ไขเพิ่มเติมอายุความให้มีกำหนดอายุความเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมาย

ดังนั้น จากการแก้ไขอายุความในกรกระทำความผิดอาญาทั้งสามประการข้างต้น ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 95 แก้ไขใหม่จะบัญญัติดังนี้

มาตรา 95 บัญญัติว่า “ในคดีอาญา ถ้ามิได้ฟ้องและได้ตัวผู้กระทำความผิดมายังศาลภายในกำหนดดังต่อไปนี้ นับแต่วันกระทำความผิด เป็นอันขาดอายุความ

(1) การฟ้องคดีสำหรับความผิดที่มีโทษประหารชีวิต สามารถฟ้องได้ตลอดเวลาไม่มีอายุความ

(2) สามสิบปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกตลอดชีวิต

(3) ยี่สิบปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกยี่สิบปี

(4) สิบห้าปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกกว่าเจ็ดปีแต่ยังไม่ถึงยี่สิบปี

(5) สิบปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกกว่าหนึ่งปีถึงเจ็ดปี

(6) ห้าปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกกว่าหนึ่งเดือนถึงหนึ่งปี

(7) สองปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หนึ่งเดือนลงมาหรือต้องระวางโทษอย่างอื่น

ถ้ามิได้ฟ้องและได้ตัวผู้กระทำความผิดมายังศาลแล้ว ผู้กระทำความผิดหลบหนี หรือวิกลจริต และศาลสั่งงดการพิจารณาไว้เกินกว่ากำหนดดังกล่าวแล้วนับแต่วันที่หลบหนีหรือวันที่ศาลสั่งงดการพิจารณา ก็ให้ถือว่าเป็นอันขาดอายุความเช่นเดียวกัน”

เอกสารอ้างอิง

ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ. (2560). ***กฎหมายอาญาภาคทั่วไป*** (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: วิญญูชน. หน้า 213

ปกป้อง ศรีสนิท. (2561). ***กฎหมายอาญาชั้นสูง*** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: วิญญูชน. หน้า 190

ประเทือง ธนิยผล. (2557). **อาชญาวิทยาและทัณฑวิทยา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง. หน้า 52

ประเทือง ธนิยผลและคณะ. (2550). **โครงการวิจัยเรื่อง การสืบค้นแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดอายุความทางอาญาในบริบทสังคมไทย**. หน้า93

ภัทรวรรณ ทองใหญ่. (2561). ***อาชญาวิทยาและทัณฑวิทยา***.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.หน้า 123

นวัตกรรมออกแบบและกลยุทธ์ทางการตลาด กรณีศึกษาโครงการ kiddee project กระเป๋าจากถุงน้ำยาล้างไตของกลุ่มแพทย์และอาสาสมัครที่โรงพยาบาลน่าน

Innovative design and marketing strategy; Case study of a kiddee project bag from a dialysis machine bag of doctors and volunteers at Nan Hospital

ธีรพงษ์ ชูกลิ่น
TeeraphongChookin
นพรัตน์ สุผามาลา
NopparadSuphamala
นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*
Student's Bachelor of Business Administration Program of Marketing Management,
Faculty of Management Science, Silpakorn University
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาการตลาด
Assistant Professor PhitakSiriwong
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Faculty of Management Science, Silpakorn University
อีเมล์ : teeraphongchookin@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแนวทางเพิ่มมูลค่าผ่านนวัตกรรมออกแบบผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาโครงการ Kiddee project กระเป๋าจากถุงน้ำยาล้างไต โรงพยาบาลน่าน 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของกรณีศึกษาโครงการ Kiddee project กระเป๋าจากถุงน้ำยาล้างไต โรงพยาบาลน่าน งานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยา รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้ให้ข้อมูลหลักคือ คุณเต้

ผลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ส่วนที่ 1 แนวทางการเพิ่มมูลค่าผ่านนวัตกรรมออกแบบผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบแนวทางในการเพิ่มมูลของกลุ่ม Kiddee project มีดังนี้ 1. สร้างมูลค่าเพิ่มโดยการนำวัสดุเหลือใช้มาออกแบบ 2. ออกแบบผลิตภัณฑ์ออกมาในหลายรูปแบบ 3. การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการออก

แบบให้ง่ายต่อการใช้งาน และมีเอกลักษณ์ 4. การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยกระบวนการทางการตลาด 5. การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยความเชื่อและส่วนที่ 2 กลยุทธ์ทางการตลาด พบว่ามีการใช้กลยุทธ์ในด้านต่างๆ ดังนี้ 1. กลยุทธ์ด้านราคา มีการกำหนดราคาตามธุรกิจแฟชั่นทั่วไป 2. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อกลางในการเข้าถึงผู้บริโภค และการจัดจำหน่ายสถานที่โรงพยาบาลน่าน 3. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มมีการออกแบบที่แตกต่าง การเลือกใช้วัสดุที่คงทน กันน้ำได้ และน้ำหนักเบา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ออกมาสวยงามและสมบูรณ์แบบ 4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้วิธีการให้ส่วนลดแก่ผู้ที่ซื้อในจำนวนมาก

คำสำคัญ : การเพิ่มมูลค่าผ่านนวัตกรรมการออกแบบ, กลยุทธ์ทางการตลาด

Abstract

The purpose of this research is 1) to study ways to increase value through innovation. Product Design Study project Kiddee meeting project luggage bags from dialysis. Nan Hospital 2) to study the marketing strategy of the case study project Kiddee project Bags from dialysis bags Nan Hospital This research uses phenomenal qualitative research to collect data by interviewing. And unstructured interviews Study of the documents and related research is the primary Enschede.

The results of this research are divided into 2 parts which are part 1, ways to add value through product design innovation. The results of the research found guidelines for adding Kiddee project values as follows: 1. Creating added value by using waste materials to design. 2. Designing products in many forms. 3. Creating added value with a design that is easy to use. work And unique 4. Creating added value by marketing process 5. Creating added value by belief and part 2 marketing strategy Found that the strategies used in the following areas 1. Price strategy The pricing is based on general fashion business. 2. Channel distribution strategy Use online media as a medium for reaching consumers. And distribution of locations at Nan Hospital. 3. Product Strategy The group has different designs. The selection of materials that are durable, waterproof and lightweight. To make the product come out beautiful and perfect. 4. Marketing promotion strategy Use the method of giving discounts to bulk buyers.

Keywords : adding value through design innovation, marketing strategy

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบันพบว่าปัญหาจากขยะจำนวนมากนับวันจะยิ่งเพิ่มขึ้นในทุกๆปีส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนเป็นอย่างมากจากข้อมูลกระทรวงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รายงานข้อมูลใน พ.ศ. 2560พบว่า มีปริมาณขยะถึง 27 ล้านตัน และเป็นขยะพลาสติกถึง 2 ล้านตัน โดยใช้ถุงพลาสติกประมาณ 4.5 หมื่นล้านใบต่อปี และเมื่อเทียบกับข้อมูลของโครงการสิ่งแวดล้อมสหประชาชาติ พบว่า ในแต่ละปีทั่วโลก ใช้ถุงพลาสติกมากถึง 5 แสนล้านใบ โดยเฉพาะครึ่งหนึ่งเป็นพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว งานวิจัยเมื่อปี 2560 ชี้ว่า แต่ละปีมีขยะจากทั่วโลกไหลลงสู่ทะเลกว่า 13 ล้านตัน และกว่าครึ่งหนึ่งหรือราว 8 ล้านตันเป็นขยะพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง ทั้งนี้ จีนเป็นประเทศที่ทิ้งขยะลงทะเลมากที่สุดในโลกอยู่ที่ 8.82 ล้านตัน ส่วนไทยรั้งอันดับ 6 อยู่ที่ 1.03 ล้านตัน “ขยะพลาสติก ปัญหาระดับโลก” (2562)อีกทั้งโลกกำลังเผชิญการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศ ปัญหามลภาวะของสิ่งแวดล้อม ขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติและพลังงาน และระบบเศรษฐกิจต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านอุปทานจากการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตในอนาคตทำให้หลาย ประเทศ โดยเฉพาะในสหภาพยุโรป เช่น ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ เป็นต้น ได้หันมาให้ความสำคัญกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยให้ความสำคัญเรื่องการจัดการของเสียจากการผลิตและบริโภค นำวัตถุดิบที่ผ่านการผลิตและบริโภคแล้วเข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่ (re-material) หรือ นำมาใช้ซ้ำ (reuse) ซึ่งข้อดีของเศรษฐกิจหมุนเวียนคือ ต้นทุนสินค้าต่ำ สร้างมลภาวะน้อยลง ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยลง ลดปัญหาขาดแคลนสินค้า และสร้างงานได้มากขึ้น (ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล, 2562)

ทั้งนี้องค์กรธุรกิจทั่วโลกเห็นความสำคัญของแนวคิด เศรษฐกิจหมุนเวียนและใส่ใจถึงวิถีแห่งความยั่งยืนมากขึ้น เพื่อมุ่งขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจแบบเส้นตรงมาสู่รูปแบบเศรษฐกิจหมุนเวียน แก้ปัญหาวิกฤตขาดแคลนทรัพยากรที่จะเกิดขึ้น สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2562) นอกจากองค์กรธุรกิจจะให้ความสำคัญในเรื่องกลยุทธ์ 4Rsซึ่งได้แก่ นำกลับมาใช้ใหม่(Recycle)ลดการใช้(Reduce)ใช้ซ้ำ (Reuse)และซ่อมแซมของที่เสีย (Repair)ที่ช่วยให้ตะหนักการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและช่วยลดภาวะโลกร้อน “Reduce,Reuse,Recycle,RepairและUpcycle คืออะไร” (2558)องค์กรธุรกิจยังหันมาสนใจเกี่ยวกับการยืดอายุวัสดุจากขยะ (Upcycle)ที่ช่วยให้องค์กรเข้าสู่วิถีแห่งความยั่งยืนและกลยุทธ์การยืดอายุวัสดุจากขยะออกแบบเพื่อเพิ่มเอกลักษณ์ และมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หลายธุรกิจได้นำกลยุทธ์การยืดอายุวัสดุจากขยะ เป็นหลักในการดำเนินธุรกิจเพื่อขับเคลื่อนให้องค์กรเกิดความยั่งยืน และมั่นคง

หลายองค์กรได้วางแผนกลยุทธ์การตลาดเข้ามาร่วมด้วย กับแนวคิด เศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อใช้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีบนพื้นฐานของการอยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล (รติมา คชนันทน์, 2562) การวางแผนกลยุทธ์เข้ามาร่วมก็เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและสามารถช่วยลดขยะ และแก้ไขปัญหาทางสังคมได้ การใช้การออกแบบเข้ามาช่วยในการพัฒนาปรับปรุงขยะ ออกแบบ

วัสดุให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสร้างเอกลักษณ์ จนนำไปสู่การออกแบบอย่างยั่งยืน โดยการออกแบบอย่างยั่งยืนจะมุ่นเน้นไปที่ประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพสินค้า และโอกาสทางการตลาดโดยจะพิจารณาเกี่ยวกับเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ณัฐพงษ์ คงประเสริฐ, 2558)

ในกรณีศึกษาโครงการKiddee project เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสังคมของกลุ่มแพทย์และอาสาสมัครที่โรงพยาบาลน่านได้เล็งเห็นถึงปัญหาถุงน้ำยาล้างไตที่กลายเป็นขยะ จึงเกิดแนวคิดสร้างสรรค์และมุมมองคนหลายๆ สายมาสร้างเป็นแนวคิดที่จะนำถุงน้ำยาล้างไตมาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยผ่านการออกแบบโดยคุณเต้-วิภาวัส ดาราพงศ์สถาพร โดยการออกแบบที่สวยงามทันสมัย และเข้าถึงวิถีดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มมูลค่าถุงน้ำนาล้างไตได้ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยการนำถุงน้ำยาล้างไตมายืดอายุวัสดุจากขยะให้ช้าลงแล้วมาใช้ใหม่ นำมาดัดแปลงและเพิ่มความสวยงาม เพิ่มมูลค่าให้กับถุงน้ำนาล้างไตอีก

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึงแนวทางเพิ่มมูลค่าในการออกแบบผลิตภัณฑ์และศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาด กรณีศึกษาโครงการKiddee project กระเป๋าถุงน้ำยาล้างไตโรงพยาบาลน่าน เพื่อนำองค์ความรู้นี้เป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการที่กำลังสนใจในเรื่องเศรษฐกิจแบบหมุนเวียนและการยืดอายุวัสดุจากขยะ ขยะให้สามารถตอบสนองกลุ่มผู้บริโภค การต่อยอดขยะที่ไม่ได้ใช้ทำให้เกิดมูลค่าผ่านกระบวนการ ไปจนถึงการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ตลอดจนสามารถ ทำให้เกิดรายได้ผลกำไรได้มากที่สุดและผู้วิจัยคาดหวังว่าผู้อ่านทุกท่านสามารถนำบทความ องค์ความรู้นี้ นำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

วัตถุประสงค์

1.เพื่อศึกษาแนวทางเพิ่มมูลค่าผ่านนวัตกรรมออกแบบผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาโครงการKiddee project กระเป๋าจากถุงน้ำยาล้างไตโรงพยาบาลน่าน

2.เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของกรณีศึกษาโครงการKiddee project กระเป๋าจากถุงน้ำยาล้างไตโรงพยาบาลน่าน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษานวัตกรรมออกแบบและการเพิ่มมูลค่าทางการตลาด กรณีศึกษาโครงการ Kiddee project กระเป๋าถุงน้ำยาล้างไต โรงพยาบาลน่าน

ทบทวนวรรณกรรม

นวัตกรรมการออกแบบ

นวัตกรรมการออกแบบ คือ การถ่ายทอดจิตนาการความคิด แล้วแสดงออกเป็นชิ้นงานหรือผลงานได้อย่างเป็นขั้นตอน เพื่อแสดงให้ผู้อื่นสามารถมองเห็นรับรู้สัมผัสได้ และเป็นที่เข้าใจผลงานร่วมกัน มักสอดคล้องอารมณ์ความรู้สึก นึกคิดส่วนตัวเข้าไปในผลงาน(เรวัต สุขสิกาญจน์, 2556) อีกทั้งการออกแบบจะต้องมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อความมั่นคงในทางธุรกิจ ซึ่งเป็นหลักการที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมนำไปสู่การออแบบอย่างยั่งยืน การออกแบบอย่างยั่งยืน เป็นหลักแนวคิดทางการออกแบบที่ไม่ได้มองเพียงแค่ความสวยงามที่มาพร้อมกับประโยชน์ใช้สอยเท่านั้น หากแต่คำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (สุวิทย์ วงศ์รุจิราวาณิชย์, 2557)

กลยุทธ์การตลาด

กิจกรรมทางด้านการตลาด เป็นกิจกรรมที่สำคัญต่อผู้ดำเนินการด้านธุรกิจ กิจกรรมด้านการตลาดเป็นการสื่อสารด้านผลิตภัณฑ์และบริการไปยังลูกค้า ช่วยทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้น กิจกรรมด้านการตลาดประกอบไปด้วย 4Ps ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (product)กลยุทธ์ด้านราคา (price)กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (promotion)อีกกลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญนั้นคือ กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึงวิธีการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการนำกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบมาบริหารจัดการ และประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้มีผลประกอบการที่ดีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือการเพิ่มมูลค่าของสินค้า การนำเทคโนโลยี ต่างๆมาใช้ในการประกอบธุรกิจเป็นต้น (ฐิติชัย อธิคมกุล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2558)

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยาแบบตีความเพื่อการศึกษาประสบการณ์ของบุคคลในเชิงลึก (ชมพูนุท ศรีจันทร์นิล, 2562) และอธิบายในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์และอภิปรายผลการศึกษา โดยเป็นการศึกษาการเพิ่มมูลค่าผ่านนวัตกรรมการออกแบบและการกลยุทธ์ทางการตลาด กรณีศึกษากระเป๋าถุงน้ำยาล้างไต โรงพยาบาลน่าน เพื่อเป็นแนวทางการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และเพื่อให้การดำเนินการวิจัยให้เป็นไปตามแบบแผน โดยทางผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนดังนี้ ขั้นที่ 1 ค้นคว้า รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาจากในหนังสือ เอกสาร รายงาน ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วม ขั้นที่ 2 เขียนโครงร่างการวิจัยเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาในการเขียนหัวข้อและรับข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไข ขั้นที่ 3 ดำเนินการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์ ขั้นที่ 4 นำข้อมูลทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง วิเคราะห์เนื้อหาจาก

การสัมภาษณ์ แล้วสรุปผล ขั้นที่ 5 รายงานผลทางการวิจัย เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องและรับรองการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลด้วย2 วิธีการ1. วิธีการปฐมภูมิโดยผู้ให้ข้อมูลหลัก คือคุณเต้-วิภาวัส ดาราพงศ์สถาพรทางผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อกระตุ้นให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เล่าเรื่องราวได้อย่างมีเป้าหมาย มีความเป็นธรรมชาติ และการใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างเป็นการสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างเพื่อให้ได้ซึ่งข้อมูลที่ละเอียด ไม่จำกัดคำตอบ และทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีอิสระในการตอบคำถามมากขึ้น 2. วิธีการทุติยภูมิ โดยศึกษาข้อมูล ค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องผ่านบทความจากในหนังสือ เอกสาร รายงาน และมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบไปด้วยตัวผู้วิจัยที่ศึกษาข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง การใช้อุปกรณ์ในด้านการบันทึกเสียงสำหรับจด การบันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์ การใช้ปากกา และสมุดจดร่วมด้วย การใช้แนวคำถามในการวิจัย

การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีตรวจสอบความน่าเชื่อถือแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) ของ Denizen (1970) โดยมีวิธีตรวจสอบแต่ละด้านดังนี้

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หลากหลายช่องทางที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้สัมภาษณ์กับสื่อต่างๆ เพื่อพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้ค้นคว้ามีความตรงกันและน่าเชื่อถือ

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (InvestigatorTriangulation) คือผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลกับคู่วิจัยด้วยการตรวจสอบข้อเท็จจริงจากข้อมูล จากแหล่งอ้างอิงที่ต่างๆ ในการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะจดบันทึกและนำข้อมูลมาเปรียบเทียบ

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (TheoryTriangulation) คือตรวจสอบแนวคิดและทฤษฎีแตกต่างไปจากเดิม โดยการใช้แนวคิดที่มีความเกี่ยวเนื่องกับเนื้อหาเพื่อให้ได้แนวคิดการวิจัยที่แปลกใหม่

4. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์และการสัมภาษณ์ แล้วนำมาวิเคราะห์และเรียบเรียงเข้าด้วยกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำเข้าข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และแบบไม่มีโครงสร้าง มาวิเคราะห์ข้อมูล แบบสร้างข้อสรุป ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์แบบพรรณนา (Analytic Descriptive) คือวิธีตีความ สร้างข้อสรุป จากข้อมูลรูปธรรมหรือปรากฏการณ์ที่มองเห็น เช่นการแสดงบทบาท และการรวมกลุ่มของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เพื่อบรรยายลักษณะของผู้ถูกสัมภาษณ์เมื่อผู้วิจัยได้เห็นรูปธรรม หรือเหตุการณ์หลายๆ เหตุการณ์ ก็ลงมือสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัย

1.แนวทางการเพิ่มมูลค่าผ่านนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ โครงการ kiddee project กระเป๋าจากถุงน้ำยาล้างไตโรงพยาบาลน่าน

พบว่าโครงการ kiddee project กระเป๋าจากถุงน้ำยาล้างไตโรงพยาบาลน่าน มีจุดเริ่มต้นมาจากพี่ชายคุณเต้ ที่เป็นหมอของโรงพยาบาลน่านได้เล็งเห็นถึงปัญหาถุงน้ำยาล้างไตของผู้ป่วยมีจำนวนมากโดยเฉลี่ยการใช้ถุงน้ำยาล้างไตของผู้ป่วยต่อคนอยู่ที่ 6-8 ถุงต่อวัน โดยการแยกขยะของโรงพยาบาลจะเป็นหน้าที่ของกลุ่มจิตเวชและกลุ่มผู้อาสา ในกลุ่มผู้ป่วยจิตเวชเปรียบเสมือนเป็นการเสริมสร้างคุณค่าให้กับตัวผู้ป่วยเองอีกทั้งผู้ป่วยยังมีรายได้จากการแยกขยะอีกด้วยพี่ชายคุณเต้จึงเกิดแนวคิดในการพัฒนาและแนวคิดที่จะนำขยะไปต่อยอด โดยการนำถุงน้ำยาล้างไต มาทำเป็นกระเป๋าซึ่งเป็นความคิดแรกที่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรเพราะในเรื่องการออกแบบที่ธรรมดา ไม่ถูกใจผู้บริโภค พี่ชายคุณเต้ จึงให้คุณเต้มาช่วยในการออกแบบแนวคิดการพัฒนากระเป๋ารูปลักษณ์ในการออกแบบที่สวยงามและทันสมัยมากขึ้นซึ่งคุณเต้ได้มีประสบการณ์ด้านนี้อยู่แล้ว มีการใช้วัสดุผ้าเคลือบPVC เข้ามาร่วมด้วยซึ่งเป็นผ้าที่กันน้ำได้ และมีน้ำหนักเบาเข้ามาใช้ร่วมกับถุงน้ำยาล้างไต ผู้ป่วยโรคไตจะนำถุงน้ำยามาให้กับโรงพยาบาล ทำความสะอาดเรียบร้อย แล้วนำมาให้กับทางโรงพยาบาลจะทำการชั่งกิโลแล้วนำเงินมอบไห้กับผู้ป่วยโรคไต เป็นการส่งเสริมให้ผู้ป่วยมีรายได้เพิ่มขึ้นจากนั้นทางโรงพยาบาลจะนำถุงน้ำยาล้างไตไปมอบให้กับกลุ่มที่ทำโครงการ Kiddee project ทางกลุ่มก็จะนำไปให้โรงงานผู้ผลิตแล้วส่งมาให้ทางกลุ่ม ขายและกระจายสินค้า โดยมีหลักการเพิ่มมูลค่าผ่านนวัตกรรมการออกแบบของกลุ่ม kiddee project มีดังนี้

การสร้างมูลค่าเพิ่มของกลุ่ม kiddee project โดยมีดังนี้

1สร้างมูลค่าเพิ่มโดยการนำวัสดุเหลือใช้มาออกแบบกลุ่ม kiddee project นำวัสดุถุงน้ำยาล้างไตมาออกแบบพร้อมกับผ้า PVC ที่มีน้ำหนักเบา ซึ่งเมื่อออกแบบมีความเทียบเท่ากับกระเป๋าแบรนด์อื่นแล้วจึงส่งให้โรงงานผลิต

2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ออกมาในหลายรูปแบบเนื่องด้วยไม่ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน จึงออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย อาทิเช่น กระเป๋าสะพายข้าง กระเป๋าถือกระเป๋าสตางค์ กระเป๋าดินสอเป็นต้นเข้ากับทุกเพศ ทุกวัย

3 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการออกแบบให้ง่ายต่อการใช้งานและมีเอกลักษณ์

4 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการกระบวนการทางการตลาด โดยกลุ่ม kiddee project สร้างมูลค่าเพิ่มผ่านช่องทางการตลาดโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook เป็นสื่อกลางเชื่อมระหว่างกลุ่มเป้าหมายและผู้จัดจำหน่าย และทางกลุ่มkiddee project ยังจัดจำหน่ายกระเป๋าที่โรงพยาบาลน่านอีกด้วย

5 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยความเชื่อกลุ่ม kiddee project ได้ให้หลักการกับกระเป๋าถุงน้ำยาล้างไตที่ได้ออกแบบ ว่า เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าจากเราไปผู้บริโภคจะได้ทั้งกระเป๋าที่สวยงามและคงทนไปใช้และก็จะได้บริจาคส่งเสริมแก่ผู้ป่วยผู้ยากไร้อีกด้วย ซึ่งในส่วนของที่เป็นรายได้หรือกำไรจากการขายทั้งหมดทางกลุ่มยึดหมั่นนำไปบริจาคให้แก่ผู้ป่วยยากไร้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ให้ความสนับสนุนเป็นอย่างดี

2.กลยุทธ์ทางการตลาดของกรณีศึกษากระเป๋าจากถุงน้ำยาล้างไตโรงพยาบาลน่าน

กลยุทธ์ทางการตลาด (4P’s) ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าถุงน้ำยาล้างไต ดังนี้

1.กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

กลุ่ม kiddee project มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง ทั้งด้านคุณภาพ และรูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เข้ามาเสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคได้นำไปใช้งานแล้วเกิดความรู้สึกที่คุ้มค่า อีกทั้งออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความคงทนมีน้ำหนักเบา ไม่ขาดง่าย

2.กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

ใช้วิธีการคิดต้นทุนกำไรแบบธุรกิจแฟชั่นทั่วไปซึ่งที่ได้กำหนดราคานี้ด้วยเหตุเ มีบริษัทใหญ่ๆ ที่เขารับซื้อจากทางกลุ่มไปแจกในเทศกาลต่างๆ ทำให้ทางกลุ่ม kiddee projectสามารถลดให้ได้หากซื้อกระเป๋าในจำนวนมาก ในส่วนของราคาทางกลุ่มมีการคิดราคาค่าเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับถุงน้ำยาล้างไตที่ใช้ไม่ได้รวมอยู่ด้วย

3.กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สถานที่ช่องทางจัดจำหน่อยทางกลุ่ม kiddee project ใช้สถานที่จัดจำหน่อยโรงพยาบาลน่าน เพราะไม่เสียค่าใช้จ่ายในการจัดวางสินค้า และเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์Facebook เข้ามาช่วยกระจายข้อมูลข่าวสารและจัดจำหน่าย

4.กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ทางกลุ่ม kiddee project ไม่ได้ดี Promotion หลักแต่สามารถต่อของราคา ในแต่ละรอบของการซื้อสินค้าในจำนวนมากทางกลุ่มมีการให้สัมภาษณ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและการดำเนินงานของกลุ่มผ่านสื่อต่างๆ เช่นรายการทีวี เป็นต้น

อีกกลยุทธ์ที่ทำให้ทางกลุ่มมีความประสบความสำเร็จ คือการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมี

ด้วยรูปแบบที่แตกต่างกันมีความคงทนกว่า เบากว่า และมีความสวยงาม ที่สามารถเข้ากับ ทุกเพศ ทุกวัยได้จึงทำให้เป็นจุดที่ดึงดูดผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี สะท้อนให้เห็นว่าขยะมีประโยชน์ และสามารถทำให้สวยงามเอาไปใช้ได้จริง อีกทั้งเมื่อผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าจึงเกิดการบอกต่อกัน ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการจัย

ผลการวิจัยเรื่องนวัตกรรมออกแบบและการเพิ่มมูลค่าทางการตลาด กรณีศึกษาโครงการKiddee project กระเป๋าถุงน้ำยาล้างไต โรงพยาบาลน่าน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ 1) แนวทางเพิ่มมูลค่าผ่านนวัตกรรมออกแบบผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์ทางการตลาดของกรณีศึกษาโครงการKiddee project

การสร้างมูลค่าเพิ่ม

กลุ่มkiddee project ได้สร้างมูลค่าเพิ่มโดยการนำขยะที่ไม่สามารถใช้ซ้ำได้ของโรงพยาบาลมา ยืดอายุวัสดุให้สวยงามทนทาน แข็งแรง และสามารถใช้งานได้จริง โดยผ่านกระบวนการ ทำความสะอาด จากผู้ป่วยโรคไตที่มาให้ แล้วโรงพยาบาลก็คัดแยก จึงนำมาส่งให้กลุ่ม kiddee project และแปรรูปเป็นกระเป๋า

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลุ่ม kiddee project ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เข้ามามีบทบาทในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น พร้อมทั้งกำหนดราคาที่สมเหตุสมผล การคิดต้นทุนกำไรแบบกระเป๋าแฟชั่นทั่วไป พร้อมทั้งการให้ส่วนลดแก่ผู้ที่ซื้อสินค้าจำนวนมาก ซึ่งที่กล่าวมามีความสอดคล้องกับ Phillip Kotler ที่กล่าวว่า การตลาดนั้นสามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่อะไรก็ได้ นับตั้งแต่สินค้าไปจนถึงความคิด ซึ่งเรียกกันว่าการตลาดเชิงสังคม เป็นการตลาดที่ไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรแต่อยากปลูกฝังควมคิด หรือพฤติกรรมบางอย่างที่เห็นว่าดีแก่ผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

กลุ่ม kiddee project ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่นอกเหนือจากโรงพยาบาล และเพิ่มการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เกิดความต้องการ และน่าสนใจของผู้บริโภค มีการจัดกิจกรรมทางการตลาด เช่น การออกบูธ หรือจัดอีเว้นท์ เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภค ตระหนักถึงปัญหาของขยะที่มีจำนวนมาก และเพื่อเป็นการส่งเสริมแนวคิดแก่ผู้ประกอบการ SME

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าจากวัสดุเหลือใช้

เอกสารอ้างอิง

NoppadonSukpracha. (2558). Reduce, Reuse, Recycle, Repair และ Upcycle คืออะไร. สืบค้นเมื่อวัน 5 มกราคม 2563, จาก https://www.iurban.in.th/diy/reduce-reuse-recycle-repair-upcycle/

รติมา คชนันทน์. (2562). เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy). สืบค้นเมื่อวัน 2 มกราคม 2563, จาก https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2562/hi2562-010.pdf

ณัฐพงษ์คงประเสริฐ. (2558). การออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า. สืบค้นเมื่อวัน 2 มกราคม2563, จาก http://ejournals.swu.ac.th/index.php/SwuENGj/article/download/5473/5127

ปรีดา ศรีสุวรรณ์ และพัดชา อุทิศวรรณกุล. (2562). การออกแบบแฟชั่นยั่งยืน. สืบค้นเมื่อวัน 2 มกราคม 2563, จาก https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/182016/150851

ผศ.ดร.ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา. (2560). การคิดเชิงออกแบบ:เรียนรู้ด้วยการลงมือทำ.//สืบค้นเมื่อวัน 31 ธันวาคม 2562, จาก http://resource.tcdc.or.th/ebook/Design.Thingking.Learning.by.Doing.pdf

ฐิติชัย อธิคมกุลชัยและวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558).การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจรับซื้อขยะรีไซเคิลในจังหวัดนครปฐมวารสารVeridian E-Journal,Slipakorn University

เรวัต สุขสิกาญจน์. (2556). นวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม. สืบค้นเมื่อวัน 5 มกราคม 2563, จาก/http://gcen1.blogspot.com/2013/03/innovation-innovare-2547-hughes1987.html?m=1

ส.อ.ถนอม บริคุต. (2557). แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด. สืบค้นเมื่อวัน 5 มกราคม 2563,จาก https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-1-%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94%E0%

B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2/

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล. (2561). บทบรรณาธิการวารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 10 ฉบับที่ 1;'

ขยะพลาสติก ปัญหาระดับโลก. (1 พฤษภาคม 2562). กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้นเมื่อวัน 2 มกราคม 2563 จาก https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/820466?fbclid=IwAR33pTfFJLUVvxOjbiQeuRC6hsm5q_So7zz9mINXjjCDXvMT6JdZHAY5Fxs

อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ที่มีต่อทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น

Influences of online marketing communication through micro influencer on attitude and purchase intention toward cosmetic products among early-working female consumers

เจนจิรา สลาสเรเก่น
Jenjira Schlagregen
นิสิตปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Communication Arts and Information, Faculty of Humanities, Kasetsart University
รองศาสตราจารย์นธกฤต วันต๊ะเมล์, Ph.D.
Associate Professor Nottakrit vantamay, Ph.D.
ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมุนษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University
อีเมล์: s.jenjira@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลการเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ที่มีต่อ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีการใช้การเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้นต่อ ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภคหญิงวัยทำงานตอนต้น ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเคยเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis) ได้แก่การวิเคราะห์ถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์เป็นบางครั้ง ($\bar{x}$ = 2.92) ระดับทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในระดับเห็นด้วย ($\bar{x}$ = 3.72) และระดับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.44) 2) การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลุเอนเซอร์มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ได้แก่ เฟสบุ๊ค (Facebook) โดยมีค่าอิทธิพล .287 (β = .287) บล็อก (Blog) โดยมีค่าอิทธิพล .295 (β = .295) และชุมชนออนไลน์ (Online Community) โดยมีค่าอิทธิพล .126 (β = .126) และการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลุเอนเซอร์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ เฟสบุ๊ค (Facebook) โดยมีค่าอิทธิพล .322 (β = .322) ทวิตเตอร์ (Twitter) โดยมีค่าอิทธิพล .145 (β = .145) บล็อก (blog) โดยมีค่าอิทธิพล .204 (β = .204) 3) ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีการใช้การเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้นมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภคหญิงวัยทำงานตอนต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .655 (β = .655) ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นประโยชน์ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาดออนไลน์, ไมโครอินฟลูเอนเซอร์, ทัศนคติ, ความตั้งใจซื้อ, ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง , ผู้บริโภคหญิงวัยทำงานตอนต้น

Abstract

The purposes of this research study 1) the exposure of online marketing communication through micro influencer on attitudes and purchase intentions toward cosmetic products among early-working female consumers. 2) The exposure Influences of online marketing communication through micro influencer on attitudes and purchase intentions toward cosmetic products among early-working female consumers. 3) The influence of attitudes on cosmetic products of online marketing communication through micro influencer among early-working female consumers purchase intention to buy cosmetic products among early-working female consumers. This research is the quantitative research collected the data by survey 400 sample to analyze descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation, to analyze inferential statistics analysis by multiple regression analysis and simple regression analysis.

The results of the research 1) the sample survey is exposure of online marketing communication through micro influencer sometimes. ($\bar{x}$ = 2.92). The level of attitudes toward cosmetic products at a moderate level ($\bar{x}$ = 3.72) and the level of purchase intention to buy

cosmetic products at a high level ($\bar{x}$ = 3.44) 2) online marketing communication through micro influencer has an influence on attitude such as Facebook .287 (β = .287), Blog .295 (β =. 295) and Online Community .126 (β = .126) and online marketing communication through micro influencer the intention to buy Facebook .322 (β = .322) Twitter (Influence. 145 (β = .145). Blog .204 (β = .204) 3) Attitude towards cosmetic products that used online marketing communication through micro influencer has influenced intention to buy products Cosmetics among early-working female consumers .655 (β = .655). The results of this research can be useful in marketing communication planning through micro influencers.

Keywords: online marketing communication ,micro influencer ,attitude ,purchase intention ,cosmetic products ,early-working female consumers

บทนำ

ในสังคมที่โลกออนไลน์กำลังเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ คงปฏิเสธไม่ได้ว่า สื่อออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อเราในทุกขณะ ตั้งแต่ตื่นเช้าจนกระทั่งเข้านอน อีกทั้งความรวดเร็วและความสะดวกสบายของโลกออนไลน์ยังถูกนำมาใช้ประโยชน์กับกลุ่มคนทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ที่กำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย เพราะสามารถทำให้ผู้อื่นรู้จักเราหรือสินค้าของเราได้อย่างกว้างขวาง การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) คือ การทำการตลาดในสื่อออนไลน์ เช่น โฆษณา Facebook , โฆษณา Google , โฆษณา Youtube , โฆษณา Instagram มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อทำให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น Social Marketing คือ การตลาดที่ทำผ่าน Social Network ต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ค (Facebook) , ทวิตเตอร์ (Twitter) , อินสตาแกรม (Instagram) , พินเทอเรส (Pinterest) เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ , 2562) ซึ่งการสื่อสารการตลาดออนไลน์ทางโซเชียลมีเดียกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะมีสถิติการใช้งานสูงกว่าแหล่งออนไลน์ประเภท ข้อมูลตัวเลขและพฤติกรรมการใช้แอพผลิเคชั่นออนไลน์จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เผยว่า ยอดการใช้โซเชียลมีเดียของคนไทยในปี 2561 คือ ยูทูป (Youtube) 98.8 % , (Line) 98.6 % , (Facebook) 96.0 % , (Instragram) 67.2 % , (Pantip) 64.2 % , (Twitter) 43.0 % นอกจากใช้โซเชียลมีเดีย , อีเมล , ค้นหา , และดูหนังฟังเพลงแล้ว คนไทยนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการ ช็อปปิ้งออนไลน์และทำธุรกรรมทางการเงิน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561)

อินฟลูเอนเซอร์มาร์เก็ตติ้ง (Influencer Marketing) หรือการทำตลาดที่โดยมากอาศัยบุคคลเป็นที่เชื่อถือของกลุ่มเป้าหมายการตลาดของแบรนด์ เพื่อเป็นตัวกลางในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ภายใต้วัตถุประสงค์หรือแคมเปญต่างๆ ยิ่งในยุคที่ดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งที่สังคมพึ่งพาโซเชียลมีเดียเป็นแหล่งข้อมูลหลัก

ในการดำเนินชีวิต ยิ่งทำให้คนส่วนใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อ ของตัวเองทั้งที่รู้ตัวและอาจจะไม่รู้ตัว จากการติดตามข้อมูลเหล่านี้อยู่เป็นประจำในโลกโซเชียลทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ในปัจจุบันผู้มีอิทธิพลจากโลกออนไลน์มีอยู่มากมายและหลากหลาย บุคคลหรือแบรนด์เหล่านั้นมีผู้ติดตามในเชิงของปริมาณที่ใช้เป็นตัวชี้วัดได้ ไมโครอินฟลูเอนเซอร์ เทรนด์การตลาดออนไลน์ดังกล่าวเริ่มแพร่หลายตั้งแต่ช่วงปี 2558 โดยเริ่มจากการใช้ ดารานักแสดงคนดังที่เป็นที่รู้จัก และพรีเซ็นเตอร์ และมีพัฒนาการของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์เพิ่มขึ้นทั้งบล็อกเกอร์ และยูทูปเบอร์ เน็ตไอดอลที่เน้นการให้ข้อมูลในรูปแบบประสบการณ์ หรือการรีวิว ที่เข้าถึงง่าย ผู้บริโภคให้ความเชื่อมั่นสูง และคาดว่ากลุ่มไมโครอินฟลูเอนเซอร์ (Micro Influencer) ที่มียอดผู้ติดตามระหว่าง 10,000 -100,000 คน ในช่องทางโซเชียลมีเดียเช่น เฟสบุ๊ค (Facebook) , ยูทูป (Youtube) , อินสตาแกรม (Instagram) , ทวิตเตอร์ (Twitter) , บล็อก (Blog) , ชุมชนออนไลน์ (Online Community) จะมีแนวโน้มทรงอิทธิพล และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค ในปี 2562 เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มักมีลักษณะพิเศษคือ มีความถนัดเฉพาะด้าน มีชื่อเสียงเฉพาะกลุ่ม และเป็นตัวของตัวเอง ทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และมักจะได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภคที่มากกว่ากลุ่มธุรกิจสินค้าและบริการที่มีความซับซ้อนเข้าใจได้ยาก และต้องการความน่าเชื่อถือสูงอย่าง กลุ่มธุรกิจการเงินการลงทุน กลุ่มสุขภาพ และกลุ่มไอที มีแนวโน้มจะหันมาใช้การตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสามารถให้ข้อมูลเชิงลึก ด้วยการสื่อสารที่เข้าใจได้ง่ายกว่า สื่อการตลาดรูปแบบเดิมๆ ทั้งยังประหยัดงบประมาณการลงทุนจำนวนมาก (ธนพล ทรัพย์สมบูรณ์ , 2559)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ที่มีต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น โดยใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียผ่านทางเฟสบุ๊ค (Facebook) , ยูทูบ(Youtube) , อินสตาแกรม (Instagram) , ทวิตเตอร์ (Twitter) , บล็อก (Blog) , ชุมชนออนไลน์ (Online Community) ในการเปิดรับข่าวสารของไมโครอินฟลูเอนเซอร์ เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักธุรกิจ นักการตลาด และนักโฆษณา ในการนำไปใช้ในการทำการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.เพื่อศึกษาการเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น

2.เพื่อศึกษาอิทธิพลการเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ที่มีต่อ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีการใช้การเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้นต่อ ความตั้งใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภคหญิงวัยทำงานตอนต้น

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยมีประเด็นดังนี้

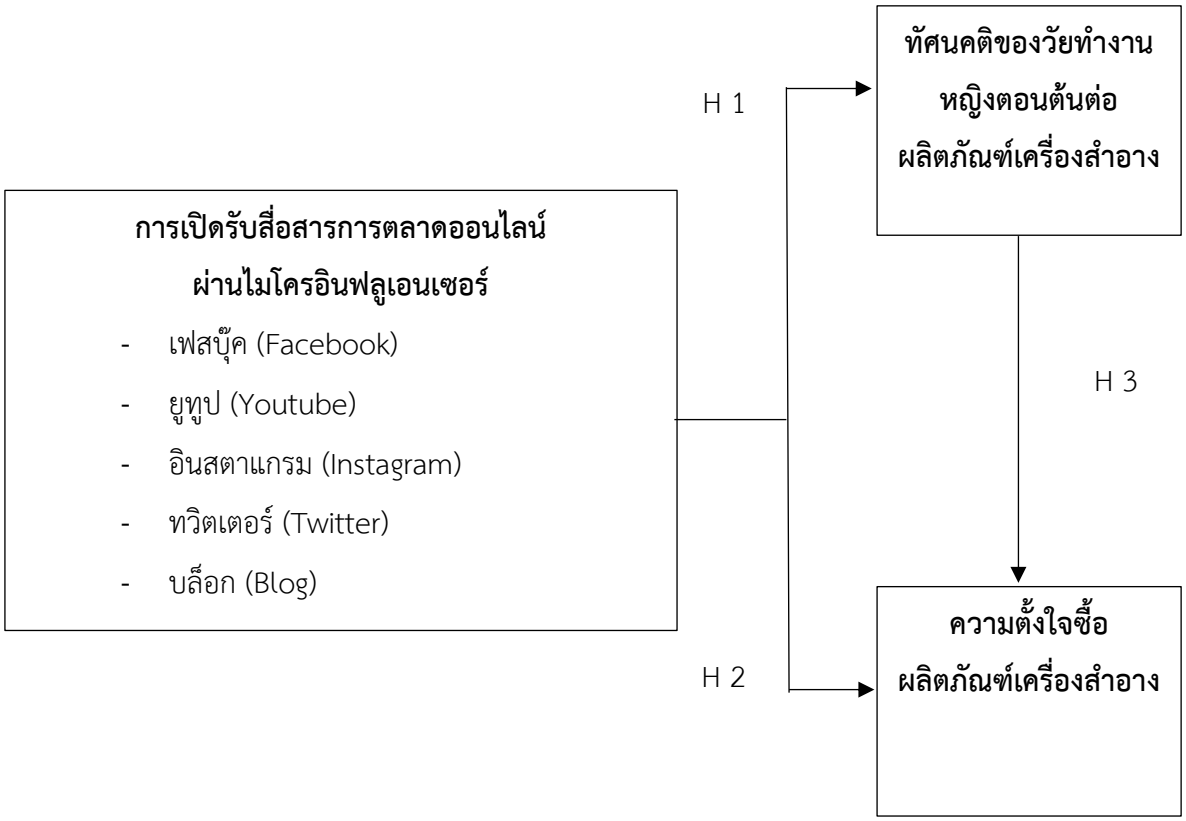
1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ (Influences of online marketing communication) Kitchen และ Pelsmacker (2004) กล่าวว่า การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) หรือ การตลาดออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing) หรือ การสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Communication) ว่าหมายถึงการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ โทรทัศน์ที่สามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ในโปรแกรมการสื่อสารการตลาด

2.แนวคิดเกี่ยวกับไมโครอินฟลูเอนเซอร์ (micro influencer) ผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นแหล่งอ้างอิงข้อมูลของผู้บริโภค ในการกำหนดค่านิยม (Value) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Behavior) หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง (Shiffman & Kanuk, 2004) สำหรับผู้ทรงอิทธิพลในสื่อออนไลน์ หมายถึง การใช้ผู้มีอิทธิพลด้านความคิด ในสื่อออนไลน์ให้เป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลของสินค้าและบริการออกไปในวงกว้าง ซึ่งปรากฏได้หลายรูปแบบ

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude) ณัฏฐ์ชุดา วิจิตรจามรี (2556) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ สภาวะที่แสดงพฤติกรรมตอบสนอง ต่อสิ่งของ บุคคล หรือ ประเด็นไปในทางที่ชอบหรือไม่ชอบ สนับสนุนหรือคัดค้าน เป็นภาวะทาง จิตใจที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยตรงแต่พฤติกรรมที่แสดงออกจะเป็นตัวบ่งบอกถึงทัศนคติ ซึ่งเป็น ผลมาจากการประเมินที่ต้องอาศัยการเรียนรู้หรือประสบการณ์

4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) Kim & Pysarchik (2000) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อ หมายถึง ช่วงที่ผู้บริโภคพร้อมที่จะเลือกทางเลือกใดก็ตามที่ดีที่สุด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคโดยการซื้อสินค้าของผู้บริโภคอาจไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นการซื้อผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าให้ตรงกับความต้องการที่เกิดขึ้น ความตั้งใจซื้อเป็นเพียงโอกาสที่จะนำไปสู่การซื้อจริง

กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

1. การเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์มีอิทธิพลต่อทัศนคติของวัยทำงานหญิงตอนต้นต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
2. การเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
3. ทัศนคติของวัยทำงานหญิงตอนต้นต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างคือ วัยทำงานหญิงตอนต้นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 25 – 34 ปี ที่เปิดรับข่าวสารผ่าน ไมโครอินฟลูเอนเซอร์อย่างน้อย 1 ครั้ง ในรอบ 6 เดือน ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยทำการแบ่งประชากรกลุ่มวัยทำงานหญิงตอนต้นที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ออกเป็น 3 พื้นที่ ใช้วิธีการคัดเลือกตัวแทนแต่ละเขตการปกครองทั้งหมด 10 เขต ดังนี้

1.1. เขตชั้นใน 4 เขต ได้แก่ เขตคลองสาน เขตสาทร เขตปทุมวัน เขตจตุจักร

1.2. เขตชั้นกลาง 4 เขต ได้แก่ เขตทุ่งครุ เขตบางแค เขตลาดพร้าว เขตบางนา

1.3. เขตชั้นนอก 2 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน

2. การสุ่มแบบชั้นภูมิตามสัดส่วนจริง (Proportional Stratified Sampling) คำนวณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเขตเป็นไปตามสัดส่วนประชากรในแต่ละเขตพื้นที่ ที่เปิดรับข่าวสารผ่าน ไมโครอินฟลูเอนเซอร์อย่างน้อย 1 ครั้ง ในรอบ 6 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 1.การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) ผู้วิจัยใช้การอธิบายในลักษณะความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ ที่มีต่อทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น 2.การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis) ดังนี้ การวิเคราะห์ถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ซึ่งสามารถพิสูจน์สมมติฐานแต่ละสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)เพื่อทดสอบตัวแปรอิสระได้แก่ การเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ ได้แก่ เฟสบุ๊ค (Facebook) , ยูทูบ (Youtube) , อินสตาแกรม (Instagram) , ทวิตเตอร์ (Twitter) , บล็อก (Blog) , ชุมชนออนไลน์ (Online Community) โดยทำการวิเคราะห์ตามสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ลักษณะด้านประชากร

โดยวัยทำงานหญิงตอนต้นส่วนใหญ่อายุ 25 – 29 ปี ร้อยละ 73 มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 73 และทำงานในบริษัทเอกชนถึงร้อยละ 54 และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาทร้อยละ 35.3

ตอนที่ 2 การเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์เป็นบางครั้ง ($\bar{x}$ = 2.92, S.D. = 0.78) ระดับทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในระดับเห็นด้วย ($\bar{x}$ = 3.72, S.D. = 0.56) และระดับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.44, S.D. = 0.82)

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

3.1 สมมติฐานที่ 1 ตารางที่ 1 การเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์มีอิทธิพลต่อทัศนคติของวัยทำงานหญิงตอนต้นต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Rating scale)

ตัวแปรอิสระ	b	β	t	Sig
1. Facebook	.188	.287	5.080	.000*
2. Youtube	0.48	.082	1.403	.161
3. Instagram	.021	.038	.673	.501
4. Twitter	.019	.045	.849	.396
5. Blog	.147	.295	5.436	.000*
6. Online Community	.059	.126	2.263	.024*
R = .507 , Adjusted R^2 = .246 , F = 22.669 , sig F = .000*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่าเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นให้คงที่ มีเพียง 3 ตัวแปรมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ได้แก่ เฟสบุ๊ค (Facebook) โดยมีค่าอิทธิพล .287 (β = .287) บล็อก (Blog) โดยมีค่าอิทธิพล .295 (β = .295) และชุมชนออนไลน์ (Online Community) โดยมีค่าอิทธิพล -.126 (β = -.126) นอกจากนี้กลุ่มของตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการแปรผันของตัวแปรตามได้อย่างถูกต้องร้อยละ 24.6 (Adjusted R^2 = .246)

3.2 สมมติฐานที่ 2 ตารางที่ 2 การเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Likert scale)

ตัวแปรอิสระ	b	β	t	Sig
1. Facebook	.310	.322	6.150	.000*
2. Youtube	.046	.054	1.000	.318
3. Instagram	.073	.090	1.719	.086
4. Twitter	.090	.145	2.972	.003*
5. Blog	.149	.204	4.049	.000*
6. Online Community	.007	.010	.202	.840
R = .600 , Adjusted R^2 = .350 , F = 36.852 , sig F = .000*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่าเมื่อควบคุมตัวแปรอิสระตัวอื่นให้คงที่ มีเพียง 3 ตัวแปรมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ ได้แก่ เฟสบุ๊ค (Facebook) โดยมีค่าอิทธิพล .322 (β = .322) ทวิตเตอร์ (Twitter) โดยมีค่าอิทธิพล .145 (β = .145) บล็อก (blog) โดยมีค่าอิทธิพล .204 (β = .204) นอกจากนี้ กลุ่มของตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการแปรผันของตัวแปรตามได้อย่างถูกต้องร้อยละ 35 (Adjusted R^2 = .350)

3.3 สมมติฐานที่ 3 ตารางที่ 3 ทัศนคติของวัยทำงานหญิงตอนต้นต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Rating scale)

สมมติฐาน	a	b	t	beta	Sig
ทัศนคติของวัยทำงานหญิงตอนต้นต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	.134	.962	17.314	.655	.000*
R^2 = .428 , F = 299.777 , Sig F = .000*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่ายพบว่า ทัศนคติของวัยทำงานหญิงตอนต้นต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .655 (β = .655) นอกจากนี้ทัศนคติของวัยทำงานหญิงตอนต้นต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสามารถอธิบายความแปรผันของความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้อย่างถูกต้องร้อยละ 42.8 (R^2 = .428)

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปและอภิปลายผลตามสมมติฐาน ดังนี้

ส่วนที่ 1 จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ได้แก่ บล็อก (Blog) โดยมีค่าอิทธิพล .295 (β = .295) เฟสบุ๊ค (Facebook) โดยมีค่าอิทธิพล .287 (β = .287) และชุมชนออนไลน์ (Online Community) โดยมีค่าอิทธิพล -.126 (β = -.126) ซึ่งหากผู้ประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางต้องการสร้างทัศนคติที่ดีผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์ บล็อก (Blog) เฟสบุ๊ค (Facebook) และชุมชนออนไลน์ (Online Community) เพราะในปัจจุบันไมโครอินฟลูเอนเซอร์มีหลากหลายช่องทางในการนำเสนอคอนเทนต์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นทางเฟสบุ๊คแฟนเพจ กลุ่มเฟสบุ๊ค บล็อกรีวิวเครื่องสำอาง จีบัน พันทิป ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kamins (1990) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ความน่าสนใจ การดึงดูดของไมโครอินฟลูเอนเซอร์ ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิด

ทัศนคติที่ดีต่อสินค้า เช่นเดียวกับ Locke & Horowitz (1990) กล่าวว่า ความคล้ายคลึงกันจะช่วยเพิ่มความดึงดูดในการเลือกใช้ไมโครอินฟลูเอนเซอร์เพื่อเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่ 2 จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ ได้แก่ เฟสบุ๊ค (Facebook) โดยมีค่าอิทธิพล .322 (β = .322) บล็อก (blog) โดยมีค่าอิทธิพล .204 (β = .204) และทวิตเตอร์ (Twitter) โดยมีค่าอิทธิพล .145 (β = .145) ซึ่งนักการตลาดหรือนักโฆษณาหากต้องการเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ใช้ไมโครอินฟลูเอนเซอร์ในการ นำเสนอข้อมูลแปลกใหม่ มีการให้ข้อมูลที่หลากหลาย โน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคให้เกิดความสนใจสินค้ามากยิ่งขึ้นจากช่องทางดังกล่าว ซึ่งจากผลการวิจัยสอดคล้องกับ Mohmed ,Azizan & Jali (2013) ได้กล่าวไว้ว่าการที่ผู้บริโภคมีความตั้งใจจะซื้อสินค้า เกิดจากความสนใจ ความไว้วางใจ ประสบการณ์ที่ผ่านมามีอิทธิพลมากที่สุดต่อความตั้งใจซื้อสินค้าจากการสื่อสารการตลาดออนไลน์ เช่นเดียวกับ ดวงกมล ลาภกาญจนพงศ์ (2553) ผู้บริโภคจะมีความตั้งใจในการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นขึ้นอยู่กับปัจจัยความไว้วางใจ เชื่อมั่นส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์

ส่วนที่ 3 จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อิทธิพลของทัศนคติต่อความตั้งใจซื้อ โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .655 (β = .655) สรุปได้ว่า ทัศนคติจะเป็นแรงจูงใจ การโน้มน้าวที่ทำให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคนั้นมีทัศนคติเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ทั้งเรื่องความคุ้มค่า ราคา ความน่าเชื่อถือ คุณภาพดี ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการซึ่งทำให้เกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลการวิจัยสอดคล้องกับ Fitzsimon & Morwitz (1996) ได้กล่าวไว้ว่าความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคนั้นขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อสินค้าและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่นเดียวกับ Wei & Lu (2013) กล่าวว่าทัศนคติของผู้บริโภคโดยใช้ผู้มีชื่อเสียงในการโฆษณาก่อให้เกิดความน่าสนใจ และแลกเปลี่ยนทัศนคติของผู้ใช้ที่มีต่อสินค้า

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ ที่มีต่อทัศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ของผู้บริโภควัยทำงานหญิงตอนต้น การทำการตลาดออนไลน์ในช่องทางต่างๆ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนช่องทางการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ดังนี้

1. นักธุรกิจ นักการตลาด ควรมีการสร้างการเปิดรับการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์เพิ่มมากยิ่งขึ้น เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารในเครื่องมือเฟสบุ๊ค (Facebook) มากที่สุดจากเครื่องมือการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์ทั้ง 6 เครื่องมือ

2. ควรส่งเสริมการการเปิดรับการสื่อสารการตลาออนไลน์ เพราะสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หารนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง และควรเลือกไมโครอินฟลูเอนเซอร์ที่สามารถทำคอนเทนต์ให้เกิดความหลากหลาย การนำเสนอสิ่งที่มีประโยชน์ใช้สอย เนื่องจากส่งผลต่อทัศนคติที่ดีของผู้บริโภค
3. หากต้องการเพิ่มความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภคหญิงวัยทำงานตอนต้น ควรจะส่งเสริมทางด้านการเปิดรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านไมโครอินฟลูเอนเซอร์เพราะปัจจัยนี้ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

เอกสารอ้างอิง

ชูชัย สมิทธิไกร. 2556. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฏฐ์ชุดา วิจิตรจามรี. 2556. การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นธกฤต วันต๊ะเมล์. 2555. การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุญยิ่ง คงอาชาภัทร. 2562. กลุยทธ์การตลาดออนไลน์ผ่านอินฟลูเอนเซอร์. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

แพร ไกรฤกษ์. 2559. อิทธิพลของบิวตี้บล็อกเกอร์กับการบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมความงามของสตรีไทยในยุคสื่อสังคมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิทสุดา ทุมวงศ์. 2556. การเปิดรับข่าวสารทัศนคติต่อ Beauty Influencer: Pearypie และพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทความงาม. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมคิด อเนกทวีผล และ ภัชภิชิ ฤกษ์สิรินุกูล. 2552. Blogger new Influrncer Marketing. Positioning Magazine

Fill, C. 1999. Marketing Communication: Theories and Application. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Fitzsimon, G. J. and Morwitz, V. G. 1996. The Effect of Measuring Intent On Brand-level Purchase Behavior. Journal of Consumer Research, 1-11.

Hosify. 2008. Marketing to the Digital Consumer. The Mckinsey Quaterly, 3, 4-5.

Kamins, M. A. 1990. An investigation into the match-up hypothesis in celebrity advertising: When beauty may be only skin deep. Journal of Advertising, 19(1), 4-13.

Kim, S. and Pysarchik, D. T. 2000. Predicting Purchase Intentions for Uni-national and Bi-national Products. Tnternational Journal of Retail and Distribution Management, 280-291.

Mohmed, A. S. I. , Azizzan, N.B. and Jali, M. Z. 2013. The Impact of trust and Experience on Intention to Purchase in E-Commerce. International Journal of Engineering Reseach and Development, 28-35.

Wei, P. H and Lu, H. P. 2013. An Examination of the Celebeity Endorsements and online Consumer Reviews Influence Female Cosumers Shopping Behavior Computers in human Behavior, 29, 193-201.

พฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ของคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

Risk Behavior towards Non Communicable Disease of Christians at Mary the Mediatrix of all Graces Church in Nonthaburi Province

วีรวรรณ เทพธรรม[1]

Weerawan Teptham[1]

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์[1]

Department of Social Development and Administration. Faculty of Social Sciences, Kasetsart University.[1]

อีเมล์: goodmega@gmail.com[1]

ธนารดี คำยา[2]

Tanaradee Khumya[2]

รองศาสตราจารย์ประจำ ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์[2]

Associate Professor of Department of Sociology and Anthropology. Faculty of Social Sciences, Kasetsart University.[2]

อีเมล์: fsoctnk@ku.ac.th[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ของคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ และ 3) เพื่อเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลกับพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ของคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 277 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t-test และ F-test แบบ One-way ANOVA และใช้วิธีการของ Scheffe' ทดสอบรายคู่ โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 .001 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านสถานภาพสมรส และด้านโรคประจำตัว แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .001

คำสำคัญ : คริสตชน โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง พฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพ

Abstract

This research was aimed to study 1) personal factors of christians at Mary the Mediatrix of all Graces church. 2) To study risk behavior towards NCDs of christians at Mary the Mediatrix of all Graces church. And 3) to compare between personal factors and risk behavior towards NCDs of christians at Mary the Mediatrix of all Graces church. The sample consisted of 277 people using questionnaires to collect data. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and one-way ANOVA. Scheffe' method was used to test pairs by determining statistical significance at the level of .05 and .001. The results of the research showed that the sample group has basic personal factors, sex, average monthly income. Regarding marital status and different chronic diseases have different behaviors at risk of NCDs with statistical significance at the level of .05 and .001.

Keywords : Christians Non-communicable diseases Health risk behavior

บทนำ

กลุ่มโรค NCDs (Non-Communicable diseases) หรือ กลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง นั้นเป็นชื่อเรียกกลุ่มโรคที่ไม่ได้มีสาเหตุมาจากการติดเชื้อ ไม่ได้เกิดจากเชื้อโรค ไม่สามารถติดต่อได้ผ่านการสัมผัส คลุกคลี หรือ ติดต่อ ผ่านตัวนำโรค (พาหะ) หรือสารคัดหลั่งต่างๆ หากแต่เกิดจากปัจจัยต่างๆ ภายในร่างกาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลจากวิธีการใช้ชีวิตที่มีพฤติกรรมเสี่ยงอย่าง เหล้า บุหรี่ ขาดการออกกำลังกาย อาหารหวานมันเค็มจัด และมีความเครียด และองค์การอนามัยโลกเล็งเห็นว่ากลุ่มโรค NCDs นั้น ถือเป็นปัญหาใหญ่ที่กำลังทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2561) รวบรวมข้อมูลไว้ว่า สถิติผู้เสียชีวิตจากกลุ่มโรค NCDs ในปี พ.ศ. 2552 พบว่าสาเหตุการเสียชีวิตของประชากรโลกทั้งหมด มีถึงร้อยละ 63 ที่เกิดจากกลุ่มโรค NCDs และที่สำคัญกว่านั้นคือกว่าร้อยละ 80 เป็น ประชากรของประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งสำหรับประเทศไทยเอง สถิติล่าสุดพบว่ามีถึง 14 ล้านคนที่เป็นโรคในกลุ่มโรค NCDs และที่สำคัญยังถือเป็นสาเหตุหลักการเสียชีวิตของประชากรทั้งประเทศ โดยจากสถิติในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2552 พบว่า มีประชากรเสียชีวิตจากกลุ่มโรค NCDs มากกว่า 300,000 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 73 ของการเสียชีวิตของประชากรไทยทั้งหมดในปี 2552 คิดเป็นมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจถึง 200,000 ล้านบาทต่อปี ทั้งสถิติการเสียชีวิตดังกล่าวยังแสดงว่าประเทศไทยมีผู้เสียชีวิตมากกว่าค่าเฉลี่ย ของทั้งโลกและมีแนวโน้มจะสูงขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต ซึ่งโรคในกลุ่ม โรค NCDs ที่มีอัตราผู้ป่วยและผู้เสียชีวิตสูงสุด 6 โรค ได้แก่ โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดสมองและหัวใจ โรคถุงลมโป่งพอง โรคมะเร็ง โรคความดันโลหิตสูง โรคอ้วนลงพุง แม้ค่าสถิติการป่วยและเสียชีวิตจากกลุ่มโรค NCDs จะสูงมาก แต่แท้จริงแล้วกลุ่มโรค NCDs นั้นสามารถป้องกันได้ เพราะสาเหตุหรือปัจจัยเสี่ยงหลักนั้นเกิดจากพฤติกรรมเสี่ยงของตัวเรานั่นเอง เช่น การดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ ขาดการออกกำลังกาย รับประทานอาหาร หวาน เค็มจัด มัน และความเครียด เป็นต้น ซึ่งหากเราสามารถลด หรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยงเหล่านี้ได้ ก็จะเป็นการลดโอกาสเสี่ยงในการเป็นกลุ่มโรค NCDs ได้มากถึงร้อยละ 80 เลยทีเดียว ลดโอกาสในการเป็นมะเร็งได้ร้อยละ 40 โรคหลอดเลือดสมองและหัวใจ และโรคเบาหวาน ได้ถึงร้อยละ 80

หากพฤติกรรมการบริโภคที่เสี่ยงแล้ว ย่อมเกิดโรคต่างๆ ตามมา และในโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ มีหลักศาสนาในการมุ่งเน้นที่ให้ชีวิตทุกชีวิตมีคุณค่าสูงสุด การเคารพและรักในตัวเองเหมือนรักผู้อื่น ถือเป็นหลักคำสอนที่สำคัญ ทุกชีวิตจึงมีคุณค่าเนื่องจากมีความเชื่อว่าเป็นสิ่งที่พระเจ้าทรงสร้างขึ้นมา ดังนั้นการให้ความสำคัญของสุขภาพร่างกายมนุษย์จึงเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ย่อมมีการเจ็บป่วยได้ ถ้าหากไม่ได้รับการป้องกันในทางที่ถูกต้อง โบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์จึงมีการดูแลสุขภาพและมีแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยอาศัยการรวมกลุ่มในการดูแลซึ่งกันและกัน มีกิจกรรมหลังจากพิธีทางศาสนาอยู่บ่อยครั้ง ซึ่งการใส่ใจต่อกันและกัน และการดูแลจากบาทหลวง กลุ่มคริสต์ชนในโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ที่มีความหลากหลายอายุ เพศ ประกอบด้วย เยาวชน คนวัยทำงาน และผู้สูงอายุ โดยเฉพาะคนวัยทำงานและผู้สูงอายุ ดังนั้นพฤติกรรมการบริโภคจึงถือเป็นเรื่องใกล้ตัวที่หลายคนมองข้าม เพราะผลจากการทานอาหารต่างๆ ย่อมมีผลกระทบที่แตกต่างกันทั้งทางบวกและทางลบ แต่ทั้งนี้กลุ่มโรค NCDs ก็สามารถป้องกันได้อย่างแรกเริ่มคือการ

ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคและสุขภาวะในการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน ด้วยเหตุผลนี้จึงควรส่งเสริมให้มีการปรับพฤติกรรม เพื่อให้คริสตชนที่เป็นเยาวชน คนทำงานและผู้สูงอายุ มีสุขภาพพลานามัยที่ดี มีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีความสุข และหลีกเลี่ยงที่เสี่ยงต่อการจะเกิดโรค NCDs ได้โดยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค และโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ เป็นโบสถ์ที่มีคริสตชนเป็นจำนวนมาก และมีทั้งที่ช่วยเหลืองานและมาร่วมพิธีในวันสำคัญต่างๆ อีกทั้งส่วนใหญ่มีอายุที่มากและล้วนแล้วแต่มีความเสี่ยงจากพฤติกรรมการบริโภค ทำให้คริสตชนมีความสำคัญต่อการศึกษาวิจัย เพื่อที่ให้เกิดการแก้ปัญหาและป้องกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากสาเหตุปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมเสี่ยงของการเกิดโรค NCDs ของคริสตชนที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปในโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี การทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่แตกต่างกัน ของพฤติกรรมเสี่ยงของการเกิดโรค NCDs เพื่อเป็นแนวทางให้กับโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์และผู้ที่สนใจ รวมถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอย่างจริงใจให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มประชากรที่ศึกษา

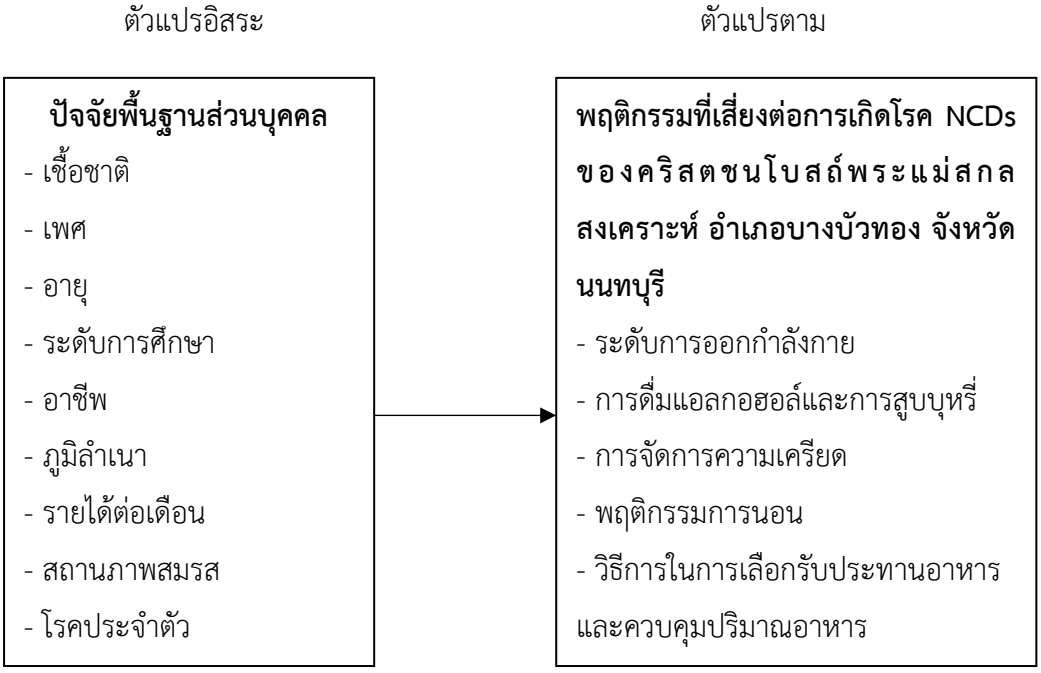
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ของคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์
3. เพื่อเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล กับพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ของคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความนี้ได้นำแนวคิดของ อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ และ สุรพงศ์ อำพันวงษ์ (2557) อธิบายว่า ปัจจัยเสี่ยงที่ก่อให้เกิดโรคทั้ง 4 กลุ่มนี้ คือการสูบบุหรี่ บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การที่ไม่ออกกำลังหรือร่างกายอ่อนแอ รวมทั้งโภชนาการที่ไม่ถูกต้อง โรคไม่ติดต่อเรื้อรังเป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอีกด้วย โดยเฉพาะด้านคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ โดยโรค NCDs ทำให้ประชากรเสียชีวิตก่อนวัยอันควร เกิดการสูญเสียศักยภาพในการประกอบอาชีพ และผู้ป่วยมีความทุกข์ทรมานจากการเจ็บป่วยและโรคแทรกซ้อน โดยนอกจากจะเพิ่มภาระแก่คนรอบข้างแล้ว ยังสร้างภาระแก่สังคมโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มูลค่าของค่าใช้จ่ายทางด้านสุขภาพในแต่ละปีที่มีมูลค่ามหาศาล ดังนั้นจึงต้องรู้จักเลือกรับประทานอาหาร และผู้วิจัยจึงได้สังเคราะห์เพื่อกำหนดตัวแปรที่ศึกษาเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาจัดหมวดหมวดหมู่ โดยแบ่งเป็นดังนี้ 1) ตัวแปรอิสระ ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล คือ ข้อมูลของคริสตชน โดยได้สังเคราะห์มาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ พานิช แกมนิล (2553) วรรณวิมล เมฆวิมล (2555) และ นุจรี อ่อนสีน้อย (2560) ที่พบว่าปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลสามารถกำหนดรูปแบบการดูแล

สุขภาพได้ และ2) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs โดยแนวคิดของ อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ และสุรพงศ์ อำพันวงษ์ (2557) และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ โดยนำแนวคิดของ ประเวช ตันติพิวัฒนกุล (2558) และ อรวรรณ ดวงจันทร์ (2558) เพื่อมาปรับให้กับการศึกษา แบ่งเป็นระดับการออกกำลังกาย การดื่มแอลกอฮอล์และการสูบบุหรี่ การจัดการความเครียด พฤติกรรมการนอน วิธีการในการเลือกรับประทานอาหารและควบคุมปริมาณอาหาร จากนั้นจึงได้นำตัวแปรที่ศึกษามากำหนดเป็นกรอบแนวคิดดังนี้



สมมติฐานการวิจัย

คริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ที่มีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกัน มีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs แตกต่างกัน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ศึกษาคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 900 คน ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นช่วงเตรียมการเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ โดยหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรยามาแน่ได้จำนวน 277 คน จากนั้นผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ที่มาโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ และทำการเลือกให้ได้จำนวนตามที่กำหนดไว้

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการวิเคราะห์พฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ของคริสตชนโบสถ์พระแม่สกล

สงเคราะห์ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยข้อคำถามเป็นทั้งคำถามแบบปลายเปิดและแบบปลายปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยมีเกณฑ์การวัดแบ่งออกเป็นดังนี้ ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 มีพฤติกรรมเสี่ยงน้อย ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.66 มีพฤติกรรมเสี่ยงปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.67 - 5.00 มีพฤติกรรมเสี่ยงมาก

3) การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบเก็บข้อมูลจำนวน 30 ชุด กับคริสตชนโบสถ์เซนต์จอห์น เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นโบสถ์ที่มีประชาชนที่นับถือศาสนาคริสต์ นิกายโรมันคาทอลิก จำนวนมากและเลือกอายุ 40 ปีขึ้นไป จากนั้นนำแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient)

4) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการทดสอบเพื่อศึกษาหาตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ t-test และ F-test แบบ One-way ANOVA และใช้วิธีการของ Scheffe' ทดสอบรายคู่ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .001

ผลการวิจัย

1) ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 277 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีเชื้อชาติไทย จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 76.9 เป็นเพศหญิง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 63.9 มีอายุระหว่างอายุ 40 – 49 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/เกษตรกรรม จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 มีสถานภาพแต่งงาน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 และไม่มีโรคประจำตัว จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 63.9

2) ระดับพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมรายด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$= 2.69) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับปานกลาง คือ ระดับการออกกำลังกาย ($\bar{X}$= 3.24) รองลงมา คือ พฤติกรรมการนอน ($\bar{X}$= 2.89) และ การเลือกรับประทานอาหารและควบคุมปริมาณอาหาร ($\bar{X}$= 2.73) และอยู่ในระดับน้อย คือ การจัดการความเครียด ($\bar{X}$= 2.30) และการดื่มแอลกอฮอล์และการสูบบุหรี่ ($\bar{X}$= 2.28) ตามลำดับ

3) ผลการทดสอบสมมติฐาน

3.1 เชื้อชาติ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเชื้อชาติต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ไม่แตกต่างกัน โดยพบว่าเชื้อชายไทยและเชื้อชาติไทย- จีน มีความเสี่ยงเท่ากัน (ไทย $\bar{X}$= 2.69 ไทย-จีน $\bar{X}$= 2.69) ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 เพศ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs แตกต่างกัน โดยพบว่าเพศชาย (ชาย $\bar{X}$= 2.83) มีความเสี่ยงมากกว่าเพศหญิง ($\bar{X}$= 2.61) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3 อายุ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ไม่แตกต่างกัน โดยพบว่า กลุ่มอายุ 40 - 49 ปี มีความเสี่ยงสูงที่สุด ($\bar{X}$= 2.72) รองลงมากลุ่มอายุ 51 - 59 ปี ($\bar{X}$= 2.68) และกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเสี่ยงน้อยที่สุด ($\bar{X}$= 2.65) ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4 ระดับการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ไม่แตกต่างกัน โดยพบว่าระดับการศึกษาประถมศึกษามีความเสี่ยงมากที่สุด ($\bar{X}$= 2.86) รองลงมาคือระดับการศึกษามัธยมศึกษา หรือ ปวช. / ปวส. ($\bar{X}$= 2.77) และระดับการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{X}$= 2.65) ตามลำดับ และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความเสี่ยงน้อยที่สุด ($\bar{X}$= 2.53) ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.5 อาชีพ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ไม่แตกต่างกัน โดยพบว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/เกษตรกรรม และอาชีพรับจ้างทั่วไป/พนักงานเอกชน มีความเสี่ยงสูงที่สุด ($\bar{X}$= 2.70) รองลงมาคือไม่ได้ทำงาน ($\bar{X}$= 2.68) และอาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐ มีความเสี่ยงน้อยที่สุด ($\bar{X}$= 2.67) ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.6 ภูมิลำเนา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ไม่แตกต่างกัน โดยพบว่าต่างจังหวัด มีความเสี่ยงมากที่สุด ($\bar{X}$= 2.72) รองลงมาคือจังหวัดนนทบุรี ($\bar{X}$= 2.69) และกรุงเทพมหานคร มีความเสี่ยงน้อยที่สุด ($\bar{X}$= 2.68) ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.7 รายได้ต่อเดือน ผลการศึกษาพบว่า คริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs แตกต่างกัน โดยพบว่า รายได้ 15,000 - 19,999 บาท มีความเสี่ยงมากที่สุด ($\bar{X}$= 2.85) รองลงมาคือรายได้ 20,000 - 29,999 บาท ($\bar{X}$= 2.78) และรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ($\bar{X}$= 2.72) ตามลำดับ และรายได้ 30,000 - 39,999 บาท และรายได้ 40,000 บาทขึ้นไป มีความเสี่ยงน้อยที่สุด ($\bar{X}$= 2.54) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีของ Scheffe' พบว่า มี 3 คู่ที่แตกต่างกัน คือ 1) กลุ่มรายได้ 15,000-19,999 บาท มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs สูงกว่ากลุ่มรายได้ 30,000-39,999 บาท ($\bar{X}$ = 2.85, $\bar{X}$ = 2.54 ตามลำดับ) 2) กลุ่มรายได้ 15,000-19,999 บาท มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs สูงกว่ากลุ่มรายได้ 40,000 บาทขึ้นไป ($\bar{X}$ =2.85, $\bar{X}$ = 2.54 ตามลำดับ) และ 3) กลุ่มรายได้ 20,000-29,999 บาท มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs สูงกว่ากลุ่มรายได้ 40,000 บาทขึ้นไป ($\bar{X}$ =2.78, $\bar{X}$ = 2.54 ตามลำดับ) เนื่องจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอาจเป็นส่วนช่วยในการเลือกซื้ออาหารที่มีประโยชน์หรือใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพ เพื่อป้องกันความเสี่ยงหรือลดภาวะที่จะก่อให้เกิดโรค NCDs

3.8 สถานภาพสมรส ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs แตกต่างกัน โดยพบว่าแยกกันอยู่/หย่าร้าง มีความเสี่ยงมากที่สุด ($\bar{X}$= 3.15) รองลงมาคือแต่งงาน ($\bar{X}$= 2.71) และโสดมีความเสี่ยงน้อยที่สุด ($\bar{X}$= 2.56) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีของ Scheffe' พบว่ามี 2 คู่ที่แตกต่างกัน คือ 1) กลุ่มแยกกันอยู่/หย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs สูงกว่ากลุ่มโสด ($\bar{X}$ = 3.15, $\bar{X}$ = 2.56 ตามลำดับ) และ 2) กลุ่มแยกกันอยู่/หย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs สูงกว่าแต่งงาน ($\bar{X}$ = 3.15, $\bar{X}$ = 2.56 ตามลำดับ) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างแยกกันอยู่/หย่าร้าง อาจมีสภาวะทางด้านจิตใจซึ่งส่งผลต่อการจัดการด้านความเครียด หรือในบางครั้งอาจใช้ชีวิตเพียงลำพังจึงขาดคนที่คอยดูแลเอาใจใส่เรื่องสุขภาพและการเลือกรับประทานอาหาร ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มที่แต่งงานที่อาจมีกำลังใจที่ดีในการดูแลสุขภาพ และกลุ่มโสดมีความเสี่ยงน้อยที่สุด อาจเนื่องมาจากไม่มีสภาวะความเครียดหรือการได้ใช้ชีวิตโดยหันมาดูแลตัวเองอย่างเต็มที่และถูกวิธี

3.9 โรคประจำตัว ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีโรคประจำตัวต่างกัน มีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs แตกต่างกัน โดยพบว่าโรคไขมันในเส้นเลือด มีความเสี่ยงมากที่สุด ($\bar{X}$= 3.25) รองลงมาคือ โรคอ้วนและน้ำหนักเกิน ($\bar{X}$= 3.01) โรคเบาหวาน ($\bar{X}$= 2.83) (โรคมะเร็ง $\bar{X}$= 2.81) กลุ่มไม่มีโรคประจำตัว ($\bar{X}$= 2.59) โรคความดันโลหิตสูง/คอเลสเตอรอล ($\bar{X}$= 2.56) และโรคหัวใจ มีความเสี่ยงน้อยที่สุด ($\bar{X}$= 1.96) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระหว่างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีของ Scheffe' พบว่ามี 3 คู่ที่แตกต่างกัน คือ 1) กลุ่มโรคไขมันในเส้นเลือด มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs มากกว่ากลุ่มไม่มีโรคประจำตัว ($\bar{X}$ = 3.25, $\bar{X}$ = 2.59 ตามลำดับ) 2) กลุ่มโรคอ้วนและน้ำหนักเกิน มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs มากกว่ากลุ่มไม่มีโรคประจำตัว ($\bar{X}$ = 3.01, $\bar{X}$ = 2.59 ตามลำดับ) และ 3) กลุ่มโรคไขมันในเส้นเลือด มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs มากกว่ากลุ่มโรคความดันโลหิตสูง/คอเลสเตอรอล ($\bar{X}$ = 3.25, $\bar{X}$ = 2.56 ตามลำดับ) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีโรคประจำตัว มีการดูแลตัวเองที่ดี มีการใส่ใจตนเองมากกว่า จึงมีแนวโน้มที่จะมีความเสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs น้อยกว่า ขณะคนที่เป็นโรคไขมันในเส้นเลือดและโรคอ้วนและน้ำหนักเกิน น่าจะอยู่ในสภาวะไขมันส่วนเกินในร่างกายหรือระดับน้ำตาลในเลือดที่สูงกว่าปกติ จึงมีความเสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs มากกว่า

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

พฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากพฤติกรรมการดูแลสุขภาพนั้นถูกแปรเปลี่ยนตามระยะเวลาของแต่ละคน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงด้านการดื่มแอลกอฮอล์และการสูบบุหรี่และการจัดการความเครียด ที่อยู่ในระดับน้อย จากผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ มีการใส่ใจสุขภาพในด้านการออกกำลังกาย การดื่มแอลกอฮอล์และการสูบบุหรี่ การจัดการความเครียด พฤติกรรมการนอน และวิธีการเลือกรับประทานอาหารและการควบคุมปริมาณอาหาร เป็นผลมาจากพฤติกรรมการดำเนินชีวิตในแต่ละวันที่นับวันอาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพในระยะยาว แต่พฤติกรรมของคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งในปัจจุบันมีทั้งกลุ่ม

เสี่ยงและไม่เสี่ยง แต่ไม่ควรละเลยต่อการดูแลสุขภาพ เพราะปัญหาสุขภาพในเรื่องของการเจ็บป่วยเป็นปัญหาที่ส่งผลต่อระบบสาธารณสุขของประเทศ กล่าวได้ว่าพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของคริสตชนโบสถ์พระแม่สกลสงเคราะห์เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล แต่ก็สะท้อนถึงระบบสาธารณสุขที่ต้องจัดสรรสวัสดิการสังคมเพื่อมาดูแลและแก้ปัญหาด้านสุขภาพของคนในประเทศ เพราะหากเกิดการเจ็บป่วยแล้ว การที่จะต้องรักษาพยาบาลก็เป็นเรื่องของค่าใช้จ่าย ซึ่งหากการรู้จักป้องกันและดูแลสุขภาพที่ดีแล้ว จะสามารถช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในด้านสาธารณสุขทั้งในทางตรงและทางอ้อม เพราะสุขภาพที่ดีเป็นบ่อเกิดของการสร้างความสุขและสมดุลให้กับการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพบว่า ระดับพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค NCDs ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง และการออกกำลังกาย พฤติกรรมการนอน และ การเลือกรับประทานอาหารและควบคุมปริมาณอาหาร อยู่ในระดับปานปกลาง ส่วนการจัดการความเครียด และการดื่มแอลกอฮอล์และการสูบบุหรี่ อยู่ในระดับน้อย ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาดังนี้

1) ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1.1 ด้านการออกกำลังกาย ควรออกกำลังกายอย่างน้อย 30 นาทีและอย่างน้อย 5 วันต่อสัปดาห์ โดยใช้การทำงานบ้านเพื่อเสริมการออกกำลังกาย และใช้การเดินเป็นส่วนช่วย แต่ไม่หักโหมจากการออกกำลังกายมากเกินไป

1.2 ด้านการดื่มแอลกอฮอล์และการสูบบุหรี่ ต้องรู้จักปฏิเสธการชวนดื่มแอลกอฮอล์จากคนรอบข้าง และห่างไกลจากควันบุหรี่และงดการสูบบุหรี่ และเพื่อเป็นการป้องกัน ควรแนะนำผู้ถึงผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ หลีกเลี่ยงการดื่มแอลกอฮอล์ในงานสังสรรค์และงดการดื่มเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน

1.3 ด้านการจัดการความเครียด เมื่อประสบกับปัญหาสภาวะเครียดต่างๆ ควรพูดคุยกับคนรอบข้าง เพื่อหาทางออกร่วมกัน หรือใช้วิธีการทำสมาธิเพื่อให้จิตใจสงบ เป็นการปล่อยวางจากภาวะกดดันและความเครียดที่เกิดขึ้น

1.4 ด้านพฤติกรรมการนอน การพักผ่อนที่เพียงพออย่างน้อยวันละ 8 ชั่วโมง เมื่อเข้านอนทุกครั้งควรพักผ่อนและหลับให้สนิทโดยไม่ใช้ยานอนหลับ และไม่ควรเก็บเรื่องราวต่างๆ ในแต่ละวันมาคิดเมื่อถึงเวลาพักผ่อน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการนอนไม่หลับอันจะส่งผลต่อสภาวะของร่างกาย

1.5 ด้านการเลือกรับประทานอาหารและควบคุมปริมาณอาหาร หลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารที่มีรสจัดและหวานมากเกินไป งดทานอาหารที่สุกๆ ดิบๆ ควรเปลี่ยนน้ำมันทุกครั้งเวลาทอดหรือทำอาหารในแต่ละครั้ง ควรหันมาประกอบอาหารทานเอง ลดการซื้ออาหารจากข้างนอก และดื่มน้ำสะอาดให้เพียงพออย่างการรับประทานอาหารแต่ละครั้งควรให้มีสัดส่วนที่พอดีระหว่าง แป้ง เนื้อสัตว์ ผักและผลไม้ เลี่ยงการดื่ม

น้ำอัดลมและขนมที่ไม่เป็นประโยชน์ และควรเลือกรับประทานอาหารที่ปลอดสารเคมี เสริมสร้างร่างกายด้วยวิตามินที่เป็นประโยชน์

2) ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ศึกษาพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดโรค NCDs ของกลุ่มประชากรที่อายุต่ำกว่า 40 ปี เพราะอัตราการเกิดโรคดังกล่าวมีแนวโน้มพบมากขึ้นในกลุ่มที่อายุยังน้อย

เอกสารอ้างอิง

นุจรี อ่อนสีน้อย. (2560). ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการป้องกันความดันโลหิตสูงในกลุ่มประชาชนที่มีภาวะก่อนเป็นโรคความดันโลหิตสูง. *วารสารพยาบาลสงขลานครินทร์, 37*(1), 63-74.

ประเวช ตันติพิวัฒนกุล. (2558). *คู่มือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในคลินิก NCDS คุณภาพ.* กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

พานิช แกมนิล. (2553). *พฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้ป่วยเบาหวาน อำเภอสามชัย จังหวัดกาฬสินธุ์.* วิทยานิพนธ์สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสาธารณสุขศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

วรรณวิมล เมฆวิมล. (2555). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารของผู้สูงอายุจังหวัดสมุทรสงคราม.* รายงานการวิจัย วิทยาลัยสหเวชศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2561). *กลุ่มโรค NCDs.* สืบค้นเมื่อ 8 กันยายน 2561, จาก www.thaihealth.or.th/microsite/categories/5/NCDs/2/173/176+NCDs.html/

อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ และสุรพงศ์ อำพันวงษ์. (2557*). สร้างสุขภาพดีด้วยโภชนาการ ป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561, จาก https://www.dailynews.co.th/article/246686/

อรวรรณ ดวงจันทร์. (2558). *คู่มือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในคลินิก NCDS คุณภาพ.* กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

ปัจจัยด้านการรับรู้ความต้องการ ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน และการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ที่พยากรณ์อาการกลัวตกกระแสของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์

Perceived needs, problematic smartphone uses and social media engagement as predictors of fear of missing out among the social media users

วรรณวิศา ลาภสมบูรณ์ดี

Wanvisa Lapsomboondee

คณะนิเทศศาสตร์ และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Graduate School of Communication Arts and Innovation Management

National Institute of Development Administration

อีเมล์ : la.wanvisa@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ ประจักษ์เนตร

Asst. Prof. Pornpun Prajaknate, Ph. D.

ผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาโท

Director of M.A.

อีเมล์ : pornpun.p@nida.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องปัจจัยด้านการรับรู้ความต้องการ ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน และการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ที่พยากรณ์อาการกลัวตกกระแสของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ความต้องการ ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน การมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ อาการกลัวตกกระแส และศึกษาปัจจัยพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 447 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กับผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการตอบแบบสอบถามโดยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มต่าง ๆ คือ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความต้องการ ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน และการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอาการกลัวตกกระแสในผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ในส่วนของการพยากรณ์อาการกลัวตกกระแส พบว่าปัจจัยที่สามารถพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสในผู้ใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์ได้คือ ความต้องการเป็นที่นิยม ความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง และปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน ซึ่งทั้ง 3 ตัวแปรสามารถพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสได้ร้อยละ 47.8

คำสำคัญ : การรับรู้ความต้องการ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง ความต้องการเป็นที่นิยม ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน การมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ อาการกลัวตกกระแส

Abstract

The objectives of this study were to: (1) examine the perceived needs and problematic smartphone uses and social media engagement; 2) identify factors that predict the fear of missing out among the social media users.

This study is a quantitative study collecting data with the online questionnaires administered to the 447 respondents who are the online social media platform users. The

purposive sampling method was employed in this study. The questionnaires were distributed through social media platforms including Facebook, Twitter and Line. The results demonstrated that factors that could predict the fear of missing out of the users were the need for popularity, the need to belong and the problematic smartphone use. The three variables could predict the fear of missing out with the percentage of 47.8.

Keyword : Perceived Needs, Need to Belong, Need for Popularity, Problematic Smartphone Use, Social Media Engagement, Fear of Missing Out

บทนำ

ในปัจจุบัน วิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีการสื่อสารได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านการพัฒนาความสามารถของอุปกรณ์สำหรับใช้งาน ด้านการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ต ตลอดจนเกิดช่องทางในการสื่อสารใหม่ ๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่าง ๆ เหล่านี้ได้อำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารง่ายขึ้น และสามารถทำได้ทุกทีทุกเวลา ด้วยปัจจัยดังกล่าวจึงส่งผลให้แนวโน้มการใช้งานอินเตอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ นับตั้งแต่ปีค.ศ. 2014 ที่มีการใช้งานเฉลี่ย 1 ชั่วโมง 38 นาที เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 14 นาทีในปีค.ศ. 2019 (Hootsuite & We are social, 2019) โดยสามารถจัดกลุ่มจุดประสงค์ ในการใช้งานอุปกรณ์สมาร์ตโฟนได้ 5 ด้าน ได้แก่ 1) เพื่อการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล 2) เพื่อความบันเทิง 3) เพื่อเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ 4) เพื่อค้นหาข้อมูล 5) เพื่อใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น นาฬิกาจับเวลา (Wang, Xiang & Fesenmaier, 2016) ซึ่งการใช้งานทั้ง 5 ด้านนี้ไม่เพียงครอบคลุมการใช้งานในชีวิตประจำวันตลอดทั้งวันตั้งแต่ตื่นนอน แต่ยังส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ใช้งานได้เช่นกัน เช่น การส่งข้อความถึงกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แทนการโทรศัพท์หากันในอดีต หรือการใช้งานวิดิโอคอล ที่เป็นการโทรศัพท์แบบเห็นหน้าคู่สนทนาได้ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่านอกจากความสามารถในการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตแล้ว สื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาในปัจจุบันได้ก้าวข้ามอุปสรรคด้านระยะทาง และเวลาของการติดต่อสื่อสาร ก่อให้เกิดสังคมในรูปแบบที่ไร้พรมแดน นอกจากนี้พื้นที่บนอินเตอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ยังเปรียบเสมือนสังคมอีกสังคมหนึ่งที่เปิดกว้างให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างตัวตนและแสดงออกตัวตนที่สร้างขึ้นนั้นผ่าน

การแชร์ข้อมูล เรื่องราวส่วนตัว รูปภาพ วิดิโอ กับคนในกลุ่มสังคมของตนได้ งานวิจัยของ Kramer & Winter (2008) และ Neubaum & Kramer (2015) ชี้ให้เห็นว่าผู้ใช้งานอินเตอร์เน็ตมีแรงจูงใจและความคาดหวังใน การใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารที่แตกต่างกัน เช่น ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านสังคม ใช้จัดการความรู้สึกด้านลบของตนเอง รวมถึงใช้เพื่อรับรู้การตอบสนองด้านบวกจากผู้อื่นในสังคม ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการใช้งานอินเตอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารและการเปิดรับข้อมูลจากผู้อื่นนั้นทำให้ผู้ใช้งานรับรู้การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมได้ (Nadkarni & Hofmann, 2012) เมื่อผู้ใช้งานทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้จากทั่วทุกมุมโลกและสามารถทำได้ตลอดเวลาซึ่งนับเป็นข้อดี หากแต่ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้จากจากการที่ข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นมีปริมาณมากแต่ผู้ใช้งานมีเวลาในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นเท่าเดิมคือการพลาดข่าวสารใด ๆ ไป และก่อให้เกิดความรู้สึกไม่สบายใจหรือกระวนกระวายจากการไม่ได้รับทราบข่าวสารเหล่านั้น หรือ อาการกลัวตกกระแส (Fear Of Missing Out) ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้กับการสื่อสารในทุกช่องทางและไม่ใช่สิ่งใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้น (Abel, Buff & Burr, 2016) หากเพียงแต่การสื่อสารแบบทันทีทันใด (Real time) ในปัจจุบันกระตุ้นให้ความรู้สึกเหล่านี้เกิดขึ้นได้ง่ายมากขึ้นไปพร้อมกับการสื่อสารที่สามารถทำได้ง่ายขึ้นเช่นกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ความต้องการ ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน การมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ และอาการกลัวตกกระแสของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรคำนวณของ Yamane (1967) จำนวน 400 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ด้วยวิธีการส่งแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 3 สื่อ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และไลน์ แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม อาการกลัวตกกระแส การรับรู้ความต้องการ ซึ่ง

แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง และความต้องการเป็นที่นิยม ปัญหาการใช้ สมาร์ตโฟน และการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลได้ 447 ชุด

การดำเนินการวิจัยด้วยการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย (Descriptive Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม อาการกลัวตกกระแส การรับรู้ความต้องการ ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน และการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product moment correlation) ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ในการพยากรณ์อาการกลัวตกกระแส

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 447 ชุดพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 87.5 เพศชายร้อยละ 9.4 และเพศทางเลือกร้อยละ 3.1 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.3 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีร้อยละ 68.5 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทหรือลูกจ้างเอกชน ร้อยละ 43.0 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 40.5 ด้านการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทเครือข่ายสังคม คือ ยูทูป เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.4 และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทส่งข้อความ คือ ไลน์ เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.7

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายอาการกลัวตกกระแส พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอาการกลัวตกกระแสอยู่ในระดับต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.37 ด้านการรับรู้ความต้องการในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ โดยความต้องการเป็นส่วนหนึ่งอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.08 และความต้องการเป็นที่นิยมอยู่ในระดับต่ำมาก มีค่าเฉลี่ย 1.77 ด้านปัญหาการใช้สมาร์ตโฟนอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.90 และด้านการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.51

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ความต้องการเป็นที่นิยม ความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน และการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอาการกลัวตกกระแสอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดย

ความต้องการเป็นที่นิยมมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .588 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .539 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ปัญหาการใช้ สมาร์ตโฟนมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .463 มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และการมีส่วนร่วมในสื่อสังคม ออนไลน์มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ .325 มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ดังที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของความต้องการเป็นที่นิยม ความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน และการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ที่สัมพันธ์กับอาการกลัวตกกระแส

อาการกลัวตกกระแส	Pearson Correlation (r)	Sig
ความต้องการเป็นที่นิยม	.588	.000
ความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง	.539	.000
ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน	.463	.000
การมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์	.325	.000

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติความถดถอยเชิงพหุคูณของความต้องการเป็นที่นิยม ความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟนที่ทำนายอาการกลัวตกกระแส

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	.375	.040	.376	9.432	.000
2	.381	.049	.304	7.799	.000
3	.227	.043	.201	5.222	.000
R^2 = .478 , R = .691 , Adjusted R^2 = .475					

a. การพยากรณ์: (ค่าคงที่), ความต้องการเป็นที่นิยม,

b. การพยากรณ์: (ค่าคงที่), ความต้องการเป็นที่นิยม, ความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง,

c. การพยากรณ์: (ค่าคงที่), ความต้องการเป็นที่นิยม, ความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง, ปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสในผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เรียงลำดับตามความสำคัญได้แก่ ความต้องการเป็นที่นิยม ความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง และปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน ทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสในผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้ร้อยละ 47.8 มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .478 เมื่อพิจารณารายละเอียดตามโมเดลการพยากรณ์พบว่า ความต้องการเป็นที่นิยมสามารถพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสได้ มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .346 ซึ่งสามารถพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสได้ร้อยละ 34.6 เมื่อเพิ่มตัวแปรด้านความต้องการเป็นส่วนหนึ่งเข้าไป จะมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .446 ซึ่งสามารถพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสได้ร้อยละ 44.6 และเมื่อเพิ่มตัวแปรด้านปัญหาการใช้สมาร์ตโฟนเข้าไป จะมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .478 ซึ่งสามารถพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสได้ร้อยละ 47.8

จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ว่า ปัจจัยด้านความต้องการเป็นที่นิยมสามารถพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสได้ร้อยละ 34.6 กลุ่มตัวอย่างมีการซื้อสิ่งของตามกระแสเพราะมันคือสิ่งที่สังคม มองว่าต้องมี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alutaybi, McAlaney, Stefanidis, Phalp & Ali (2018) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความกังวลเกี่ยวกับความเป็นที่นิยมของตน ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการบริหารจัดการภาพลักษณ์ และปฏิสัมพันธ์กับสิ่งที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้นเพื่อรักษาความนิยมของตน ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎี การกำหนดตนเองที่กล่าวถึงสาเหตุในการเกิดพฤติกรรมหรือการกระทำใด ๆ นั้นเกิดจากความต้องการพื้นฐานด้านการมีสัมพันธภาพกับบุคลลในกลุ่มสังคมของตน (Masur, Reinecke, Ziegele & Quiring, 2014)

เมื่อเพิ่มปัจจัยด้านความต้องการเป็นส่วนหนึ่ง ส่งผลให้สามารถพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสได้สูงขึ้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างอยากรู้สึกมั่นใจได้ว่ามีคนที่สามารถขอความช่วยเหลือได้ในเวลาที่ต้องการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Park, Kee, & Valenzuela (2009) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการ รับความช่วยเหลือจากเพื่อน และรับรู้การเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ด้วยแนวคิดเรื่อง การใช้งานและความพึงพอใจในการใช้สื่อ Lin (1999) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจที่เกิดจากการรับสื่อ จะกลับเป็นไป เป็นแรงจูงใจให้เกิดการใช้สื่อต่อไปในอนาคต เมื่อผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์สามารถรับรู้ความเป็นส่วนหนึ่งได้ จากการใช้งาน สิ่งเหล่านี้จึงกลายความพึงพอใจที่ผู้ใช้งานกำลังมองหา และจะได้รับความพึงพอใจนั้นได้จากการ ใช้สื่อ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อ จึงเป็นแรงจูงใจให้เกิดการใช้งานสื่ออย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความ พึงพอใจใน

การรับรู้การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมได้ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อและอาการกลัวตกกระแสได้ตาม ผลการวิจัยของ Beyens, Frison, & Eggermont (2016) ที่พบว่าความต้องการเป็นส่วนหนึ่งมีความสัมพันธ์กับ อาการกลัวตกกระแส และการเพิ่มขึ้นของความเป็นส่วนหนึ่งและความต้องการเป็นที่นิยมทำให้อาการกลัว ตกกระแสเพิ่มขึ้น

เมื่อเพิ่มปัจจัยด้านปัญหาการใช้สมาร์ตโฟนเข้าไป ส่งผลให้สามารถพยากรณ์อาการกลัวตตกกระแสได้สูงขึ้น โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาการใช้สมาร์ตโฟนด้านการใช้งานมากเกินไปมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Beyens et al. (2016) ที่พบว่าผู้ที่มีอาการกลัวตกกระแสมีการใช้งานเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่ไม่มีอาการกลัวตกกระแส และงานวิจัยของ Wang et al. (2019) ที่พบว่าผู้ใช้งานที่มีปัญหาการใช้สมาร์ตโฟนในระดับสูงมีอาการกลัวตกกระแสอยู่ในระดับสูงเช่นกัน โดยสามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ McQuail (1994 อ้างถึงใน Ruggiero, 2000) ที่กล่าวว่าผู้ใช้งานสื่อเป็นผู้คัดเลือกช่องทางในการรับสารและเนื้อหาของสารด้วยตนเอง ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าอาการกลัวตกกระแสและปัญหาการใช้สมาร์ตโฟนต่างเป็นแรงจูงที่ส่งผลต่อกันและกัน โดยผู้ใช้งานเป็นฝ่ายกำหนดตนเองว่าจะใช้สมาร์ตโฟนในการรับสื่ออย่างไร และเนื้อหาของสารที่ตนเลือกรับนั้นจะมีอิทธิพลต่อตนอย่างไรด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยในการพยากรณ์อาการกลัวตกกระแสในผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการที่สามารถนำไปปรับใช้งาน คือ การเลือกใช้งานสมาร์ตโฟนในสถานการณ์ที่เหมาะสม และใช้งานเท่าที่จำเป็น รวมถึงมีการตรวจสอบการใช้งานของตนเองอยู่อย่างสม่ำเสมอถึงพฤติกรรมการใช้งานของตนว่าอยู่ในระดับที่รบกวนการใช้งานในชีวิตประจำวันและส่งผลกระทบที่เกิดปัญหาหรือไม่ เพื่อปรับหรือลดพฤติกรรมที่อาจก่อให้เกิดปัญหาจากการใช้งานสมาร์ตโฟน รวมถึงเป็นการลดความเสี่ยงในการถูกกระตุ้นให้ผู้ใช้งานรู้สึกพลาดสิ่งสำคัญไปเมื่อไม่ได้ใช้งานสมาร์ตโฟนของตน นอกจากนี้ผู้วิจัยเสนอให้ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟนลดการใช้สื่อสังคมในการเข้าสังคม และหันมาเข้าสังคมในโอกาสหรือสถานการณ์ที่สามารถพบหน้ากันได้ ซึ่งนอกจากจะเป็นการเข้าสังคมแบบพบหน้ากันแล้ว ยังเป็นการแสดงออกถึงความใส่ใจคนรอบข้าง เป็นการเพิ่มความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลและช่วยลดปัญหาการใช้สมาร์ตโฟน รวมถึงลดความเสี่ยงในการเกิดอาการกลัวตกกระแสได้เช่นกัน ด้านข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป ผู้วิจัยเสนอให้ศึกษาความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรเพื่อหารายละเอียด

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม และทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติมในการศึกษาข้อมูลในเชิงลึกเพื่อข้อมูล ที่กว้างและสมบูรณ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. Journal of Business & Economics Research (JBER), 14(1), 33-44

Alutaybi, A., McAlaney, J., Stefanidis, A., Phalp, K., & Ali, R. (2018). Designing social networks to combat fear of missing out. In Proceedings of British HCI (Vol. 18, p. 1)

Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. Computers in Human Behavior, 64, 1-8.

Hootsuite and We Are Social. (2019). Global Digital Report 2019. [online] We Are Social Ltd . Available at: https://wearesocial.com/global-digital-report-2019 [Accessed 29 Oct. 2019].

Kramer, N. C., & Winter, S. (2008). The Relationship of Self-esteem, extraversion, self-efficacy, and Self-presentation within Social Networking Sites. Journal of Media Psychology, 20(3), 106-116.

Lin, C. (1999). Uses and Gratifications: Audience uses and gratifications for mass media: A theoretical perspective.

Masur, P.K., Reinecke, L., Ziegele, M., & Quiring, O. (2014) The interplay of intrinsic need satisfaction and facebook specific motives in explaining addictive behavior on facebook, 39(2014) , 376-386

Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook?. Personality and individual differences, 52(3), 243-249.

Neubaum, G., & Krämer, N. C. (2015). My friends right next to me: A laboratory investigation on predictors and consequences of experiencing social closeness on social networking sites. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 18(8), 443-449.

Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. CyberPsychology & Behavior, 12(6), 729-733.

Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. Mass communication & society, 3(1), 3-37.

Wang, D., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2016). Smartphone use in everyday life and travel. *Journal of travel research*, *55*(1), 52-63.

Wang, P., Wang, X., Nie, J., Zeng, P., Liu, K., Wang, J., ... & Lei, L. (2019). Envy and problematic smartphone use: The mediating role of FOMO and the moderating role of student-student relationship. Personality and Individual Differences, 146, 136-142.

ปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ภายใต้วิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชน

Communication Factors Influencing the Decision to Study for A Bachelor's Degree in Private Universities During Thai Education Crisis

เอกลักษณ์ วิริยะยุทมา
Ekaluk Wiriyayuttama
นักศึกษาปริญญาโท สาขานิเทศศาสตร์และนวัตกรรม
Graduate student, Program in Communication Arts and Innovation
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
Graduate School of Communication Arts and Management Innovation
National Institute of Development Administration
อีเมล : Ekaluk.wir@stu.nida.ac.th

พรพรรณ ประจักษ์เนตร
Pornpun Prajaknate
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.
Assistant Professor Pornpun Prajaknate, Ph.D.
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
Graduate School of Communication Arts and Management Innovation
National Institute of Development Administration
อีเมล : pornpun.p@nida.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าตราสินค้า กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี (3) ศึกษาปัจจัยพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยเอกชนทั้ง 5 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยธนบุรี และมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการตลาดเชิงกิจกรรม ด้านการโฆษณา และการรับรู้คุณค่าตราสินค้า ด้านการเชื่อมโยงต่อตราสินค้า การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการประชาสัมพันธ์ และการรับรู้คุณค่าตราสินค้าด้านการตระหนักรู้ในตราสินค้า สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ได้ร้อยละ 59.8

คำสำคัญ : การสื่อสาร วิกฤตการศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน

Abstract

The objectives of this study were to (1) examine the correlation between the awareness of brand equity and decision to study for a bachelor's degree (2) explore the correlation between the awareness of integrated marketing communication and decision to study for a bachelor's degree (3) identify factors affecting decision to study for a bachelor's degree. This study was a qualitative research with representative sampling from 5 private universities (Bangkok University, Rangsit University, University of the Thai Chamber of Commerce, Thonburi University, Kasem Bundit University). The research showed that the awareness of integrated marketing communication (Event marketing, Advertising, Public Relation) and the awareness of brand equity (Brand Associations, Brand Awareness) were predictors of the decision to study for a bachelor's degree, with a predictive value of 59.8%.

Keywords : Communication, Thai Education Crisis, Private Universities

บทนำ

สถาบันอุดมศึกษาเอกชนหรือมหาวิทยาลัยเอกชน ถือได้ว่าเป็น “ธุรกิจการศึกษา” (Education Business) ซึ่งในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง ผนวกกับจำนวนสถาบันอุดมศึกษาของภาครัฐมีมากกว่าภาคเอกชน ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เมื่อจำนวนสถาบันการศึกษามีมาก จึงทำให้นักศึกษามีทางเลือกในการ

เรียนมากขึ้นและยิ่งไปกว่านั้นปัญหาจำนวนนักศึกษาที่ลดลง อันเนื่องมาจากหลายปัจจัย เช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมสูงวัยมากขึ้น อัตราการเกิดลดลง การหันไปเลือกเรียนสายอาชีพ ทัศนคติต่อวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีที่เปลี่ยนไป การศึกษาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และลักษณะพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มนักศึกษา ซึ่งอยู่ในช่วง Generation Z หรือ Gen Z ที่กำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญของมหาวิทยาลัย เป็นต้น (ณัชชา สุวรรณวงศ์, 2560) ซึ่งจากปัญหาจำนวนนักศึกษาลดลง ทำให้ส่งผลต่องบประมาณในการบริหารลดลงตามเพราะไม่ได้มีงบประมาณของรัฐบาลที่ช่วยสนับสนุน จึงทำให้สถานศึกษาบางแห่งต้องเริ่มปรับโครงสร้างองค์กร ลดจำนวนบุคลากรในสถาบันทั้งพนักงานมหาวิทยาลัยและอาจารย์ รวมถึงอาจต้องมีการปิดภาควิชา หรือรวมคณะ ภาควิชา สาขาวิชา หากมหาวิทยาลัยใดไม่ปรับตัวให้ทันต่อยุค 4.0 หรือพัฒนาด้านคุณภาพ สร้างจุดแข็งทั้งในด้านภาพลักษณ์ หลักสูตร เทคโนโลยีที่ใช้ในการเรียนการสอน ก็จะส่งผลต่อภาพรวมของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะจำนวนนักศึกษาอาจลดน้อยลง (อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์, 2561)

ด้วยเหตุนี้ในแต่ละสถาบันจึงมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสถาบันผ่านการใช้เครื่องมือทางการตลาด ได้แก่ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการสร้างคุณค่าตราสินค้า ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าในเชิงบวก จนเกิดเป็นการยอมรับในตราสินค้ามากกว่ามหาวิทยาลัยในประเภทเดียวกัน ทำให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาด รวมทั้งดึงดูดผู้เรียนให้สมัครเข้าศึกษาโดยเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดขึ้น ในขณะเดียวกันก็เป็นการเปิดโอกาสและทางเลือกให้แก่ผู้เรียนมากขึ้นเช่นกัน โดยจะนำไปสู่พฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเอกชน (ธันยากร ช่วยทุกข์เพื่อน, 2557) จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีภายใต้วิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชน โดยเน้นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การรับรู้ด้านคุณค่าตราสินค้า เพื่อนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาคุณภาพ กำหนดนโยบาย จัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดและวางแผนให้มีประสิทธิภาพในช่วงวิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าตราสินค้า กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีภายใต้วิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชน

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีภายใต้วิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชน

3. เพื่อศึกษาปัจจัยพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีภายใต้วิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชน

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

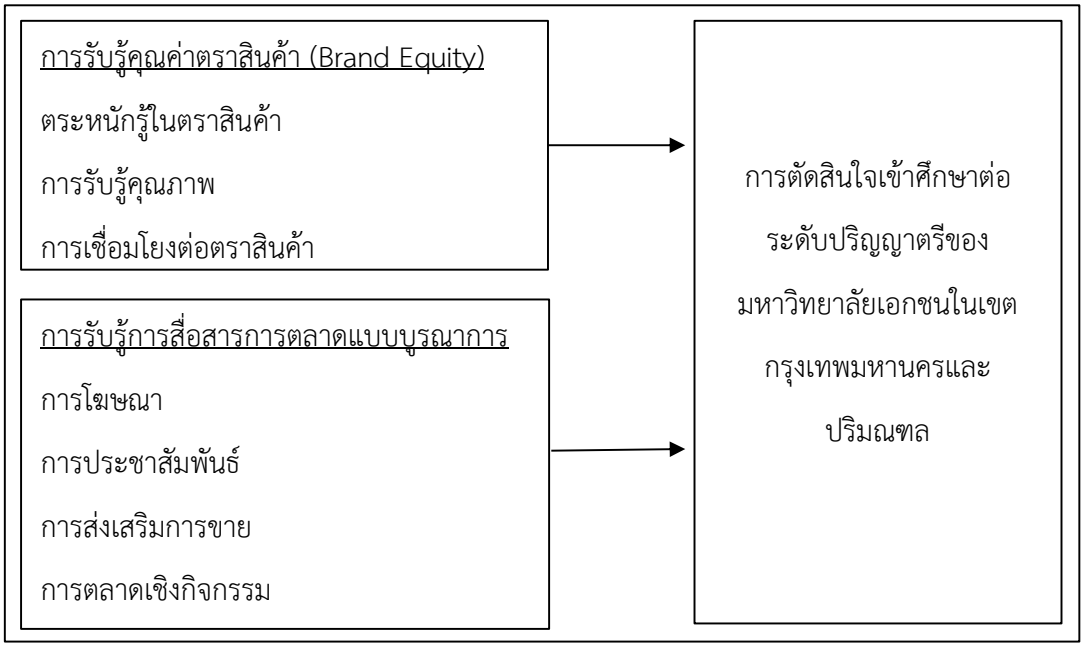
แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication or IMC) เป็นแนวคิดการวางแผนสื่อสารการตลาดที่มุ่งให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับแผนโปรแกรมการสื่อสารการตลาด ซึ่งประกอบด้วยเครื่องมือสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบ อาทิ โฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น โดยผสมผสานเครื่องมือการตลาดดังกล่าวเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างประสิทธิผลของโปรแกรมสื่อสารการตลาดได้มากที่สุด (Schultz, 1993) นอกจากนี้ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นการสื่อสารผ่านเครื่องมือสื่อสารที่หลากหลาย เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง การจัดกิจกรรมทางการตลาด การส่งเสริมการขายโดยเจ้าหน้าที่ เป็นต้น รวมทั้งมีการใช้สื่อทั้งที่เป็นออฟไลน์และออนไลน์ อีกทั้งผลของการสื่อสารจะช่วยเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับแบรนด์ (Brand Equity) จนส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้าหรือบริการ (ณัฐา ฉางชูโต, 2558)

แนวคิดและทฤษฎีคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) เป็นแนวคิดที่เป็นการเพิ่มคุณสมบัติเข้าไปยังสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างให้เกิดความแตกต่าง อีกทั้ง หากสินค้าและบริการนั้น ๆ ไม่มีการสร้างคุณค่าของตราสินค้าก็จะส่งผลต่อผลลัพธ์ทางการตลาดที่ต่างกัน ผ่านองค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้า 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ตระหนักรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) การรับรู้คุณภาพ (Perceived Quality) การเชื่อมโยงต่อตราสินค้า (Brand Associations) ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) และสินทรัพย์ประเภทอื่น ๆ ของตราสินค้า (Other Proprietary Brand Assets) (Aaker, 1991)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ เป็นกระบวนการประเมินผลที่เกี่ยวกับทางเลือกหรือตัวเลือกที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายจากทางเลือกปฏิบัติที่จะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด สำหรับกระบวนการตัดสินใจจะช่วยให้นักการตลาดสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนการสื่อสารการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1. การตระหนักถึงปัญหาหรือการรับรู้ถึงความต้องการ 2. การแสวงหาข้อมูล 3. การประเมินทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ และ 5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (อดุลย์ จาตุรงคกุล และ ดลยา จาตุรงคกุล, 2549)

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อการศึกษาในส่วนผู้รับสาร โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสุ่มตัวอย่างทั้งหมด 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกมหาวิทยาลัยจากจำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ของภาคเรียนที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2561 ที่มีจำนวนนักศึกษามากที่สุด 5 อันดับของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่อนุญาตให้ดำเนินการวิจัย ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 3) มหาวิทยาลัยรังสิต 4) มหาวิทยาลัยธนบุรี 5) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportionate Stratified Sampling) โดยมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรของมหาวิทยาลัยเอกชนในแต่ละแห่ง ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกเก็บข้อมูลกับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และไม่ได้กำหนดคุณสมบัติอื่น อาทิ คณะหรือสาขาวิชามาเป็นเกณฑ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเริ่มเก็บข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม - ตุลาคม พ.ศ. 2562

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย 4 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะคำถามแบบให้เลือกคำตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 การรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคที่มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชน รวมจำนวน 10 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาช 0.86 ส่วนที่ 3 การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผู้บริโภคที่มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชน รวมจำนวน 17 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาช 0.86 และส่วนที่ 4 การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเอกชน รวมจำนวน 10 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาช 0.91 โดยส่วนที่ 2 – 4 ใช้การประมาณค่าจากมาตรวัดลิเคิร์ท (Likert Scale)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือ โดยวิธีคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Indexes of Item-Objective Congruence = IOC) ซึ่งมีการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของแบบสอบถามในครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 0.728 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์

2. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบมาปรับปรุงแก้ไข นำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการ Pre-Test กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน นำมาหาค่าความเชื่อมั่นผ่านการใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาช ได้มากกว่า 0.7

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.75 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง ร้อยละ 52.75 รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 20.25 ส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ย 3.01-3.50 คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมา 2.51-3.00 คิดเป็นร้อยละ 30.00 กำลังศึกษาที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ร้อยละ 20.50 มีจำนวนพี่/น้อง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาเป็นลูกคนเดียว (1 คน) คิดเป็นร้อยละ 26.00 และมีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท รองลงมา 15,000-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.25 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคที่มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การรับรู้คุณภาพของมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษา มีค่าสูงสุดค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาเป็นด้านการรับรู้ถึงความสามารถในการเชื่อมโยงของมหาวิทยาลัย ส่วนระดับความเห็นน้อยที่สุด คือ ตระหนักรู้ในตราสินค้าของมหาวิทยาลัย ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

ด้านการรับรู้คุณภาพ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มหาวิทยาลัยสามารถผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพ และมีโอกาสเข้าทำงานในบริษัทชั้นนำของประเทศ มีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยมีหลักสูตรที่ได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.21 และมหาวิทยาลัยโดดเด่นด้านการแข่งขัน และมีรางวัล การันตีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.14 ส่วนด้านการรับรู้ถึงความสามารถในการเชื่อมโยงของตราสินค้า โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ นักศึกษาหรือบัณฑิตที่มีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ช่วยให้มหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์ที่ดีและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมา คือ การสำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยแห่งนี้ทำให้ท่านสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่คาดหวังได้ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และการได้ศึกษาที่มหาวิทยาลัยแห่งนี้ทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดีในหลากหลายด้าน เช่น การบ่งบอกตัวตน ด้านความรู้ด้านความสามารถในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.09 และด้านการตระหนักรู้ในตราสินค้า โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ รู้สึกคุ้นเคยกับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ตราสินค้าของมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมา คือ ตราสินค้า (Brand) ของมหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับของคนในสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.01 เมื่อนึกถึงมหาวิทยาลัย จะนึกถึงมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.00 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้น้อยที่สุด คือ ทราบถึงจุดยืนหรือลักษณะเฉพาะ (Signature) ของมหาวิทยาลัยเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.82

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผู้บริโภคที่มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การส่งเสริมการขาย มีค่าสูงสุดคือ ค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมาเป็นด้านการตลาดเชิงกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ ส่วนระดับความเห็นน้อยที่สุด คือ การโฆษณา ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

ด้านการส่งเสริมการขาย โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มีการส่งเสริมเรื่องกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) มีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมา คือ มีทุนการศึกษาให้สำหรับนักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมา คือ การให้สิทธิพิเศษในการสมัครเรียน เช่น โควตาเรียนดี ความสามารถพิเศษ อาทิ นักแสดง นักกีฬา นักดนตรี มีค่าเฉลี่ย 4.30 และมีการผ่อนหรือแบ่งชำระค่าใช้จ่ายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.11 ในด้านการตลาดเชิงกิจกรรม โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การจัดบูธหรือจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เช่น ตลาดนัดหลักสูตร การจัดกิจกรรม Open House การจัดนิทรรศการวิชาการ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.11 และกิจกรรมแนะแนวการศึกษาตามโรงเรียนต่าง ๆ (Road Show) มีค่าเฉลี่ย 3.94 นอกจากนี้ในด้านการประชาสัมพันธ์ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ภาพลักษณ์ความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับสถานประกอบการ มีค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาเป็น ภาพลักษณ์ทางวิชาการ เช่น ผลงานทางวิชาการ การได้รับรางวัลต่าง ๆ ของอาจารย์หรือนักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.00 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้น้อยที่สุด คือ การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.95 สำหรับด้านการ

โฆษณา โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ Facebook มีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมา คือ Official Website ของมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.10 สื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณากลางแจ้ง มีค่าเฉลี่ย 3.68 YouTube มีค่าเฉลี่ย 3.50 Instagram มีค่าเฉลี่ย 3.40 สื่อเคลื่อนที่ เช่น รถบัสหรือรถตู้ของมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ย 3.32 E-mail มีค่าเฉลี่ย 3.19 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้น้อยที่สุด คือ Twitter มีค่าเฉลี่ย 2.96

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเอกชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่พบว่า ในขณะที่ตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยที่จะศึกษาต่อ จะให้ความสนใจกับคุณภาพของมหาวิทยาลัย มีค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมาคือ ความเชื่อ/ทัศนคติมีอิทธิพลอย่างมากในการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยที่ต้องการศึกษาต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.19 การให้ความสำคัญกับการประเมินและเปรียบเทียบมหาวิทยาลัยที่ต้องการศึกษาต่อ มีค่าเฉลี่ย 4.12 โฆษณาของมหาวิทยาลัยสามารถสร้างการตระหนักรู้จนก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ย 4.02 แหล่งบุคคล (Personal Sources) อันได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จักมีส่วนช่วยในการค้นหาหรือให้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ย 3.98 ช่องทางและเงื่อนไขในการชำระค่าเทอมมีอิทธิพลอย่างมากในการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยในการศึกษาต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.95 ตำแหน่งที่ตั้ง (Location) ของมหาวิทยาลัยมีอิทธิพลอย่างมากในการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยในการศึกษาต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.93 แหล่งทดลอง (Experimental Sources) อันได้แก่ รุ่นพี่ในมหาวิทยาลัย หรือ ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย มีส่วนช่วยในการค้นหาหรือให้ข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.89 แหล่งสาธารณะ (Public Sources) อันได้แก่ สื่อมวลชน ทีวี มีส่วนช่วยในการค้นหาหรือให้ข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.86 และแหล่งการค้า (Commercial Sources) อันได้แก่ การโฆษณา เจ้าหน้าที่ ป้าย มีส่วนช่วยในการค้นหาหรือให้ข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.81

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้คุณค่าตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีภายใต้วิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง มีค่า 0.611

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของมหาวิทยาลัยเอกชน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีภายใต้วิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.01 ตามผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง มีค่า 0.738

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้คุณค่าตราสินค้าและการรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของมหาวิทยาลัยเอกชน สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีภายใต้วิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชน ผ่านการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้เทคนิคการเลือกตัวแปร โดยวิธีการเพิ่มตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน (Stepwise) พบว่า ตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กัน จึงนำไปสู่การพยากรณ์การตัดสินใจ พบว่า มี 6 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในด้านการตลาดเชิงกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 41.7 การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในด้านการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 51.3 การรับรู้คุณค่าตราสินค้าในด้านการเชื่อมโยงต่อตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 56.1 การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในด้านการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 58.4 การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในด้านการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 59.2 และการรับรู้คุณค่าตราสินค้าในด้านการตระหนักรู้ในตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 59.8 โดยตัวแปรทั้งหมดรวมกันสามารถพยากรณ์การตัดสินใจได้ร้อยละ 59.8

อภิปรายผลการวิจัย

1. การรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคที่มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชน

1.1 การรับรู้คุณภาพ พบว่า มีการรับรู้ในระดับมาก ซึ่งปัจจุบันมหาวิทยาลัยต่างต้องการสร้างประสบการณ์ที่ดีจากมหาวิทยาลัยในหลายด้าน ซึ่งคุณภาพที่ถูกรับรู้เป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคยอมรับ ได้แก่ มหาวิทยาลัยสามารถผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพและมีโอกาสเข้าทำงานในบริษัทชั้นนำของประเทศ ซึ่งการรับรู้คุณภาพเป็นการรับรู้โดยภาพรวมของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพหรือความเหนือกว่าของสินค้าหรือบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน หากผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ถึงคุณภาพของตราสินค้าจะช่วยสร้างเหตุผลสนับสนุนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคได้ (Aaker, 1991)

1.2 การรับรู้ถึงความสามารถในการเชื่อมโยงต่อตราสินค้า มีการรับรู้ในระดับมาก จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ในด้านของนักศึกษาหรือบัณฑิตที่มีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยช่วยให้มหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์ที่ดีและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิชัย ผาสุขกานนท์ และประสพชัย พสุนนท์ (2557) พบว่า อิทธิพลของการให้คุณค่าตราสินค้าในด้านการเชื่อมโยงต่อตราสินค้า มีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยศิลปากรมากที่สุด

1.3 ตระหนักรู้ในตราสินค้า มีการรับรู้ในระดับมาก จากงานวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่จะรู้สึกคุ้นเคยกับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ตราสินค้าของมหาวิทยาลัยที่ตนกำลังศึกษา สนับสนุนด้วยงานวิจัยของ วุฒิชัย ผาสุขกานนท์ และ ประสพชัย พสุนนท์ (2557) พบว่า คุณค่าตราสินค้าด้านการตระหนักรู้ในตราสินค้า มีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถของกลุ่มตัวอย่างในการที่จะจดจำและระลึกถึงแบรนด์นั้น ๆ ที่จะต้องมีความคุ้นเคยและเป็นตราสินค้าที่ผู้บริโภคหรือกลุ่มตัวอย่างมีความใกล้ชิด

2. การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผู้บริโภคที่มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชน

2.1 การโฆษณา มีการรับรู้ในระดับมาก จากการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่มีการรับรู้โฆษณาผ่าน Facebook สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่ม Gen Z ที่มีการเกิดและเติบโตมาพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัสตรา จันทรา (2560) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านโฆษณา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ในระดับมาก โดยช่องทางอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ สื่อบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด

2.2 การประชาสัมพันธ์ มีการรับรู้ในระดับมาก จากการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่มีการรับรู้ภาพลักษณ์ความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับสถานประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิดของ ณัฐา ฉางชูโต (2558) ที่กล่าวว่า การนำการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาดมาใช้ในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จะช่วยเพิ่มการรับรู้ในสินค้า เกิดความสนใจ สร้างความไว้วางใจ กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการและสร้างความภักดีต่อตราสินค้า สนับสนุนงานวิจัยโดย สุภัสตรา จันทรา (2560) พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์มีระดับการรับรู้มากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

2.3 การส่งเสริมการขาย มีการรับรู้ในระดับมาก จากการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีการรับรู้การส่งเสริมเรื่องกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประณีต ใจหนัก (2553) พบว่า คือ การแจกทุนเรียนฟรี การให้ทุนกู้ยืมประเภท กยศ. การบริการหอพักภายในมหาวิทยาลัย บริการอินเทอร์เน็ต การให้โควตาเรียนดีหรือมีความสามารถพิเศษ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

2.4 การตลาดเชิงกิจกรรม มีการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีการรับรู้การจัดบูธหรือจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เช่น ตลาดนัดหลักสูตร การจัดกิจกรรม Open House การ

จัดนิทรรศการวิชาการ เป็นต้น และสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีภายใต้วิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชนเป็นอันดับที่ 1 สอดคล้องกับแนวคิดของ ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (2544) ที่กล่าวว่า การตลาดเชิงกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นการสร้างความสนใจของกลุ่มเป้าหมายในกิจกรรมที่จัดขึ้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้มีโอกาสรู้จักและเห็นตราสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่มักจะนำสินค้าไปผูกหรือสร้างความสัมพันธ์กับเหตุการณ์พิเศษ และอาจทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. มหาวิทยาลัยเอกชน ควรเน้นการสื่อสารการตลาดในด้านการสร้างจุดยืนหรือลักษณะเฉพาะ (Signature) ของมหาวิทยาลัยให้เกิดการรับรู้จนเกิดเป็นภาพจำแก่นักศึกษา เนื่องจากผลของการวัดระดับการรับรู้คุณค่าตราสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในด้านนี้เป็นอันดับสุดท้ายของการตระหนักรู้ในตราสินค้า หากนักศึกษามีการรับรู้ในด้านนี้เพิ่มขึ้น ก็จะเป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยในขั้นตอนการประเมินทางเลือกในการเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา

2. มหาวิทยาลัยเอกชน ควรเน้นการส่งเสริมการตลาดเชิงกิจกรรม เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีการรับรู้การตลาดเชิงกิจกรรมมากที่สุด และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีภายใต้วิกฤตการศึกษาไทยของมหาวิทยาลัยเอกชนในระดับมาก ได้แก่ การจัดบูธหรือจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เช่น ตลาดนัดหลักสูตร การจัดกิจกรรม Open House การจัดนิทรรศการวิชาการ เป็นต้น ดังนั้น มหาวิทยาลัยจึงต้องพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ที่นำมาใช้เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดการมีส่วนร่วมและเกิดการรับรู้ต่อการจัดกิจกรรมให้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรกำหนดขอบเขตการวิจัยโดยการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ใช้เกณฑ์การลดลงของจำนวนนักศึกษาในแต่ละมหาวิทยาลัย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้มาจากเกณฑ์การคัดเลือกมหาวิทยาลัยที่ทำการศึกษาจากจำนวนนักศึกษามากที่สุด 5 อันดับของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ควรศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาเปรียบเทียบว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

Aaker, D. A. (1991). Managing brand equity : capitalizing on the value of a brand name. New York: New York : Free Press.

Schultz, D. E. (1993). Integrated marketing communications: Maybe definition is in the point of view. Marketing News, 27(2), 17.

ณัชชา สุวรรณวงศ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปี 2560. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2562, จาก shorturl.at/bhvP5

ณัฐา ฉางชูโต. (2558). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ = Integrated marketing communication (IMC). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธันยากร ช่วยทุกข์เพื่อน. (2558). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. วารสารสุทธิปริทัศน์, 29(90), 256-271.

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2544). Strategic IMC กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร. กรุงเทพฯ: ทิปปิ้งพอยท์.

ประณีต ใจหนัก. (2553). บทบาทของ IMC ที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเพชรบูรณ์. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์, เพชรบูรณ์.

วุฒิชัย ผาสุขกานนท์, & ประสพชัย พสุนนท์. (2557). การให้คุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. วารสารราชมงคลล้านนา, 1(2), 116-126

สุภัสตรา จันทรา. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพฯ.

อดุลย์ จาตุรงคกุล, & ดลยา จาตุรงคกุล. (2549). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์. (2561). เลิกเถอะ!! TCAS ฟื้น"Entrance"ระบบเดียว. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.komchadluek.net/news/edu-health/328133

ปัญหาสุขภาพและความต้องการด้านการดูแลสุขภาพของคนไทย
Health problems and health care needs of Thai people

ยุวดี ภักดีวิจิตร*
Yuvadee Pukdevijit*
สาขาวิชาการตลาดยุคดิจิทัล **วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี** มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์*
Program in Digital Marketing. College of Innovative Business and Accountancy.
Dhurakij Pundit University.*
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาบริหารธุรกิจ*
Assistant Professor Yuvadee Pukdevijit*
วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์*
College of Innovative Business and Accountancy
Dhurakij Pundit University.*
อีเมล์ : yuvadee.pue@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

ปัจจุบันคนไทยมีการเจ็บป่วยด้วยโรคต่างๆเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ขาดสุขลักษณะที่ดีในเรื่องการรับประทานอาหาร การไม่มีเวลาออกกำลังกาย การพักผ่อนไม่เพียงพอ ความเครียด การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ และการทำงานหนัก ทำให้คนไทยมีปัญหาด้านสุขภาพมากขึ้นโดยเฉพาะคนวัยทำงาน ประกอบกับในปีพ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมสูงอายุระดับสุดยอด(super aged society) ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุมักจะเป็นโรคเรื้อรังที่ต้องการการดูแลระยะยาว การเจ็บป่วยในทุกช่วงวัยเป็นการเพิ่มภาระในการดูแลรักษาให้กับครอบครัวและสังคมไทยในอนาคต ดังนั้นการดูแลสุขภาพให้แข็งแรงด้วยวิธีการที่ถูกต้องจึงถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับประชากรไทยทุกช่วงวัย ที่จะช่วยป้องกันและช่วยลดความเสี่ยงในการเจ็บป่วยด้วยโรคต่างๆได้ โดยเฉพาะโรค NCDs ผลจากการที่ภาครัฐบาลรณรงค์ให้คนไทยตระหนักและเห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพ ทำให้คนไทยเริ่มมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและหันมาดูแลสุขภาพด้วยวิธีการที่ถูกต้องกันมากขึ้น รวมทั้งมีความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆที่สามารถตอบสนองความต้องการในด้านการดูแลสุขภาพของคนไทยซึ่งมีความต้องการในตลาดอยู่ในระดับสูงได้

คำสำคัญ : การดูแลสุขภาพ, ปัญหาด้านสุขภาพ, พฤติกรรมการดูแลสุขภาพ, ความต้องการด้านการดูแลสุขภาพ

Abstract

Nowadays, Thai people are getting sick with various diseases increasingly due to the change in lifestyle of Thai people. Thai people lack of good hygiene in eating, lack of time to exercise, insufficient rest, strain, drinking alcohol, smoking and hardworking, these behavior cause them to have health problems especially in working people group. In addition, in the year 2031, Thailand will become a super aging society in which elderly people tend to have chronic diseases that require long-term care. Illness at all ages increases the burden of care for the family and Thai society in the future. Therefore, maintaining good health with the correct method is important for Thai people of all ages that will help to prevent and help to reduce the risk of illnesses with various diseases, especially NCDs. The result of the government campaign for Thai people to realize the importance of healthcare effects on Thai people to change their behavior for healthcare with more accurate methods and increasing the need for more products and services related to healthcare. It is an opportunity for entrepreneurs to develop new products and services that can meet the healthcare needs of Thai people, which have a high level of demand in the market.

Keywords : Healthcare, Health problems, Healthcare behavior, Healthcare needs.

บทนำ

การมีสุขภาพที่ดีถือเป็นเรื่องสำคัญของคนทุกคน แต่ในปัจจุบันพบว่าคนไทยมีการเจ็บป่วยด้วยโรคต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไป มีการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้ขาดสุขลักษณะที่ดีในเรื่องการรับประทานอาหาร การไม่มีเวลาออกกำลังกาย การพักผ่อนไม่เพียงพอ ความเครียด การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ และการทำงานหนัก ทำให้คนไทยมีปัญหาด้านสุขภาพ และมีแนวโน้มเป็นโรคอ้วนมากขึ้น นำไปสู่การเจ็บป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non – Communicable Diseases : NCDs)ในอัตราที่สูงขึ้น และคาดว่ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี โดยเฉพาะในกลุ่มประชากรวัยทำงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ สำหรับในกลุ่มผู้สูงอายุคาดว่าในปีพ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะก้าวสู่สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์(aged society) และในปีพ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมสูงอายุระดับสุดยอด(super aged society) ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุจะมีการเจ็บป่วยสะสมตั้งแต่วัยหนุ่มสาวหรือวัยทำงาน แต่ไม่ได้รับการรักษาหรือการดูแลอย่างต่อเนื่อง และมักจะเป็นโรคเรื้อรังที่ต้องการการดูแลระยะยาว ทำให้เพิ่มภาระในการดูแลรักษาให้กับครอบครัวและสังคมไทยในอนาคต ดังนั้นการดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงด้วยวิธีการที่ถูกต้องจึง

ถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับประชากรไทยทุกช่วงวัย ที่จะช่วยป้องกันและช่วยลดความเสี่ยงในการเจ็บป่วยด้วยโรคต่างๆ โดยเฉพาะโรค NCDsได้ อีกทั้งในปัจจุบันพบว่ามีผลิตภัณฑ์และบริการหลากหลายรูปแบบในตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ออกมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกช่วงวัยในการดูแลสุขภาพได้เป็นอย่างดี จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆออกสู่ตลาดมากยิ่งขึ้น

ปัญหาสุขภาพของคนไทย

ข้อมูลจากสำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (2560) เปิดเผยว่าคนไทยมีอัตราการตายด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non – Communicable Diseases : NCDs)ในอัตราที่สูงขึ้นและคาดว่ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี กลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง(NCDs)ถือเป็นปัญหาสุขภาพอันดับหนึ่งของโลก และอันดับหนึ่งของประเทศไทย โดยมีโรคที่เกิดจากกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังตามการระบุของกระทรวงสาธารณสุขที่สำคัญ 6 โรค ได้แก่ โรคหลอดเลือดสมอง(Stroke) โรคหัวใจ (หลอดเลือดหัวใจตีบตัน หัวใจขาดเลือด) โรคมะเร็ง โรคปอดอักเสบและทางเดินหายใจอุดกั้นเรื้อรัง โรคเบาหวาน และโรคความดันโลหิตสูง โรคในกลุ่ม NCDs เป็นโรคที่มีความสัมพันธ์กับนิสัยหรือพฤติกรรมการดำเนินชีวิต การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ ส่งผลทำให้วิถีชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคของคนไทยเปลี่ยนแปลงไป มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ ขาดความสมดุลและขาดสุขลักษณะทั้งการรับประทานอาหาร การนอน การพักผ่อน การออกกำลังกาย และการทำงาน วิถีชีวิตสมัยใหม่ทำให้การปรุงอาหารเองน้อยลง ในขณะที่การบริโภคอาหารนอกบ้านหรือซื้ออาหารสำเร็จรูปมีมากขึ้น ถือเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้คนไทยส่วนใหญ่บริโภคอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพ มีรสหวาน มัน เค็มมากเกินไป ได้รับส่วนผสมอาหารในระดับอันตรายจากเกลือโซเดียม น้ำตาล ไขมันที่มากขึ้น นอกจากนี้ความเครียด การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ การมีกิจกรรมทางกายไม่เพียงพอ หรือการไม่มีพื้นที่ที่เอื้อต่อการออกกำลังกาย การบริโภคอาหารมากเกินควร แต่ขาดการเคลื่อนไหวออกแรง ขาดการออกกำลังกาย ทำให้คนไทยเป็นโรคอ้วนกันมากขึ้น จากข้อมูลขององค์การอนามัยโลก พบว่าในปี พ.ศ.2559 ประเทศไทยมีประชากรที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐานหรืออ้วนมากถึง 32.2% ซึ่งนับเป็นอันดับ 2 ของอาเซียน หรือคิดเป็น 1 ใน 3 ของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งความอ้วนเป็นต้นเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้ป่วยมีความดันโลหิตสูง น้ำตาลในเลือดสูงและคลอเรสเตอรอลสูง นำไปสู่การเกิดโรค NCDsได้ การเจริญเติบโตของโรคในกลุ่ม NCDs จะค่อยๆสะสมอาการทีละนิด ค่อยๆเกิดและค่อยๆทวีความรุนแรง สุดท้ายจะเกิดอาการเรื้อรังในที่สุด หากไม่ได้รับการรักษาหรือดูแลอย่างถูกต้องและทันเวลา ซึ่งส่งผลกระทบอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของผู้ป่วยและคนรอบข้าง

คนไทยที่เป็นกลุ่มเสี่ยงและป่วยด้วยโรคในกลุ่ม NCDs มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กลุ่มที่มีแนวโน้มการเสียชีวิตเพิ่มขึ้นส่วนมากเป็นกลุ่มประชากรวัยทำงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ข้อมูลจากองค์การอนามัยโลกระบุว่า ตลอดช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมากลุ่มโรคNCDs เป็นสาเหตุของการเสียชีวิตหลักของคนทั่วโลก โดยในปีพ.ศ. 2559 มีผู้เสียชีวิตทั่วโลกจำนวน 56.9 ล้านราย เป็นผู้เสียชีวิตด้วยกลุ่มโรค NCDs คิดเป็นร้อยละ 54.0 ของการเสียชีวิตทั่วโลก สำหรับประเทศไทยจาก

ข้อมูลสถิติประชากร และสาธารณสุขของไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2551-2561 พบว่ามีผู้เสียชีวิตจากโรคNCDs เป็นสัดส่วนที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี ดังในตารางที่ 1 ซึ่งส่วนใหญ่เสียชีวิตก่อนอายุ 60 ปีซึ่งเป็นวัยทำงาน

ตารางที่ 1 สถิติประชากร และสาธารณสุขของไทยปีพ.ศ. 2551-2561

ปี (พ.ศ./ค.ศ.)	จำนวนประชากร(คน)			จำนวนประชากรเฉพาะผู้มีสัญชาติไทย และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน ณ. ธันวาคม แยกตามช่วงอายุ (คน)				สถิติการตาย		
	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนการเกิด (คน)	เฉพาะผู้มีสัญชาติไทยและมีชื่อในทะเบียนบ้าน					จำนวนการตายทั่วประเทศ	จำนวนการตายด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs)**	
	รวม	รวม	รวม	0-14 ปี	15-59 ปี	60-64 ปี	65 ปีขึ้นไป	รวม	(คน)	สัดส่วน%
2551/2008	63,389,730	797,356	61,831,512	12,752,342	42,171,159	2,109,501	4,795,097	401,981	112,086	27.9%
2552/2009	63,525,062	787,739	62,196,875	12,580,530	42,437,215	2,238,770	4,938,049	398,130	111,642	28.0%
2553/2010	63,878,267	766,370	62,581,295	12,371,252	42,715,453	2,422,636	5,070,591	414,888	119,717	28.9%
2554/2011	64,076,033	796,104	62,952,762	12,151,766	42,988,288	2,566,930	5,244,520	419,265	128,131	30.6%
2555/2012	64,456,695	818,901	63,338,438	11,959,619	43,206,670	2,715,815	5,455,094	423,213	131,441	31.1%
2556/2013	64,785,909	782,129	63,651,035	11,804,488	43,112,004	2,884,753	5,849,348	438,648	152,076	34.7%
2557/2014	65,124,716	776,370	63,954,777	11,699,299	43,144,297	2,987,245	6,123,509	448,601	164,791	36.7%
2558/2015	65,729,098	736,352	64,220,001	11,557,397	43,206,411	3,057,197	6,398,580	456,391	169,385	37.1%
2559/2016	65,931,550	704,058	64,417,198	11,433,331	43,181,734	3,145,127	6,656,953	480,434	181,146	37.7%
2560/2017	66,188,503	702,755	64,627,515	11,304,871	43,097,272	3,259,753	6,965,569	468,911	182,851	39.0%
2561/2018	66,413,979	666,109	64,816,874	11,153,397	42,996,625	3,390,015	7,276,788	473,541	NA	NA
	สัดส่วนต่อประชากรรวม			16.8%	64.7%	5.1%	11.0%	0.7%		

ที่มา: ระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ข้อมูล ณ.เดือน ธันวาคมของทุกปี

ที่มา: ** สถิติสาธารณสุข กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข, สัดส่วนได้จากการคำนวณ

สำหรับในกลุ่มผู้สูงอายุ จากฐานข้อมูลจำนวนประชากรของประเทศไทย ปีพ.ศ. 2561 ที่จัดทำโดยระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ข้อมูล ณ.เดือน ธันวาคม พบว่าประเทศไทยมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 66.4 ล้านคน โดยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 10.7 ล้านคน หรือ 16.1% ของจำนวนประชากรทั้งหมด ปัจจุบันประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คือมีผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปเกินร้อยละ 10 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติคาดว่าในปีพ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปในสัดส่วนสูงถึง 20% ทำให้ประเทศไทยก้าวสู่สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์(aged society) และในปีพ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึง 28% ก้าวสู่การเป็นสังคมสูงอายุระดับสุดยอด(super aged society) ในขณะที่การเกิดของ

ประชากรไทยมีจำนวนที่ลดลงทุกปีเนื่องจากมีการคุมกำเนิด และแต่ละครอบครัวเน้นการมีลูกคนเดียว ทำให้ในอนาคตประชากรที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งสามารถดูแลผู้สูงอายุได้จะมีสัดส่วนลดลง ผู้สูงอายุมีโอกาสเจ็บป่วยมากกว่าคนอายุน้อย โรคที่พบบ่อยในผู้สูงอายุส่วนหนึ่งมาจากการเจ็บป่วยสะสมตั้งแต่วัยหนุ่มสาวหรือวัยทำงาน แต่ไม่ได้รับการรักษาหรือการดูแลอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดอาการรุนแรงในวัยสูงอายุ หลายโรคเกิดจากพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ซึ่งเป็นโรคในกลุ่มโรค NCDs รวมทั้งโรคอาการสับสนและสูญเสียความทรงจำ ภาวะสมองเสื่อม อาการนอนไม่หลับ ภาวะซึมเศร้า ปัญหาการกลั้นการขับถ่ายไม่อยู่ และปัญหาการได้ยิน โรคของผู้สูงอายุมักจะเป็นโรคเรื้อรังที่ต้องการการดูแลระยะยาว ทำให้เพิ่มภาระในการดูแลรักษาให้กับครอบครัวและสังคมไทยในอนาคต ปัญหาสุขภาพของคนไทยที่ได้กล่าวแล้วข้างต้นนับเป็นปัญหาสำคัญที่หน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนควรให้ความสำคัญและร่วมกันหาแนวทางในการป้องกันการเพิ่มขึ้นของผู้ป่วย และผู้เสียชีวิตด้วยโรคดังกล่าวในทุกช่วงวัย เนื่องจากในระยะยาวจะส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและระบบสาธารณสุขของประเทศ ที่จะต้องใช้งบประมาณและบุคลากรในการดูแลรักษาผู้ป่วยกลุ่มนี้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว

ความต้องการด้านการดูแลสุขภาพของคนไทย

จากการศึกษาข้อมูลเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของคนไทย วรรณวิมล เมฆวิมล (2553,หน้า1) พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพ ได้แก่ ปัจจัยทางชีวสังคม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา การตรวจร่างกายประจำปี ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ เจตคติต่อการดูแลสุขภาพ การรับรู้ประโยชน์ของการดูแลสุขภาพ การสนับสนุนหรือมีกิจกรรมในการส่งเสริมสุขภาพในชุมชน การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพจากสื่อต่างๆ และการได้รับคำแนะนำสนับสนุนให้ปฏิบัติพฤติกรรมการดูแลสุขภาพจากบุคคลต่างๆ และประภาสวัชร์ งามคณะ (2557,หน้า21-29) พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพได้แก่การรับรู้เรื่องสุขภาพ ประสบการณ์การเจ็บป่วย การส่งเสริมสุขภาพ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ และความพร้อมในการพัฒนาด้านสุขภาพ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560,หน้า1-4) ได้สำรวจพฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชากร พ.ศ. 2560 พบว่าสิ่งที่คนส่วนใหญ่คำนึงถึงเป็นอันดับแรกก่อนเลือกซื้ออาหารคือ ความชอบมากที่สุด รองลงมาคือ รสชาติ ความอยากทาน ความสะอาด คุณค่าทางโภชนาการ ความสะดวกรวดเร็ว และราคา ตามลำดับ การบริโภคอาหารหลัก 5 หมู่ในกลุ่มที่ร่างกายต้องการเป็นประจำพบว่ามีการบริโภคเกือบทุกคน และส่วนใหญ่มีการบริโภคอาหารกลุ่มอาหารทะเล กลุ่มนมและผลิตภัณฑ์จากนม สำหรับกลุ่มอาหารที่ทานเพื่อเสริมสร้างสุขภาพ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและกลุ่มแร่ธาตุ วิตามิน พบว่ามีสัดส่วนผู้ที่ทานไม่มาก ส่วนอาหารในกลุ่มที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพหากบริโภคมากเกินพอดี ได้แก่ กลุ่มอาหารที่มีไขมันสูง กลุ่มขนมสำหรับทานเล่นหรือขนมกรุบกรอบ กลุ่มอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง หรืออาหารพร้อมปรุงแช่เย็นตามร้านสะดวกซื้อ กำลังเป็นที่นิยมของคนทั่วไป ศิริสุข นาคะเสนีย์ (2561,หน้า39-48) ทำการศึกษาในกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครพบว่ามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ มีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของตนเอง รวมทั้งมีความต้องการสวัสดิการจากรัฐ

จากทฤษฎี Stimulus - Response Model (SR Model) ของฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler, 1997) ซึ่งได้อธิบายถึงการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคที่แสดงให้เห็นถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ปัจจัย อันได้แก่ 1) สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus=S) ได้แก่สิ่งกระตุ้นทางการตลาดประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) และสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมทั้งสิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimuli) ที่อยู่ภายนอกองค์กร เช่นเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม และอื่นๆ 2)ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural) ปัจจัยด้านสังคม (Social) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal) และปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological) และ 3) ขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's decision process) ซึ่ง 3 ปัจจัยนี้จะส่งผลให้เกิดกล่องดำ หรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) และความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะส่งผลให้เกิดการตอบสนองของผู้ซื้อ (Response=R) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) การค้นหาข้อมูล (Information search) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives) และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior) ซึ่งผลวิจัยข้างต้นมีความสอดคล้องกับทฤษฎี Stimulus - Response Model (SR Model) ซึ่งช่วยให้สามารถอธิบายพฤติกรรมและความต้องการด้านการดูแลสุขภาพของคนไทยได้ดียิ่งขึ้น

ภาครัฐบาลและผู้ประกอบการภาคเอกชนก็ได้ดำเนินการและวางกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับทฤษฎี Stimulus - Response Model (SR Model) โดยกระตุ้นให้คนไทยเกิดความต้องการด้านการดูแลสุขภาพให้มากขึ้น และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตและพฤติกรรมการบริโภค ด้วยปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus=S) ซึ่งในปัจจุบันพบว่าหน่วยงานภาครัฐบาลมีการรณรงค์ให้คนไทยรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ ออกกำลังกายให้มากขึ้น กระตุ้นให้มีการตรวจร่างกายประจำปี ส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ และการสนับสนุนหรือมีกิจกรรมในการส่งเสริมสุขภาพในชุมชนด้วยการเพิ่มพื้นที่ออกกำลังกายและสวนสาธารณะในบริเวณชุมชน เป็นต้น ในส่วนภาคเอกชนผู้ประกอบการได้มีการปรับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆที่ใส่ใจต่อสุขภาพของผู้บริโภคมากขึ้น เช่นในกลุ่มอาหารมีการลดน้ำตาลในเครื่องดื่ม การลดโซเดียมและไขมันในอาหาร การใช้ธัญพืชในการประกอบอาหาร อาหารคลีน อาหารออแกนิค รวมทั้งอาหารเสริมสุขภาพในลักษณะเป็นเม็ด แคปซูล ผง เกล็ด ของเหลว หรือลักษณะอื่นๆ ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการนำผลิตภัณฑ์ต่างๆออกวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก โดยใช้ช่องทางจำหน่ายผ่านหน้าร้านและจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งเป็นที่นิยมในปัจจุบัน และกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคด้วยการทำโปรโมชั่นหลากหลายรูปแบบเช่นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การให้ส่วนลดและของแถม การให้ความรู้ด้านการดูแลสุขภาพที่ถูกต้องโดยใช้สื่อออนไลน์ซึ่งสามารถเข้าถึงและกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะมากขึ้น ทางด้านการออกกำลังกายในปัจจุบันพบว่ามีสถานบริการในรูปแบบฟิตเนส โยคะ แอโรบิค และชกมวยเพิ่มมากขึ้น โดยให้บริการในรูปแบบที่หลากหลายรวมทั้งมีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ประโยชน์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่เช่น ฟิตเนสออนไลน์ ที่รวบรวมข้อมูลเพื่อกระตุ้นให้คนอยากออกกำลังกายมากขึ้น การออกกำลังกายสำหรับคนวัยทอง การออกกำลังกายแบบเข้มข้นสำหรับคนที่ไม่ค่อย

มีเวลา หุ่นยนต์ที่ทำหน้าที่แทนคู่ซ้อมมวยและวิเคราะห์การเคลื่อนไหวของร่างกาย เป็นต้น อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการดูแลสุขภาพในปัจจุบันมีอยู่หลากหลายรูปแบบและมีศักยภาพสูงในการช่วยดูแลสุขภาพ แต่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน และให้ความมั่นใจเรื่องความปลอดภัย ตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชั่นด้านสุขภาพซึ่งมีประโยชน์อย่างยิ่งในการช่วยมอนิเตอร์เรื่องความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ น้ำหนัก อัตราการเต้นของหัวใจ และการควบคุมดูแลอาหาร/โภชนาการในแต่ละวัน ซึ่งจะช่วยให้มีผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดีขึ้น เทคโนโลยีตรวจสอบการกระแทกของนักกีฬาที่ต้องมีการปะทะกัน สายรัดข้อมือหรือนาฬิกาข้อมือสำหรับออกกำลังกายที่สามารถบอกการเต้นของหัวใจ การเผาผลาญแคลอรี การตรวจจับความเคลื่อนไหว การตรวจสอบระยะทาง ความเร็ว จำนวนก้าวในการวิ่งหรือเดิน อุปกรณ์ช่วยวัดค่ารังสียูวีผ่านอิเล็กทรอนิกส์เซนเซอร์ อุปกรณ์วัดระดับน้ำตาล อุปกรณ์วัดความดัน เครื่องชั่งน้ำหนักอัจฉริยะที่สามารถตรวจเช็คทั้งดัชนีมวลกาย ไขมัน กล้ามเนื้อ น้ำในร่างกาย และกระดูกได้ อุปกรณ์วัดคุณภาพการนอนหลับ เป็นต้น การใช้อุปกรณ์ข้างต้นช่วยให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่สามารถนำไปปรับเปลี่ยนการใช้ในชีวิตแบบเดิมๆเพื่อให้สุขภาพดีขึ้นได้ ในส่วนภาครัฐบาล กระทรวงสาธารณสุข ได้นำเทคโนโลยีต่างๆเข้ามาช่วยในการดูแลสุขภาพของผู้ป่วยได้แก่ การนำอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมาใช้คัดกรองโรคด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) การคัดกรองภาวะเบาหวานเข้าตา การวัดความดันโลหิตที่บ้านโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เครื่องวัดความเค็มในอาหาร และ Application เฮลต์แคร์ และ โรงพยาบาลอินเตอร์เน็ต เป็นต้น

การดำเนินกลยุทธ์ของภาครัฐบาลและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่องถือว่าประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของ เอไอเอ ประเทศไทย (2661,หน้า 1) ซึ่งทำการสำรวจ ดัชนีเอไอเอ เฮลธ์ตี้ ลิฟวิ่ง อินเด็กซ์ ประจำปีพ.ศ. 2561 พบว่าคนไทยมีพฤติกรรมด้านสุขภาพดีขึ้น แต่พอใจในสุขภาพของตนเองน้อยลง มีการใช้เวลาในการออกกำลังกายเพิ่มขึ้นโดยใช้เวลาเฉลี่ย 4.2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ พฤติกรรมการดูแลสุขภาพมีความต่อเนื่อง โดยยังคงควบคุมอาหาร มีการเข้ายิมหรือฟิตเนสอย่างต่อเนื่อง และมองว่าอุปกรณ์เพื่อการดูแลสุขภาพ และเทคโนโลยีต่างๆ ช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพไปในทางที่ดีขึ้น แต่ผู้ที่เคยใช้อุปกรณ์ดังกล่าวบางส่วนได้เลิกใช้อุปกรณ์แล้ว รวมทั้งสอดคล้องกับผลการสำรวจของมินเทล (2561,หน้า 1) บริษัทที่ปรึกษาด้านการวิจัยตลาดที่ได้เปิดเผยเทรนด์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคคนไทยปีพ.ศ. 2561 พบว่าส่วนใหญ่มีเป้าหมายเรื่องสุขภาพต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีโภชนาการที่ดีขึ้น อยากมีชีวิตสมดุล และจะหันมาออกกำลังกายให้มากขึ้น จะเริ่มปฏิวัติวิถีการบริโภคอาหารให้ถูกหลักโภชนาการโดยเน้นพืชผักผลไม้มากขึ้น ลดการบริโภคเนื้อสัตว์ลง และปรับการใช้ชีวิตในอนาคตเพื่อสุขภาวะที่ดี จากรายได้ที่เพิ่มขึ้น และการขยายตัวของเมือง ทำให้ผู้บริโภคในประเทศไทยเริ่มหันมาใส่ใจสุขภาพของตนเองกันมากขึ้น ทำให้กระแสการเป็นตัวเองที่ดีกว่ากำลังมาแรง ทั้งในเชิงสุขภาวะร่างกาย อารมณ์และสุขภาพจิตใจ เริ่มหันมาใส่ใจในเรื่องของการบริโภคมากขึ้น การซื้อ ผลิตภัณฑ์จะให้ความสำคัญกับแบรนด์ที่มีความน่าเชื่อถือ คุ้มค่าและเหมาะกับตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพ หรือฟิตเนส สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ซื้อใช้ทุกวันการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จะให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความสะดวก ราคาและความทนทาน นิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพจากข้อมูลออนไลน์เป็นหลัก รวมทั้งสื่อสังคมออนไลน์ โซเชียลมีเดีย หรือตามบล็อกเกอร์ อุปกรณ์ไฮเทค

ที่พกติดตัว ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลจากการเคลื่อนไหว และพฤติกรรม จนเกิดการเรียนรู้เพื่อวางแผนในอนาคตได้ เป็นที่นิยมของผู้บริโภคและมีแนวโน้มใช้มากขึ้นด้วย สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภท อาหาร เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคล และความงาม พบว่าผู้บริโภคมีความต้องการในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น และผลสำรวจของวันเดอร์แมน ธอมสัน (2562,หน้า 1) บริษัทที่ปรึกษาด้านการสื่อสารการตลาดชั้นนำระดับโลกได้กล่าวถึงแนวโน้มด้านสุขภาพในปีพ.ศ. 2562 จากผลการสำรวจเรื่อง “เศรษฐกิจสุขภาพในประเทศไทย (The Well Economy Thailand)” ซึ่งได้ข้อสรุปว่าการมีสุขภาพดีต้องครอบคลุมถึงสุขภาพกาย สุขภาพจิต สุขภาพทางเพศ สติสัมปชัญญะ ความสมดุลของการทำงานและการใช้ชีวิต สุขภาพด้านร่างกายหมายถึงความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกายซึ่งต้องให้ความสำคัญกับการเลือกอาหาร การอ่านผลิตภัณฑ์ การดูแลรักษาร่างกายให้ดูดีสมส่วนและดูแลเรื่องน้ำหนักตัวของตนเอง โดยมีแรงจูงใจที่ต้องการให้ภาพลักษณ์ของตัวเองดูดี (Positive Self Image) ผ่านการมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรงและไม่มีโรคร้ายแรง ปัญหาด้านการเงินส่วนบุคคล และสิ่งแวดล้อมอาจกระทบต่อสุขภาพ ทำให้เกิดความเครียด ปัจจุบันการเลือกสิ่งที่ดีต่อสุขภาพได้กลายเป็นกระแสนิยม และคนไทยนิยมใช้ช่องทางออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เป็นทางออกที่ช่วยเสริมคำแนะนำที่ได้รับจากช่องทางออฟไลน์ และแนวคิดทางพุทธศาสนาส่งผลทางบวกต่อสุขภาพ นอกจากนี้ผลการสำรวจของบริษัท นีลเส็น (ประเทศไทย) จำกัด (2562, หน้า 1) เปิดเผยว่า จากรายงานเกี่ยวกับสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคในประเทศไทยพบว่าไลฟ์สไตล์เพื่อสุขภาพกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยผู้บริโภคชาวไทยส่วนใหญ่กล่าวว่า พวกเขาเข้าร่วมอย่างน้อย 1 ใน 5 กิจกรรม เพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหาร หรือ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ การรับประทานอาหารเสริม การออกกำลังกาย และใช้แอพหรือแกดเจ็ตต่าง ๆ เพื่อวัดและสังเกตุการณ์การออกกำลังกาย ขณะที่ปัจจัยด้านการป้องกันถือเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญสำหรับทางเลือกที่ดีต่อสุขภาพ ผู้บริโภคเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น โดยเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพ รวมทั้งแรงผลักดันในการบริโภคจากเหตุผลอื่น เช่น การลดน้ำหนัก หรือ จากปัญหาด้านสุขภาพที่ผู้บริโภคเป็นอยู่ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาข้อเสนอที่มีคุณค่าและสำคัญต่อผู้บริโภค รวมถึงเลือกแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพ ซึ่งจะช่วยผลักดันการเติบโตในอนาคต ได้แก่ข้อมูลจากรายการโทรทัศน์ด้านสุขภาพและผู้เชี่ยวชาญเช่น แพทย์/พยาบาลนับเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือสูงสุด รวมถึงโซเชียลมีเดียก็มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก ในขณะที่การใช้ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์เป็นแหล่งข้อมูลมีเพียงส่วนน้อย

ทางด้านพฤติกรรมการหาข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพนั้น การที่ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศสามารถเข้าถึงเครื่องมือดิจิทัลและสื่อดิจิทัลได้มากขึ้น ทำให้ประชาชนสามารถหาข้อมูลเองได้ไม่จำกัด ซึ่งรวมไปถึงข้อมูลทางการแพทย์ สื่อที่เกี่ยวข้องกับด้านการแพทย์ ด้านสุขภาพ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกวัน ทั้งแหล่งข้อมูลจากสถาบันที่น่าเชื่อถือได้ รวมทั้งสื่อที่ให้ความรู้แบบกล่าวอ้างอย่างไม่มีที่มาที่ไปของข้อมูล และเผยแพร่ความเชื่อส่วนบุคคลที่มีการแนะนำวิธีการดูแลสุขภาพที่ผิดวิธีซึ่งไม่มีผลต่อการรักษา และยังส่งผลกระทบร้ายแรงต่อสุขภาพร่างกาย จนถึงเสียชีวิต ดังนั้นจึงต้องมีระบบการให้ข้อมูลทางการแพทย์ที่มีความน่าเชื่อถือในระดับพอที่จะใช้เป็นที่พึ่งทางสุขภาพได้ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นแหล่งข้อมูลจากสถาบันทางการแพทย์หลักๆ ของไทย

จากการศึกษาข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการดูแลสุขภาพและความต้องการด้านการดูแลด้านสุขภาพของคนไทย รวมทั้งแนวโน้มความต้องการในอนาคตได้อย่างชัดเจน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสสำหรับผู้ประกอบการในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อสุขภาพในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการการดูแลสุขภาพของคนไทยในอนาคต

บทสรุป

การดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับประชากรไทยทุกช่วงวัย การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการที่ถูกต้อง การรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ การใช้ยาและอาหารเสริมในการดูแลสุขภาพ การรับรู้และการหาข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การใช้จ่ายเงินเพื่อการดูแลสุขภาพ การจัดสรรเวลาในการดูแลสุขภาพและเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม การพักผ่อน คลายเครียด การหลีกเลี่ยงความเครียด หลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการสูบบุหรี่ การมีอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการดูแลสุขภาพ การมีสิ่งสนับสนุนในการดูแลสุขภาพทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน สังคม และรัฐบาล ปัจจัยต่างๆ ข้างต้นจะช่วยป้องกันและช่วยลดความเสี่ยงในการเจ็บป่วยด้วยโรคต่างๆ โดยเฉพาะโรค NCDsได้ จากข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพและความต้องการด้านการดูแลสุขภาพของคนไทย รวมทั้งแนวโน้มความต้องการด้านการดูแลสุขภาพของคนไทยในอนาคต พบว่าคนไทยมีความใส่ใจในการดูแลสุขภาพของตนเองเพิ่มมากขึ้นทั้งในด้านการรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ ใช้เวลาในการออกกำลังกายมากขึ้น มีการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการดูแลสุขภาพมากขึ้น การซื้อผลิตภัณฑ์เน้นความน่าเชื่อถือและคุณภาพ ช่องทางออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์เป็นที่นิยมของผู้บริโภค ไลฟ์สไตล์เพื่อสุขภาพกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสของผู้ประกอบการที่จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อการดูแลสุขภาพในรูปแบบใหม่ๆที่สอดคล้องกับความต้องการการดูแลสุขภาพของคนไทยในอนาคตได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Kotler Philip. (2540). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. P.172. 9th ed. New Jersey : A Simon & Schuster Company.

บริษัท นีลเส็น (ประเทศไทย) จำกัด(2562). *สุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2563. จาก https://www.thansettakij.com/content/398882

ประภาสวัชร์ งามคณะ. (2557) พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของคนไทยในเขตปริมณฑล. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, ปีที่ 6* ฉบับที่ 2, พฤษภาคม – สิงหาคม 2557, 21-29.

ภรณี ตังสุรัตน์ และ วิมลฤดี พงษ์หิรัญญ์. (2556). พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลตำบลบางเมือง อำเภอเมืองจังหวัดสุมทรปราการ. *วารสารเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการและงานวิจัย, ปีที่ 20* ฉบับที่ 1 มกราคม 2556 - ธันวาคม 2556, 57-69.

มินเทล(2561). *เทรนด์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคคนไทยปีพ.ศ.2561*. สืบค้นเมื่อ 6 มกราคม 2563. จาก https://www.brandbuffet.in.th/2018/08/mintel-research-insight-thai-consumer-2018/

วรรณวิมล เมฆวิมล. (2553). *พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของประชาชนในพื้นที่ฝึกปฏิบัติงานของ นักศึกษาสาขาวิชาการแพทย์แผนไทยประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

วันเดอร์แมน ธอมสัน. (2562). *เศรษฐกิจสุขภาพในประเทศไทย (The Well Economy Thailand)*. สืบค้นเมื่อ 6 มกราคม 2563. จาก https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/the-well-economy-thailand-wunderman-thompson/

ศิริสุข นาคะเสนีย์. (2561). พฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี ปีที่ 12* ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน 2561, 39-48.

สุพัตรา ศรีวณิชชากร. (2560). สถานการณ์การป่วยและการตายด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (โรคเบาหวานชนิดที่ 2 และโรคหัวใจและหลอดเลือด) ในประเทศไทย ในระยะ 5 ปี (2553-2557). กรมควบคุมโรค. *วารสารควบคุมโรค ปีที่ 43* ฉบับที่ 4 ตุลาคม - ธันวาคม 2560, 379-390.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ(2560). สำรวจพฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชากร พ.ศ. 2560. หน้า1-4. สืบค้นเมื่อ 9 มกราคม 2563. จาก http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%88/%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1/%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%82%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E/%E0%B8%9E%E0%B8%A4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B9%82%E0%B8%A0%E0%B8%84%E

0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%A3.aspx

สถาบันวิทยาศาสตร์การกีฬาของสหรัฐฯ(2562). *เทรนด์ใหม่ 3 แนวโน้มสำคัญด้านการออกกำลังกายของปี 2562*. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2563. จาก https://www.voathai.com/a/fitness-trends-2019/4726819.html

เอไอเอ ประเทศไทย(2561). *ดัชนีเอไอเอ เฮลธ์ตี้ ลิฟวิ่ง อินเด็กซ์ ประจำปี 2561*. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2563. จาก https://thestandard.co/aia-sharing-a-life-charity/

อรุณรัศมี บุนนาคและคณะ. (2555). ผลของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอาหารและการออกกำลังกายในเด็กวัยรุ่นที่มีภาวะน้ำหนักเกิน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และคณะพยาบาลศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล. *Journal of Nursing Science J Nurs Sci Vol 30* No 4 October – December, 2012, 37-48.

การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย

Wadok By String Music Instruments In Thai Music

ปรวีย์ เพ็ชยะมาตร์*, สาริศา ประทีปช่วง** และวัชรมณฑ์ อรัณยะนาค***

Porawee Phetyamat*, Sarisa Prateepchuang** & Watcharamon Aranyanak***

สาขาดุริยางคศิลป์ไทย โครงการบันฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์*

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก** และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม***

Depatment of Thai Music, Faculty of Music drama, Bunditpatanasilpa Institute, Bankkok

อีเมล์ : mentos.por@gmail.com

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณค่าและความสำคัญของการว่าดอกในดนตรีไทย และการว่าดอกสำหรับเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ บทความ สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีไทย นักวิชาการ และนำเสนอผลการวิจัยเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าและความสำคัญของการว่าดอกในดนตรีไทย ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้านที่ทำให้การว่าดอกนั้นมีความสำคัญและเกิดคุณค่า คือ การเกิดสุนทรียะ สิ่งที่เกิดจากการรับรู้และการสัมผัสต่าง ๆ ทั้งด้านด้านผู้ขับร้องว่าดอกที่ต้องมีความชำนาญ สามารถเข้าถึงแก่นแท้ของเนื้อร้อง ฟังแล้วรู้สึกจับใจคล้อยตามถึงอารมณ์บทเพลง ด้านผู้บรรเลงว่าดอกต้องมีทักษะ ไหวพริบ ชำนาญในเครื่องมือที่ใช้บรรเลง ด้านผู้ฟังต้องมีวุฒิภาวะ มีความคิดสามารถแยกแยะวิเคราะห์ได้ ปัจจัยเหล่านี้เมื่อนำมารวมกันจึงทำให้การว่าดอกเกิดคุณค่าและมีความสำคัญต่อดนตรีไทย การว่าดอกสำหรับเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย เพลงเต่ากินผักบุ้ง 2 ชั้น เพลงพระอาทิตย์ชิงดวง 2 ชั้น เพลงนกขมิ้น 2 ชั้น เพลงปลาทอง 2 ชั้น นั้น การใช้ซอด้วงในการว่าดอก มีเทคนิคและกลวิธี 5 ลักษณะในการสีเลียนแบบการร้องเอื้อนและคำร้องมีลักษณะเสียงยาว โทนเสียงสูงแหลมสามารถสีเลียนแบบคำร้องได้ทุกคำ เมื่อนำมาว่าดอกและใส่เทคนิคกลวิธีจึงทำให้เกิดความโดดเด่นชัดเจนของคำ ซออู้ มีเทคนิคและกลวิธีการว่าดอก 5 ลักษณะ มีลักษณะเสียงยาว มีโทนเสียงที่ทุ้มต่ำ นุ่มนวล สามารถเลียนแบบคำร้องและเอื้อนได้ไพเราะเหมาะสมจะเข้ มีเทคนิคและกลวิธีอยู่ 5 ลักษณะ เสียงที่ออกมาเป็นเสียงสั้นๆ ไม่สามารถดีดเลียนแบบการร้องเอื้อนได้ทุกคำ

จะเข้ ใช้สายเอกและสายทุ้มในการว่าดอก เพราะมีเสียงที่ไพเราะมากกว่าสายลวด และมีความเหมาะสมในการใช้นิ้วระหว่างสายเอกกับสายทุ้มมากกว่าการใช้สายลวด

คำสำคัญ : การว่าดอก/ เครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย/ ซอด้วง/ ซอด้วง/ จะเข้

Abstract

Thesis of Wadok by String Music Instruments in Thai Music had objectives to study value andimportance of Wadok in Thai music and Wadok for string music instruments, research methodology be qualitative by data collecting from academic documents, articles, press, and related literatures including interviewed Thai music professional experts, academic persons for descriptive research presentation. Studying found value and importance of Wadok in Thai music depend on many factors to get value and importance, that be aesthetic occurring of perception and other touching aesthetic. In Wadok singer must be expert, be able to understand theme of songs and can convince listeners to get aesthetic of song's emotion. In Wadok players must have skills and aptitudes of music instruments playing. In listeners must be mature and be good analysis. All factors be value and importance of Wadok in Thai music. Wadok by string music instruments of pleng Tao Kin Pak Bung 2 levels, pleng Phra Athit Ching Duang 2 levels, pleng Nok Kamin 2 levels, pleng Plathong 2 levels that playing Beetle in Wadok has technique and tactic in 5 types in playing copy cry-singing and the long sound in song, high tone can copy all song wordings when taking to sing Wadok then be clearify and unique in word singing. Sue has technique and tactic of Wadok in 5 types with long sound in bass tone, gentle, can copy song and cry-singing as suitable melodic. Zither has technique and tactic of Wadok in 5 types with the short sound that can not copy play the all cry-singing, Zither used major and bass strings in Wadok because of the most melodic than wire cable string and suitable in playing of fingers on major and bass strings than wire cable string.

Keywords : Wadok playing/ String Music Instruments/ Saw-Duang/ Saw-Ou/ Ja-Key

บทนำ

ดนตรีไทยเป็นศาสตร์อย่างหนึ่งที่สำคัญและอยู่คู่กับวิถีการดำรงชีวิตของคนไทยมาอย่างช้านาน เป็นศิลปะล้ำค่าที่คนไทยได้สร้างขึ้นไว้สำหรับใช้ให้เกิดความสุข ผู้ใดที่ต้องการเสพดนตรีที่ดี ละเอียดอ่อน ต้องสร้างตนขึ้นมารับความงามแห่งดนตรีนั้นด้วย ผู้ที่มีความเข้าใจในรสของดนตรีจะมองออกว่า เสียงดนตรี ที่เปล่งออกมาจากเครื่องดนตรีไทย ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดีด สี ตี เป่า หรือขับร้อง ที่มาจากลีลาของผู้บรรเลงย่อมมีความหมายสำหรับผู้ฟัง การบรรเลงเครื่องดนตรีไทยแต่ละชนิด ต่างก็มีลีลาของการบรรเลงที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งขึ้นอยู่กับโอกาสที่จะใช้ว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้องระหว่างงานกับการบรรเลงอย่างไร ปัจจัยที่ทำให้เกิดลีลาของการบรรเลงที่ต่างกันมีสาเหตุมาจากองค์ประกอบหลายประการ เช่น ลักษณะของวงปี่พาทย์ วงมโหรี และวงเครื่องสาย

วงเครื่องสายเป็นวงดนตรีที่ประกอบด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายเป็นหลัก คือ ซอด้วง ซออู้ จะเข้ มีเครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่า คือ ขลุ่ย และมีเครื่องประกอบจังหวะ ฉิ่ง กรับ กลอง เป็นส่วนประกอบ นิยมใช้บรรเลงในงานมงคล ส่วนเพลงที่ใช้บรรเลงขึ้นอยู่กับประเภทของงาน ในแต่ละงานนั้นตามธรรมเนียมแล้ววงดนตรีทุกวงดังที่ได้กล่าวมาจะต้องบรรเลงเพลงโหมโรงเป็นอันดับแรก เพื่อแสดงถึงการเคารพบูชาครู อาจารย์ และเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ณ สถานที่นั้น ๆ ด้วย หลังจากนั้นก็จะได้บรรเลงเพลงตามบริบทของงานจนครบถ้วนกระบวนความ และเมื่องานนั้นดำเนินมาถึงลำดับสุดท้าย วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของไทยที่ยึดถือปฏิบัติสืบเนื่องกันมาสำหรับผู้มาเยือน คือ “ไปลา มาไหว้” ในฐานะที่ดนตรีไทยเป็นศิลปะที่ถูกหล่อหลอมมากับสังคมไทย วงดนตรีไทย จึงใช้ประเพณีอันดีงามสิ่งนี้มาประยุกต์ให้เข้ากับบทบาทการบรรเลงเพลงลา ได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นเพลงลาจึงเป็นบทเพลงที่ใช้บรรเลงเป็นเพลงสุดท้ายของการบรรเลงดนตรีไทย การบรรเลงเพลงลา เป็นเหมือนการบรรเลงที่เลียนแบบเสียงคำร้อง ใช้เครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่า เช่น ปี่ ขลุ่ย และเครื่องสี เช่น ซออู้ เป็นหลักจึงเป็นการเหมาะสมที่สุด แต่ในปัจจุบันนี้ การบรรเลงเพลงลา มีผู้นิยมนำเครื่องดนตรีในวงเครื่องสายมาบรรเลง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของการบรรเลงในแต่ละสถานการณ์

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาคุณค่าและความสำคัญของการว่าดอกในดนตรีไทย และศึกษาการว่าดอกสำหรับเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย เพื่อรักษาคุณค่าความสำคัญของการว่าดอก และสามารถนำการว่าดอกสำหรับเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายมาปรับใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ และเก็บเป็นหลักฐานทางวิชาการสู่ชนรุ่นหลัง ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณค่าและความสำคัญของการว่าดอกในดนตรีไทย
2. เพื่อศึกษาการว่าดอกสำหรับเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด 3 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการคิดวิเคราะห์ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความงาม ความไพเราะ ความกลมกลืนของการว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายไทย
2. ทฤษฎีอัตลักษณ์ ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา วิเคราะห์ ในด้านความเป็นอัตลักษณ์ในการว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในไทย เพื่อทราบถึงอัตลักษณ์การว่าดอกของเครื่องสายในแต่ละเครื่องมือ
3. ทฤษฎีฝึกหัดขัดเกลา ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา วิเคราะห์ ในด้านการปฏิบัติการว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในไทยในแต่ละเครื่องมือ

กรอบแนวคิด

การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีมาใช้ในการวิจัย คือ ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ว่าด้วยเรื่องของความไพเราะของการว่าดอกเลียนเสียงร้องของเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย ฟังแล้วเกิดความไพเราะอย่างไร ทฤษฎีฝึกหัดขัดเกลา การฝึกปฏิบัติการว่าดอกอย่างไรให้มีความแม่นยำเกิดความไพเราะ และทฤษฎีอัตลักษณ์ ว่าด้วยเรื่องความเป็นอัตลักษณ์การว่าดอกในแต่และเครื่องมือในประเภทเครื่องสาย มีความโดดเด่นอย่างไรมีการลักษณะการว่าดอกอย่างไร รวมถึงวัฒนธรรมและบริบทต่าง ๆ ของเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย เช่นประวัติความเป็นมา บทบาทหน้าที่ในวงดนตรีประเภทต่างๆ ลักษณะโครงสร้างของเพลง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากสิ่งที่กล่าวมานี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเอกสาร หนังสืออ้างอิง งานวิจัยต่าง ๆ รวมถึงการสัมภาษณ์ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงรายละเอียดตามหัวข้อต่าง ๆ ที่ได้ตั้งไว้และสามารถนำข้อมูลที่ได้มาไปดำเนินการทำวิจัยในขั้นตอนต่อไป

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

การดำเนินงานวิจัยเรื่อง “การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย” เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลศึกษาในตำราวิชาการ เอกสารที่เกี่ยวข้อง หนังสืออ้างอิง และรวบรวมข้อมูลจากกการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีวิธีการดำเนินงานวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดบุคลากรผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย

1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จากการมีประสบการณ์ทางด้านการบรรเลงเครื่องดนตรีประเภท

เครื่องสาย ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักปฏิบัติการสอนอยู่ในสถานศึกษา และเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการบรรเลงเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย ไม่น้อยกว่า 10 ปี ดังนี้

1) ครูพนม บุญเหลือ หัวหน้าภาควิชาดุริยางคศิลป์ไทย วิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม ปฏิบัติการสีซอด้วง ว่าดอก เพลงเต่ากินผักบุ้ง 2 ชั้น เพลงพระอาทิตย์ชิงดวง 2 ชั้น เพลงนกขมิ้น 2 ชั้น และเพลงปลาทอง 2 ชั้น

2) ครูอำนาจ กองกลิ่นหอม ครูภาควิชาดุริยางคศิลป์ไทย สาขาเครื่องสายไทย วิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม ปฏิบัติการสีซออู้ ว่าดอก เพลงเต่ากินผักบุ้ง 2 ชั้น เพลงพระอาทิตย์ชิงดวง 2 ชั้น เพลงนกขมิ้น 2 ชั้น และเพลงปลาทอง 2 ชั้น

3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิทธิศักดิ์ จรรยาวุฒิ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโฆษณา และธุรกิจบันเทิง มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ปฏิบัติการดีดจะเข้ ว่าดอก เพลงเต่ากินผักบุ้ง 2 ชั้น เพลงพระอาทิตย์ชิงดวง 2 ชั้น เพลงนกขมิ้น 2 ชั้น และเพลงปลาทอง 2 ชั้น

1.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จากนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านดุริยางคศิลป์ไทย ด้านคีตศิลป์ไทย จากสำนักการสังคีต กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม และจากวิทยาลัยนาฏศิลปส่วนภูมิภาค ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังนี้

1) ครูปี๊บ คงลายทอง ผู้เชี่ยวชาญด้านดุริยางคศิลป์ไทย สำนักการสังคีต กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม สัมภาษณ์แบบเชิงลึก เรื่อง ประวัติความเป็นมาของการว่าดอกในวัฒนธรรมดนตรี และคุณค่าความสำคัญการว่าดอกในดนตรีไทย

2) ครูไชยยะ ทางมีศรี ผู้เชี่ยวชาญด้านดุริยางคศิลป์ไทย สำนักการสังคีต กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม สัมภาษณ์แบบเชิงลึก เรื่อง วัฒนธรรมการว่าดอกในเพลงลา อดีตจนถึงปัจจุบัน

3) ครูสมชาย ทับพร ผู้เชี่ยวชาญด้านคีตศิลป์ไทย สำนักการสังคีต กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม สัมภาษณ์แบบเชิงลึก เรื่อง การร้องว่าดอกในเพลงลา เพลงเดี่ยว อดีตจนถึงปัจจุบัน และคุณค่าความสำคัญของการว่าดอก

4) ครูแสงจันทร์ อรรถกฤษณ์ หัวหน้าหมวดคีตศิลป์ไทยศึกษา วิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม สัมภาษณ์แบบเชิงลึก เรื่อง การร้องว่าดอกในเพลงลา เพลงเดี่ยว อดีตจนถึงปัจจุบัน และคุณค่าความสำคัญของการว่าดอก

5) ครูอภิชัย พงษ์เลอเลิศ ดุริยางคศิลปิน สำนักการสังคีต กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม สัมภาษณ์แบบเชิงลึก เรื่อง การว่าดอกด้วยเครื่องสายจะเข้ และคุณค่า ความสำคัญของการว่าดอกประเภทเครื่องสายไทย

6) ครูพลณศักดิ์ ทรัพย์บางยาง ครูภาควิชาดุริยางคศิลป์ไทย สาขาปี่พาทย์ วิทยาลัยนาฏศิลปลพบุรี สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม สัมภาษณ์แบบเชิงลึก เรื่อง ประวัติความเป็นมาของการว่าดอกและความแตกต่างระหว่างการว่าดอกในวงปี่พาทย์และวงเครื่องสายไทย

7) ศาสตราจารย์เกียรติคุณ นายแพทย์ พูนพิศ อมาตยกุล นักวิชาการสาขาดนตรีวิทยา ที่ปรึกษาวิทยาลัยราชสุดา มหาวิทยาลัยมหิดล สัมภาษณ์แบบเชิงลึก เรื่อง คุณค่าและความสำคัญของดนตรีไทย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิจัยการว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย ใช้เครื่องมือในการวิจัย 4 แบบ ดังนี้

2.1 แบบสัมภาษณ์การเก็บข้อมูล การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย

2.2 แบบสังเกตการเก็บข้อมูล การว่าดอกด้วย ซอด้วง ซออู้ และจะเข้

2.3 การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ผู้วิจัยได้ตั้งแนวคำถามแบบสนทนามีลักษณะเปิดกว้างและตั้งคำถามในแบบเชิงวิชาการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและมีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2.4 แบบบันทึกการสัมภาษณ์ โดยลง วัน เดือน ปี ชื่อ-สกุล สถานที่ทำงาน และหัวข้อที่สัมภาษณ์ เพื่อบันทึกลงในบรรณานุกรม

3. การเก็บรวมและการจัดกระทำข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการจัดกระทำข้อมูล คือ การเก็บรวมรวมข้อมูลด้านเอกสาร จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตำราทางวิชาการ วารสาร หนังสือ สิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ และการเก็บข้อมูลภาคสนาม จากการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย ต่อไป

4. การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำรวบรวมข้อมูล จากเอกสาร ตำราทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือ และจากการสัมภาษณ์ มาเรียบเรียงและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยผ่านการตรวจสอบจากผู้ให้ข้อมูลอีกครั้ง และจากการตรวจสอบแบบสามเส้า โดยศึกษาข้อมูลที่ได้จากเอกสาร ตำราทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่ง มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล ก่อนนำมาสรุปประเด็น และได้ทำการตรวจสอบข้อมูลจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ได้ข้อมูลจากการสังเกต จากการสัมภาษณ์ แบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วมจากแหล่งที่มาต่างกัน พบว่า ข้อมูลที่ได้มีความสอดคล้อง เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีความน่าเชื่อถือ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้และได้ตรวจสอบข้อมูลแล้ว นำมาจำแนก เรียบเรียง และสรุปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

5.1 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากเอกสารอ้างอิง หนังสือ ตำรา การสังเกต และจากการสัมภาษณ์มาถอดความ บันทึกเรียบเรียงตามลำดับ คุณค่าและความสำคัญของการว่าดอกในดนตรีไทย และสรุปตามวัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่ง

5.2 ผู้วิจัยได้ศึกษาการว่าดอกสำหรับเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย และนำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่สอง

5.3 ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมทั้งหมด มาสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย พบประเด็นที่สามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

1.คุณค่าและความสำคัญของการว่าดอกในดนตรีไทย

1.1 ผู้ขับร้องว่าดอก จากการศึกษา พบว่า ผู้ขับร้องจะต้องมีความชำนาญ ต้องมีทักษะในการร้อง มีความแม่นยำในเรื่องของเสียง จังหวะ ทำนอง และมีประสบการณ์ในการขับร้อง มีความเข้าใจ สามารถเข้าถึงแก่นแท้ของเนื้อร้อง ร้องตรงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ประพันธ์เนื้อร้องตั้งใจประพันธ์ไว้ ฟังแล้วรู้สึกจับใจ คล้อยตามอารมณ์ของบทเพลง และผู้ขับร้องต้องสื่อความหมายออกมาให้ชัดเจน ขับร้องเล่าเรื่องราวให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วม และสามารถเข้าใจได้ง่าย

1.2 ผู้บรรเลงว่าดอก จากการศึกษา พบว่า ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ความเข้าใจในเครื่องมือที่ใช้บรรเลงมีความเข้าใจในเนื้อร้องของเพลงที่ใช้ในการว่าดอก มีทักษะ มีไหวพริบ แม่นจังหวะ แม่นทำนอง แม่นเสียง มีความชำนาญในการบรรเลง ถือเป็นการอวดฝีมือของผู้บรรเลง อวดความสามารถ อวดความเป็นมืออาชีพ ผู้บรรเลงจะต้องถ่ายทอดอารมณ์ในการบรรเลงผ่านทางเครื่องดนตรีให้มีความไพเราะ ทำให้ผู้ฟังเกิดความซาบซึ้งจับใจ ฟังแล้วรู้สึกคล้อยตาม เกิดอารมณ์ร่วมตามผู้บรรเลง บรรเลงแล้วมีผู้ชื่นชมเป็นจำนวนมาก ถือว่าผู้บรรเลงเป็นผู้ที่มีความสามารถ ได้รับการยอมรับ จนเกิดคุณค่าทางจิตใจกับผู้รับฟัง และประสบความสำเร็จ

1.3 ผู้ฟัง จากการศึกษา พบว่า การรับรู้ของผู้ฟังมีความแตกต่างกัน การรับรู้ทางความรู้สึก ทางอารมณ์ ทางกาย และทางจิตใจของผู้ฟัง เกิดจากพื้นฐานการสั่งสมประสบการณ์ หรือการฟังบ่อยครั้งจนเกิดจิตใต้สำนึก จำในสิ่งที่ได้สัมผัส หรือได้ยินเสียง จนเกิดผลกระทบต่อความรู้สึกทำให้เกิดความพึงพอใจทางจิตใจ และทางอารมณ์ว่าเสียงที่ได้ยินนั้น ไพเราะ หรือ ไม่ไพเราะ ผู้ฟังสามารถรับรู้ได้ 2 แบบ คือ ฟังแค่ภายนอก ฟังเพื่อผ่านๆไปเท่านั้น ไม่เข้าใจความหมายจังหวะ ทำนอง และฟังจากภายใน สามารถเข้าใจความหมายของเพลง จังหวะ ทำนอง การมีสุนทรียะในการฟังต้องขึ้นอยู่กับสถานะทางสังคม สิ่งแวดล้อม และวุฒิภาวะเกี่ยวข้องกับทางดนตรีไทย จะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดในการวิเคราะห์ สามารถแยกแยะ บอกถึงความรู้สึก ความหมาย อารมณ์ เนื้อร้อง จึงจะรับรู้ถึงความรู้สึกซาบซึ้ง ไพเราะจับใจ หากเป็นบุคคลที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับทางดนตรี วุฒิภาวะไม่

เพียงพอที่จะสามารถวิเคราะห์แยกแยะ ไม่รู้สึกถึงทางอารมณ์ จิตใจไม่พร้อมที่จะรับฟังจะไม่เกิดสุนทรียะในการฟัง

1.4 เครื่องดนตรีที่ใช้บรรเลงว่าดอก จากการศึกษา พบว่า ต้องเป็นเครื่องดนตรีที่มีลักษณะเสียงที่บรรเลงออกมามีความยาวของเสียง เช่น เครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่า และเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสี แต่ในปัจจุบันก็มีนักดนตรีไทยที่นำเครื่องดนตรีที่มีลักษณะเสียงสั้นๆประเภทดีดและประเภทตีมาบรรเลงว่าดอก ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของการบรรเลงนั้นๆ หรือใช้เป็นการบรรเลงเพื่ออวดฝีมือของนักดนตรี เพื่อแสดงให้เห็นถึงสติปัญญา ไหวพริบของผู้บรรเลง

1.5 เพลงลา จากการศึกษา พบว่า เป็นเพลงที่นิยมมาบรรเลงเป็นเพลงสุดท้ายก่อนจบการบรรเลง เกิดจากการเล่นดอกสร้อยสักวา นิยมเล่นกันในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ส่งด้วยเพลงอัตราจังหวะ 2 ชั้น และสอดแทรกบทร้องสร้อย เพื่อให้เครื่องดนตรีเลียนแบบคำร้อง เรียกว่า “การว่าดอก”เป็นการบรรเลงในลำดับสุดท้ายของการบรรเลง เพลงลา เป็นเพลงในอัตราจังหวะ 3 ชั้น หรือ อัตราจังหวะ 2 ชั้น ความหมายของเนื้อร้องเป็นลักษณะในทางให้พรผู้รับฟัง หรือการจากลา เพื่อให้ผู้รับฟังได้รับรู้ว่าจะสิ้นสุดการบรรเลงแล้ว โดยเนื้อร้องจะมีการร้องว่า “ดอกเอ๋ย เจ้าดอก...” เมื่อร้องจบจะให้เครื่องดนตรีบรรเลงเลียนแบบคำร้อง วงปี่พาทย์ จะใช้ปี่ วงเครื่องสายจะใช้ซออู้ หรือขลุ่ย ในการว่าดอก

2. การว่าดอกสำหรับเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย

2.1 การว่าดอกด้วยซอด้วง จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า การใช้ซอด้วงในการเลียนแบบเสียง เพลงเต่ากินผักบุ้ง 2 ชั้น เพลงพระอาทิตย์ชิงดวง 2 ชั้น เพลงนกขมิ้น 2 ชั้น เพลงปลาทอง 2 ชั้น การว่าดอก มีใช้เทคนิคและกลวิธี การสีรูดสาย การสีสะบัด การสีพรมนิ้ว การสีประนิ้ว การสีหยุดเสียง เพื่อเลียนแบบเสียงคำร้อง ต้องมีไหวพริบในการเลือกดำเนินกลอน และมีความชำนาญในการใช้นิ้วเพื่อให้มีความคล่องตัว เหมาะสม สัมพันธ์สอดคล้องในการสีดำเนินกลอนเลียนแบบคำ ซอด้วงดำเนินทำนองสอดแทรกเทคนิคการว่าดอกโดยการสีประ และการสีพรมนิ้วเข้าไปเพื่อให้เกิดความไพเราะ ทำให้เสียงที่เกิดมาฟังแล้ว รื่นหู คล้ายคำร้อง ซอด้วงใช้เทคนิคการสีรูดสายเพื่อเชื่อมประโยคของคำร้องและการร้องเอื้อนให้มีความสัมพันธ์ระหว่างคำร้องคำหนึ่งไปหาคำร้องอีกคำหนึ่ง และใส่เทคนิคการหยุดเสียงหรือหยุดคันชักให้ตรงตามลีลาของคำร้องในเสียงที่มีพยางค์สั้นๆ และกลวิธีการสีสะบัดเพื่อเกิดความชัดเจนของเสียงในคำร้องของพยางค์

2.2 การว่าดอกด้วยซออู้ จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า การใช้ซออู้ในการเลียนแบบเสียง เพลงเต่ากินผักบุ้ง 2 ชั้น เพลงพระอาทิตย์ชิงดวง 2 ชั้น เพลงนกขมิ้น 2 ชั้น เพลงปลาทอง 2 ชั้น ใช้เทคนิคและกลวิธี การสีรูดสาย การสีสะบัด การสีพรมนิ้ว การสีประนิ้ว และการสีหยุดเสียง เพื่อเลียนแบบเสียงคำร้อง การสีซออู้ในการว่าดอกต้องมีไหวพริบ และเลือกดำเนินกลอนในลักษณะการเคลื่อนที่ของนิ้วให้มีความคล่องตัวและเหมาะสม การสีดำเนินกลอนเลียนแบบคำร้อง ของซออู้สามารถสีดำเนินทำนองสอดแทรกเทคนิคการสีสะบัด ทำให้เกิดความชัดเจนของคำร้อง ซออู้สีหยุดเสียงตรงตามลีลาของคำร้องที่มีเสียงพยางค์สั้น เทคนิคการสีพรมนิ้ว และการสีประ เป็นการใส่

เทคนิคและกลวิธีเพื่อเกิดความไพเราะ และการสีรูดสาย เป็นการใส่เทคนิคให้คล้ายคลึงในการเลียนแบบคำร้องเพื่อให้ตรงตามลีลาของคำร้องในบางพยางค์

2.3 การว่าดอกด้วยจะเข้ จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า การว่าดอกด้วยจะเข้ เพลงเต่ากินผักบุ้ง 2 ชั้น เพลงพระอาทิตย์ชิงดวง 2 ชั้น เพลงนกขมิ้น 2 ชั้น เพลงปลาทอง 2 ชั้น จะเข้เป็นเครื่องดนตรี ที่มีลักษณะของเสียงสั้น การดีดเลียนแบบการร้องเอื้อนและคำร้อง จะไม่สามารถเลียนแบบได้ทุกคำ ใช้เทคนิคและกลวิธี การดีดรูดสาย การดีดสะบัด การดีดกล้ำเสียง การดีดสะเดาะ เพื่อให้เสียงออกมาใกล้เคียงกับเสียงร้อง จะเข้มีการผูกกลอนเอกลักษณ์ คือ การใช้นิ้ว การเลือกใช้สาย ที่ต้องมีไหวพริบ มีความคล่องตัว และมีความเหมาะสมที่จะใช้สายเอก สายทุ้ม สายลวด เพื่อให้เกิดสัมพันธ์ของการเลียนแบบคำร้อง จะเข้ ดีดดำเนินทำนองสอดแทรกการดีดกล้ำเสียงเข้าไปทำให้เกิดความไพเราะ ดีดรูดสายเพื่อเชื่อมประโยคของคำร้องและการร้องเอื้อน และกลวิธีการดีดสะบัดเพื่อเกิดความชัดเจนของเสียงในคำร้องพยางค์นั้น ๆ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย พบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. คุณค่าและความสำคัญของการว่าดอกในดนตรีไทย

1.1 ผู้ขับร้องว่าดอก ผู้ขับร้องจะร้องว่าดอกถ่ายทอดเรื่องราวผ่านทางเสียงให้เกิดสุนทรียะได้ ฟังแล้วเกิดคุณค่าทางใจ ผู้ขับร้องต้องเข้าถึงแก่นแท้ของเนื้อร้อง รู้ความหมาย บรรยายผ่านความรู้สึกออกมาทางเสียง ฟังแล้วรู้สึกคล้อยตาม ฟังแล้วรู้สึกจับใจ สะเทือนใจ จึงเกิดสุนทรียะในการร้องว่าดอก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ วนิดา ขำเขียว (2543, น.4) ที่ว่า การแสดงออกซึ่งอารมณ์ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของศิลปิน และจินตนาการของผู้สร้างสรรค์ ย่อมจะต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับเจตนาหรือความตั้งใจการปรุงเรื่องราวของเพทนาการ และสอดคล้องกับ แสงจันทร์ อรรถกฤษณ์ (สัมภาษณ์ 25 กันยายน 2561) ว่าการร้องที่ดีนั้นผู้ขับร้องจะต้องมีความตั้งใจในการขับร้อง ประสบการณ์ในการขับร้อง ฝึกฝน เข้าใจความหมายและสามารถถ่ายทอดความไพเราะของเพลงออกมาสู่ผู้ฟัง จึงหมายถึงการเป็นนักร้องที่ดี และสอดคล้องกับ พูนพิศ อมาตยกุล เอกสารประกอบการเรียนเรื่อง สุนทรียศาสตร์ดนตรีไทย (2560, น.1) ว่า การร้องชัดเสียง ชัดคำ ตีความหมายถูก จังหวะดีมีอารมณ์เป็นการแสดงออกพฤติกรรมของผู้ขับร้องที่ดีมีรส

1.2 ผู้บรรเลงว่าดอก ผู้บรรเลงที่มีฝีมือดี มีความรู้ ความสามารถ มีความชำนาญในการบรรเลงว่าดอกต้องมีทักษะ แม่นจังหวะ แม่นเสียง แม่นทำนอง และมีความชำนาญในเครื่องมือฝึกฝนการบรรเลงว่าดอกบ่อยครั้งจนการบรรเลงว่าดอกมีความไพเราะจึงทำให้เกิดคุณค่าในการว่าดอก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีฝึกหัดขัดเกลา พูนพิศ อมาตยกุล (2555, น.4) ว่า การบรรเลงที่ดีมีคุณภาพ มีฝีมือดี จะต้องมีการฝึกหัดขัดเกลา ซ้ำแล้วซ้ำอีก ฝึกแล้วฝึก

อีก จนเพลงนั้นช้ำ จนสามารถบรรเลงได้ดีจนถึงการเป็นศิลปินเอกได้ และผู้วิจัยพบว่า ความสำคัญในการว่าดอกผู้บรรเลงนั้นต้องเรียนรู้เนื้อร้องของเพลงที่ใช้ในการว่าดอก เพราะผู้บรรเลงต้องเลียนแบบเสียงร้องออกมาได้เหมือนทุกคำร้อง เป็นการจดจำเสียงร้องเพื่อใช้เป็นเทคนิคในการบรรเลงว่าดอก ยิ่งจำเนื้อร้องได้มาก ก็ยิ่งบรรเลงเก็บรายละเอียดของเนื้อร้องว่าดอกได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ พลณศักดิ์ ทรัพย์บางยาง (สัมภาษณ์ 5 มีนาคม 2561) ว่าถ้าผู้บรรเลงมีความสามารถในการขับร้องเพลงไทยโดยเฉพาะทำนองที่มีการว่าดอกของได้จะดีมากเป็นพิเศษ เพราะรู้จักใช้ลักษณะทำนองการเอื้อน การเปล่งเสียง น้ำหนัก สั้น ยาว ของคำร้องที่ออกมาสอดประสานในการบรรเลงให้ออกมาใกล้เคียงกับคำร้องให้มากที่สุด จึงทำให้ผู้บรรเลงผลิตเสียงออกมาได้ดี และสอดคล้องกับทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ มโน พิสุทธิรัตนานนท์ (2546, น.25) ว่าประสบการณ์ทางศิลปะจะมีผลในการเพิ่มพูนความรู้ เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับใช้เทคนิควิธี ถือเป็นผลพลอยได้ทางประสบการณ์ทางสุนทรียะ

1.3 ผู้ฟัง เป็นสิ่งที่สะท้อนให้รับรู้ถึงความรู้สึก ผู้วิจัยเห็นว่าสุนทรียะเป็นพื้นฐานของการรับรู้ทุกสิ่งเป็นรูปแบบที่สามารถรับรู้ด้วยเหตุผลที่สามารถเชื่อมโยงกับประสาทสัมผัส ซึ่งการว่าดอกเป็นการรับรู้ผ่านทางเสียงที่ได้ยิน เมื่อได้ยินก็ทำให้เกิดความรู้สึก และส่งผ่านทางความคิด สะท้อนไปถึงอารมณ์ และส่งผลต่อจิตใจจนทำให้เกิดความไพเราะ เกิดความพึงพอใจ ผู้ฟังย่อมตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจ อารมณ์ จนไปถึงแรงกระตุ้นความรู้สึกในจิตใจจึงเกิดความงาม เรียกว่า สุนทรียะ ซึ่งสอดคล้องกับ พูนพิศ อมาตยกุล เอกสารประกอบการเรียนเรื่อง สุนทรียศาสตร์ดนตรีไทย (2560, หน้า 9-12) ว่าความรู้ที่เกิดจากการสะท้อนความจริงผ่านอวัยวะประสาทสามารถทำให้ได้รับรู้เกี่ยวกับความเป็นจริง อันเกิดจากรับรู้ได้โดยตรง ถือได้ว่าเป็นการรับรู้ขั้นความรู้สึกของประสาทและอวัยวะต่าง ๆหรือทางอารมณ์ที่สำคัญอย่างยิ่ง และสอดคล้องกับทฤษฎีสุนทรียะ มโน พิสุทธิรัตนานนท์ (2546, น.24-25) ว่า ลักษณะของการรับรู้ต่อสิ่งงาม หรือประสบการณ์ที่งาม เป็นการรับรู้โดยตรงทางอารมณ์รู้สึก ที่ได้ทางจากประสบการณ์การทางการมองเห็นหรือการได้ยิน จึงเกิดความพึงพอใจหรือซาบซึ้งใจ

1.4 เครื่องดนตรีที่ใช้ว่าดอก เป็นเครื่องดนตรีที่มีลักษณะเสียงยาว เครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่า คือ ปี่ ขลุ่ย และเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสี คือ ซออู้ ซอสามสาย ซึ่งจะทำให้เลียนแบบเสียงคำร้องได้ดีกว่าเครื่องดนตรีประเภทเครื่องตีและเครื่องดนตรีประเภทเครื่องดีด แต่ในปัจจุบันก็มีนักดนตรีไทยที่นำเครื่องดนตรีที่มีลักษณะเสียงสั้นๆประเภทดีดและประเภทตีมาบรรเลงว่าดอก ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของการบรรเลง และยังสามารถบรรเลงเลียนแบบเสียงได้สนิทสนมกลมกลืนคล้ายเสียงร้องได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ปี๊ป คงลายทอง (สัมภาษณ์. 26 กุมภาพันธ์ 2561) เครื่องดนตรีที่ใช้ในการว่าดอกเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การว่าดอกนั้นมีความไพเราะ คือเครื่องดนตรีที่มีลักษณะเสียงยาวเพราะจะทำให้เสียงกลมกลืนเหมือนคำร้อง ส่วนเครื่องดนตรีที่มีเสียงสั้น ๆ ก็นิยมนำมาบรรเลงอยู่บ้าง แต่จะต้องฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ สามารถบรรเลงเสียงสั้น ๆ ให้เกิดความไพเราะได้ และสอดคล้องกับทฤษฎี

ฝึกหัดขัดเกลา พูนพิศ อมาตยกุล (2555, น.4) ว่า การบรรเลงที่ดีมีคุณภาพ มีฝีมือดี จะต้องมีการฝึกหัดขัดเกลาซ้ำแล้วซ้ำอีก ฝึกแล้วฝึกอีก จนเพลงนั้นช้ำ จนสามารถบรรเลงได้ดีจนถึงการเป็นศิลปินเอก

1.5 เพลงลา เป็นเพลงที่นิยมนำมาบรรเลงเป็นเพลงสุดท้ายก่อนจะจบการบรรเลง เรียกว่า การลำลา นิยมเล่นกันในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์เกิดจากการเล่นดอกสร้อยสักวามีการสอดแทรกบทร้องสร้อย ซึ่งอาจเป็นเพลงในอัตราจังหวะ 3 ชั้น อัตราจังหวะ 2 ชั้น หรืออัตราจังหวะชั้นเดียว โดยในการบรรเลงว่าดอกจะต้องอาศัยคำร้องเป็นหลักจะมีคำร้องว่า “ดอกเอ๋ย เจ้าดอก...” โดยความหมายของเนื้อร้องจะเป็นลักษณะการให้พร และการจากลา ซึ่งสอดคล้องกับ คำรณ สุกใส (2559, หน้า100) ได้กล่าวไว้ในวิจัยเรื่อง วิธีการเป่าปี่ใน “ว่าดอก” ของครูปี๊บ คงลาย ว่า ในช่วงระหว่างสมัยกรุงศรีอยุธยา ถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ มีบทเพลงที่เป็นรูปแบบที่โบราณได้กำหนดไว้นั้น คือ เพลงลา ถูกนำมาขับร้องบรรเลงเป็นเพลงอันดับสุดท้ายก่อนจบการบรรเลง เป็นเพลงอัตราจังหวะใดจังหวะหนึ่ง มีการสอดแทรกบทร้องสร้อยเพื่อให้ปี่เป่าเลียนเสียงร้อง เรียกว่า การเป่าปี่ว่าดอก จุดสำคัญของการว่าดอก คือการให้ผู้บรรเลงใช้เครื่องดนตรีเลียนแบบเสียงร้อง เน้นความชัดเจน อาศัยคำร้องคำเอื้อนเป็นหลัก

2. การว่าดอกสำหรับเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย

2.1 การว่าดอกด้วยซอด้วง ผลจากการวิเคราะห์ การว่าดอกด้วยซอด้วง ทั้ง 4 เพลง คือ เพลงเต่ากินผักบุ้ง 2 ชั้น เพลงพระอาทิตย์ชิงดวง 2 ชั้น เพลงนกขมิ้น 2 ชั้น เพลงปลาทอง 2 ชั้น ผู้วิจัยพบว่า การใช้ซอด้วงในการว่าดอก มี เทคนิคและกลวิธี 5 ลักษณะ 1.การสีหยุดเสียง 2.การสีสะบัด 3.การสีพรมนิ้ว 4.การสีหยุดเสียง 5.การสีประ การสีเลียนแบบการร้องเอื้อนและคำร้อง ซอด้วงมีลักษณะเสียงยาว จึงสามารถสีเลียนแบบคำร้องได้ทุกคำ ลักษณะโทนเสียง มีเสียงที่สูงแหลม โดดเด่น เมื่อนำมาว่าดอกและใส่เทคนิคกลวิธีจึงทำให้เกิดความชัดเจนของคำ ซึ่งสอดคล้องกับ พนม บุญเหลือ (สัมภาษณ์ 25 มีนาคม 2561) ว่าการว่าดอกเพลงลาส่วนมากจะใช้เครื่องดนตรีประเภทเครื่องสี ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีที่สามารถให้เกิดเสียงที่มีลักษณะเสียงยาว หรือจะทำให้เกิดเสียงสั้น ๆ ก็ได้ ขึ้นอยู่กับลักษณะของการบรรเลง จึงทำให้เครื่องดนตรีประเภทเครื่องสีเหมาะสมกับการนำมาว่าดอกและเลียนแบบเสียงได้ดี ไพเราะกว่าเครื่องดนตรีประเภทที่ให้เสียงสั้นๆ ผู้วิจัยพบว่า ซอด้วง สามารถสีดำเนินทำนองสอดแทรกเทคนิคเพื่อให้เกิดความไพเราะ และต้องมีไหวพริบในการเลือกดำเนินกลอนในลักษณะการเคลื่อนที่ของนิ้วให้มีความคล่องตัว เหมาะสม เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์สอดคล้องในการสีดำเนินกลอนเลียนแบบคำร้อง และเพื่อเชื่อมประโยคของคำร้องและการร้องเอื้อนให้มีความสัมพันธ์ระหว่างคำร้องคำหนึ่งไปหาคำร้องอีกคำหนึ่ง ผู้วิจัยยกตัวอย่าง เพลงนกขมิ้น 2 ชั้น ประโยคที่ 1 ดังนี้

คำร้อง

เออ	**เฮ้อเออเอ่อเอย**	**ดอก**	**เอ๋ย**		**เจ้าดอก**		**รักซ้อน**

ทำนองหลัก

- ร - -	ด ด - -	ร ร - -	ซ ซ - ล	- ล – ด	- ล – -	ซ ซ - -	ฟ ฟ – ร
- ล – ซ	- - - ล	- - - ฟ	- - - ล	- ล – ด	- ล – ซ	- - - ฟ	- - - ล

ทำนองซอด้วง

- - - ร	ม ร ท รม	- ล ร ำ ซ	- - - ล	- - - ร ำ	ล ซ – ซ	- - - -	- ล – ท

2.2 การว่าดอกด้วยซออู้ ผลจากการวิเคราะห์ การว่าดอกด้วยซออู้ ทั้ง 4 เพลง คือ เพลงเต่ากินผักบุ้ง 2 ชั้น เพลงพระอาทิตย์ชิงดวง 2 ชั้น เพลงนกขมิ้น 2 ชั้น เพลงปลาทอง 2 ชั้น ผู้วิจัยพบว่า การใช้ ซออู้ในการว่าดอก มีเทคนิคและกลวิธี 5 ลักษณะ 1.การสีหยุดเสียง 2.การสีสะบัด 3.การสีพรมนิ้ว 4.การสีหยุดเสียง 5.การสีประการสีเลียนแบบการร้องเอื้อนและคำร้อง ซออู้มีลักษณะเสียงยาวจึงสามารถเลียนแบบคำร้องและเอื้อนได้ทุกคำ ซออู้มีโทนเสียงที่ทุ้มต่ำ นุ่มนวล เมื่อนำมาว่าดอกและใส่เทคนิคกลวิธี จึงทำให้เสียงที่ออกมานั้นมีความไพเราะ สอดคล้องกับ ไชยยะ ทางมีศรี (สัมภาษณ์ 26 กุมภาพันธ์ 2561) ว่าซออู้เป็นเครื่องดนตรีที่ใช้ในการว่าดอกได้ไพเราะกว่าเครื่องดนตรีชนิดอื่น เพราะเป็นเครื่องดนตรีที่มีลักษณะเสียงที่พิเศษ ทั้งเสียงทุ้มและนุ่มนวลสามารถสื่ออารมณ์ตามเนื้อร้องออกมาได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยยังพบว่า การสีซออู้ในการว่าดอกต้องมีไหวพริบในการเลือกดำเนินกลอนในลักษณะการเคลื่อนที่ของนิ้วให้มีความคล่องตัวเหมาะสม และการเลือกใช้เทคนิคกลวิธี เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ในการสีดำเนินกลอน และเกิดความชัดเจนในการสีเลียนแบบคำร้อง ผู้วิจัยเพลงนกขมิ้น 2 ชั้น ประโยคที่ 1 ดังนี้

คำร้อง

เออ	เฮ้อเออเอ่อเอย	ดอก	เอ๋ย		เจ้าดอก		รักซ้อน

ทำนองหลัก

- ร - -	ด ด - -	ร ร - -	ซ ซ - ล	- ล – ด	- ล – -	ซ ซ - -	ฟ ฟ – ร
- ล – ซ	- - - ล	- - - ฟ	- - - ล	- ล – ด	- ล – ซ	- - - ฟ	- - - ล

ทำนองซออู้

- - - ร	ม ร ด รม	- ล ร ำ ซ	- - - ล	- - - ร ำ	ล ซ ม – ซ	- - - -	- ล – ท

2.3 การว่าดอกด้วยจะเข้ ผลจากการวิเคราะห์ การว่าดอกด้วยจะเข้ ทั้ง 4 เพลง คือ เพลงเต่ากินผักบุ้ง 2 ชั้น เพลงพระอาทิตย์ชิงดวง 2 ชั้น เพลงนกขมิ้น 2 ชั้น เพลงปลาทอง 2 ชั้น ผู้วิจัยพบว่า การใช้จะเข้ว่าดอก มีเทคนิคและกลวิธีอยู่ 5 ลักษณะ 1.การดีดสะบัด 2.การดีดกล้ำเสียง 3.การดีดรูดสาย 4.การดีดหยุดเสียง 5.การดีดสะเดาะ ลักษณะของเสียงจะเข้ที่ออกมา เป็นเสียงสั้นๆ เป็นคำๆ แต่สามารถกรอไม้ดีดให้เกิดเสียงยาวๆได้ แต่การดีดเลียนแบบการร้องเอื้อน จะไม่สามารถเลียนแบบได้ทุกคำของการร้องเอื้อน ซึ่งสอดคล้องกับ อภิชัย พงษ์เลอเลิศ

(สัมภาษณ์ 23 พฤษภาคม 2561) ว่าตามปกติเสียงของจะเข้จะไม่สามารถทำเสียงให้มันเกิดเสียงยาวอ่อนหวานเหมือนเครื่องดนตรีประเภทสีหรือประเภทเป่าได้ แต่จะใช้เทคนิคและกลวิธีในการเข้ามาบรรเลงช่วยให้ออกมาคล้ายคลึงมากที่สุด โดยใช้วิธีการกรอหรือรัวแบบละเอียด ก็จะทำให้ไพเราะน่าฟังยิ่งขึ้น และลักษณะการบรรเลงว่าดอกด้วยจะเข้ต้องขึ้นอยู่กับผู้บรรเลงว่าจะคิดประดิษฐ์เสียงที่ออกมาเพื่อให้มีความสัมพันธ์กันระหว่างการเลือกใช้สาย (สายเอก สายทุ้ม สายลวด) และการเลือกใช้เทคนิคกลวิธี เพื่อให้เสียงที่ออกมามีความคล้ายคลึงกับเสียงร้องมากที่สุด ผู้วิจัยพบว่า การบรรเลงว่าดอกด้วยจะเข้ ลักษณะของการใช้สายจะเข้ พบว่า มีการใช้สายเอกและสายทุ้ม เท่านั้น เพราะการใช้สายเอกและสายทุ้มนั้น มีความเหมาะสมในการเคลื่อนที่ของนิ้วในความคล่องตัวมากกว่าสายลวด และเสียงที่ออกมาจะมีความไพเราะมากกว่าการใช้สายลวดที่มีเสียงทุ้มต่ำ จึงไม่เหมาะสมในการเลือกใช้สายลวดในการว่าดอก ผู้วิจัยยกตัวอย่าง เพลงนกขมิ้น 2 ชั้น ประโยคที่ 1 ดังนี้

คำร้อง

เออ	เฮ้อเออเอ่อเอย	ดอก	เอ๋ย		เจ้าดอก		รักซ้อน

ทำนองหลัก

- ร - -	ด ด - -	ร ร - -	ซ ซ - ล	- ล – ด	- ล – -	ซ ซ - -	ฟ ฟ – ร
- ล – ซ	- - - ล	- - - ฟ	- - - ล	- ล – ด	- ล – ซ	- - - ฟ	- - - ล

ทำนองจะเข้

- - - ร	- - - ม	ลลล รำ ซ	- - - ล	- - - รำ	ล ซ ซ	- - - -	ล ท ล ท
					ม		

ข้อเสนอแนะ

1.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

1) การว่าดอกด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสายในดนตรีไทย จัดว่าเป็นงานวิจัยควรแก่การอนุรักษ์ และสืบทอดการว่าดอกประเภทเครื่องสาย เป็นภูมิปัญญาของครูทางดนตรีไทยและเป็นศิลปวัฒนธรรมอันมีค่า ควรแก่การรักษาให้นักดนตรีไทยรุ่นหลังสืบไป

2) การว่าดอกสำหรับเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย ในเรื่องของการว่าดอกด้วยซอด้วง การว่าดอกด้วยซออู้ การว่าดอกด้วยจะเข้ สามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการเรียนการสอน นำไปใช้เป็นแบบอย่างสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาดนตรีไทย เพื่อเป็นการพัฒนาความรู้และเผยแพร่ดนตรีไทยต่อไป

1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การว่าดอกสำหรับเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย การว่าดอก ยังมีบุคคลที่ทรงคุณค่าทางด้านดนตรีไทยหลายท่าน ที่มีความรู้ความสามารถและมีผลงานการนำเครื่องดนตรีไทยประเภทเครื่องสายมาว่าดอกที่มี

ความโดดเด่น แตกต่าง และน่าสนใจ เช่น การว่าดอก ด้วยขิม ควรที่จะนำมาศึกษา และยังเป็นแนวทางในการทำวิจัยทางด้านวิชาการในแง่มุมต่างๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

คำรณ สุกใส. (2559). วิธีการเป่าปี่ใน “ว่าดอก” ของครูปี๊บ คงลายทอง. วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาดุริยางคศิลป์ไทย, สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์.

ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2545).แนวคิดในการศึกษาอัตลักษณ์ความเป็นไท. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ไชยยะ ทางมีศรี. ผู้เชี่ยวชาญด้านดุริยางคศิลป์ไทย สำนักการสังคีต กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม (26 กุมภาพันธ์ 2561) สัมภาษณ์.

ปี๊ป คงลายทอง. ผู้เชี่ยวชาญด้านดุริยางคศิลป์ไทย สำนักการสังคีต กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม (26 กุมภาพันธ์ 2561) สัมภาษณ์.

พนม บุญเหลือ. หัวหน้าภาควิชาดุริยางคศิลป์ไทย วิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม (25 มีนาคม 2561) สัมภาษณ์.

พลณศักดิ์ ทรัพย์บางยาง. ครูภาควิชาดุริยางคศิลป์ สาขาปี่พาทย์ วิทยาลัยนาฏศิลปลพบุรี สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม (5 มีนาคม 2561) สัมภาษณ์.

พูนพิศ อมาตยกุล. (2560). เอกสารประกอบการเรียน วิชาสุนทรียศาสตร์ดนตรีไทย.

พูนพิศ อมาตยกุล.(2555). เอกสารประกอบคำบรรยาย เรื่อง กาย-จิต และพฤติกรรมกับกระบวนการขัดเกลา และแรงกระตุ้นจากสภาวะแวดล้อม ทฤษฎีฝึกหัดขัดเกลา.

มโน พิสุทธิรัตนานนท์. (2546). เอกสารประกอบการสอน สุนทรียศาสตร์เบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่1. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

วนิดา ชำเขียว. (2543). สุนทรียศาสตร์. กรุงเทพฯ: พรานนกการพิมพ์.

แสงจันทร์ อรรถกฤษณ์. หัวหน้าหมวดคีตศิลป์ไทยศึกษา วิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม (25 กันยายน 2561) สัมภาษณ์.

อภิชัย พงษ์เลอเลิศ. ดุริยางคศิลปิน สำนักการสังคีต กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม (23 พฤษภาคม 2561) สัมภาษณ์.

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). อัตลักษณ์ การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด.กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากร กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม

Reservation system, requesting to contact personnel Defense Information and Space Technology Department

สาธิตย์ มงคลผิวทอง และ เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ
Satit Mongkolphewthong and Nuengwong Tuaycharoen
วิศวกรรมคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Computer and Telecommunication Engineering Dhurakij Pundit University
605162010008@dpu.ac.th and nuengwong.tun@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการดำเนินการโครงงานนี้ เพื่อจัดทำและพัฒนาระบบโปรแกรมให้กับกรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม ซึ่งเป็นระบบโปรแกรมช่วยในการเข้าติดต่อบุคลากรภายในกรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหมอีกทั้งยังมีการส่งข้อมูลแจ้งเตือนบนแอพพลิเคชั่น LINE แสดงข้อความยืนยันสิทธิ์ไปถึงตัวผู้ที่ขอเข้ามาติดต่อ เป็นการแจ้งสิทธิ์ล่วงหน้า เพื่อให้เกิดความทันสมัย สะดวก รวดเร็วในการติดต่อ และมีระบบฐานข้อมูลใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

โครงงานนี้พัฒนาโดยใช้ระบบโปรแกรม ประกอบไปด้วย 1) เว็บแอพพลิเคชั่น (Web Site) เป็นส่วนการทำงานสำหรับผู้ดูแลระบบ บุคลากรภายในและผู้ใช้ทั่วไปในการบริหารจัดการข้อมูลหลักของระบบ พัฒนาโดยใช้ภาษา เอชทีเอ็มแอล (HTML), ซีเอสเอส (CSS) จาวาสคริปต์ (JavaScript) Node.JS และ MongoDB 2) การส่งข้อความตอบกลับผ่านทางแอพพลิเคชั่น LINE การทำงานให้มีการแจ้งเตือนสิทธิ์ให้กับผู้ที่มาขอติดต่อพบบุคลากรในหน่วยงาน ได้เปิด API ในการส่งข้อมูลเพื่อแจ้งเตือนไปยังผู้ขอรับสิทธิ์ติดต่อบุคลากร

จากการทดสอบการทำงานระบบนั้นสามารถช่วยให้ผู้ใช้งานหรือผู้ขอรับสิทธิ์ติดต่อบุคลากรสามารถขอรับสิทธิ์ผ่านทางอินเตอร์เน็ตได้โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางเข้าไปขอรับสิทธิ์ที่หน่วยงานทำให้ผู้ใช้งานได้รับความสะดวกสบายในการใช้งาน สามารถช่วยลดทรัพยากรในด้านต่างๆ เช่น ต้นทุนการจัดซื้อและดูแลรักษาอุปกรณ์ในขอรับสิทธิ์ และระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากร กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหมนั้นยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในด้านต่างๆ เช่น ด้านการทำงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อให้หน่วยงานสามารถนำข้อมูลต่างๆ ไปใช้ในการพัฒนาหน่วยงานได้

คำสำคัญ : เว็บแอพพลิเคชั่น การส่งข้อความตอบกลับแอพพลิเคชั่น LINE

ABSTRACT

The purpose of this project is to create and develop a reservation system for the Defense Information and Space Technology Department. The program will assist in contacting personnel within the Defense Information and Space Technology Department, in addition it will also send notification through the LINE application as a means for verification. In order to create a quick, convenient, modern method of communication as well as a database system with maximum efficiency.

This project can be divided into two parts: 1) Web application (Web Site) - The information management section of the system, the main users of the system consists of administrators, internal staffs, and the general public users. The system is created by using HTML, CSS, JavaScript, Node.JS, and MongoDB. All of these languages are open source. 2) Communication to LINE Application - This is used to as a means of user verification, as well as a medium to send information to notify the user.

From testing the system, it can be concluded that the system helps with contacting personnel within the Defense Information and Space Technology Department through the Internet as it reduces the time needed to travel, as a result making it more convenient for the user. In addition, the application may be used to reduce resources in areas such as purchasing and maintenance of equipment for this matter. Finally, the reservation system for contacting Defense Information and Space Technology Department personnel is able to increase efficiency for staff which as a result will improve the efficiency of the Department.

Keywords : Web application, LINE Application

1. บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนเรามากขึ้น จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของคนเกือบทุกสังคม ทำให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และมีความสะดวกสบายในการติดต่อหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร โดยกรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหมเป็นหน่วยงานด้านสารสนเทศ และเป็นผู้ให้องค์ความรู้สารสนเทศให้กับหน่วยงานอื่นๆ แต่หน่วยตัวเอง ยังคงใช้การติดต่อเป็นแบบการบันทึกการติดต่อลงในสมุดจดบันทึกด้วยลายมือ ซึ่งดูแล้วไม่เหมาะสมกับเป็นหน่วยงานด้านสารสนเทศ และยิ่งทำให้อุปกรณ์ หรือ Software ที่มีอยู่ ใช้ให้เกิดประโยชน์ จึงเป็นที่มาของการพัฒนาระบบเข้ามาแทนการใช้งานแบบเดิมที่เป็นอยู่

ทั้งที่กล่าวมากรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม ยังต้องพัฒนาบุคลากร และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ Software ต่างๆ เพื่อตอบสนองให้กับบุคลากรกรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม ได้ศึกษาเพิ่มพูนความรู้ และได้พัฒนาระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากร กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยการลดจำนวนบุคลากร แต่เพิ่มการใช้โปรแกรมประยุกต์มาทำงานแทนคน พร้อมกับเพิ่มศักยภาพด้านสารสนเทศให้กับหน่วยงาน

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากรผ่านแอพพลิเคชั่นไลน์
2. เพื่อใช้ข้อความอัตโนมัติตอบกลับและสามารถเปลี่ยนแปลง แก้ไข ตารางนัดหมายแบบออนไลน์ได้

3. ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากร กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม เป็นรูปแบบเว็บแอพพลิเคชั่น และเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อเป็นประเมินประสิทธิภาพจากของผู้ใช้งานระบบ โดยจะขอกล่าวถึงเครื่องมือที่ใช้ คือ เครื่องมือพัฒนาระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากร กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม [1] 1) ฮาร์ดแวร์ (Hardware) หมายถึง คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูล ใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ สำหรับเครื่องแม่ข่ายบริการและจัดเก็บฐานข้อมูล, เครื่องลูกข่ายใช้กับผู้ใช้งานในระบบ 2) ซอฟต์แวร์ (Software) หมายถึง โปรแกรมที่ใช้ในระบบการจัดการฐานข้อมูล โดยระบบได้มีการพัฒนา โดยใช้โปรแกรมจัดการฐานข้อมูล MongoDB, โปรแกรม NodeJS, ภาษาคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการพัฒนาคือ จาวาสคริปต์ (JavaScript) และเอชทีเอ็มแอล (HTML)

ระบบมีการพัฒนาขึ้นประกอบด้วย [2] 1. เว็บแอพพลิเคชั่น (Web Site) เป็นส่วนการทำงานสำหรับผู้ดูแลระบบในการบริหารจัดการข้อมูลหลักของระบบ ได้แก่ กำหนดสิทธิ์ให้กับ User ของบุคลากรของหน่วยงานว่าได้รับสิทธิ์ใดบ้าง, ตรวจสอบสิทธิ์ และรายงานสิทธิ์ได้ เป็นส่วนให้ผู้ที่เข้ามาติดต่อได้กรอกข้อมูลลงบนฐานข้อมูล 2. การส่งข้อความตอบกลับ (Application Line) เป็นส่วนพัฒนาการทำงานให้มีการแจ้งเตือนสิทธิ์ให้กับผู้ที่มาขอติดต่อพบบุคลากรในหน่วยงาน ซึ่ง Admin จะทำการส่งข้อความยืนยันไปยังแอพพลิเคชั่นไลน์ที่ผู้ติดต่อได้แสกนคิวอาร์โค๊ดหน้าเว็บ เพื่อไว้ยืนยันสิทธิ์ในวันที่เข้ามาพบติดต่อ

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

ระบบที่พัฒนาขึ้นมีขอบเขตการทำงานดังนี้

ผู้ใช้ทั่วไป

1. ลงทะเบียนเพื่อสมัครสมาชิกเพื่อเข้าใช้ผ่านทางหน้าเว็บไซต์
2. เพิ่มสิทธิ์ขอเข้าติดต่อได้ผ่านทางเว็บไซต์หรือแอพพลิเคชั่น Line
3. แก้ไขสิทธิ์ขอเข้าติดต่อได้ผ่านทางเว็บไซต์หรือแอพพลิเคชั่น Line

4. ยกเลิกขอเข้าติดต่อได้ผ่านทางเว็บไซต์หรือแอพพลิเคชั่น Line
5. ตรวจสอบสถานะขอเข้าติดต่อได้ผ่านทางเว็บไซต์หรือแอพพลิเคชั่น Line

เจ้าหน้าที่

1. ค้นหา และดูรายละเอียดคำขอเข้าพบผ่านทางหน้าเว็บไซต์
2. อนุมัติหรือปฏิเสธคำขอผ่านทางหน้าเว็บไซต์ และแจ้งเตือนผ่านทางไลน์ได้อย่างอัตโนมัติ

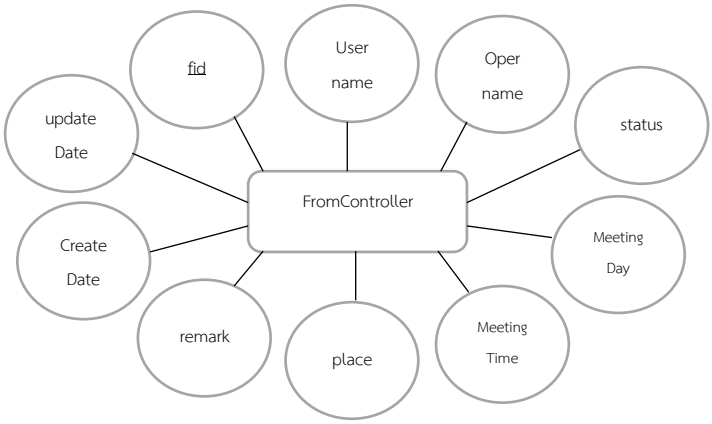
ผู้ดูแลระบบ

1. ค้นหา และดูรายละเอียดคำขอเข้าพบผ่านทางหน้าเว็บไซต์
2. อนุมัติหรือปฏิเสธคำขอผ่านทางหน้าเว็บไซต์ และแจ้งเตือนผ่านทางไลน์ได้อย่างอัตโนมัติ
3. ตรวจสอบและแก้ไขข้อมูลของสมาชิกผ่านทางหน้าเว็บไซต์
4. แก้ไขข้อมูลคำขอผ่านทางหน้าเว็บไซต์ และแจ้งเตือนผ่านทางไลน์ได้อย่างอัตโนมัติ
5. ลงทะเบียนให้กับเจ้าหน้าที่ เพื่อขอใช้งานระบบ

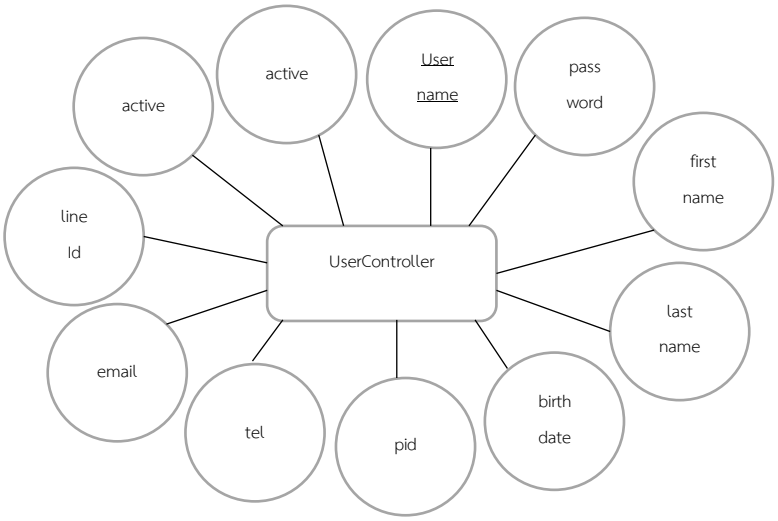


ภาพที่ 1 ภาพรวมของระบบ

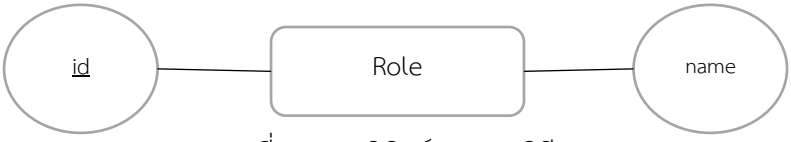
ภาพที่ 1 แสดงภาพรวมของระบบผู้ใช้งานสามารถสามารถส่งคำขอเข้าพบผ่านช่องทางแอพพลิเคชั่น line หรือหน้าเว็บไซต์ โดยที่แอพพลิเคชั่น line จะติดต่อกับเว็บเซอร์เวอร์ที่ถูกพัฒนาด้วย Node.Js ผ่าน Line Messaging API และเว็บเซอร์เวอร์จะนำข้อมูลไปเก็บไว้ที่ฐานข้อมูล MongoDB



ภาพที่ 2 แอทริบิวต์ของเอนทิตี FromController



ภาพที่ 3 แอทริบิวต์ของเอนทิตีUserController



ภาพที่ 4 แอทริบิวต์ของเอนทิตี Role

ภาพที่ 1, 3 และ 4 ฐานข้อมูลระบบ ซึ่งประกอบด้วย 3 เอนทิตี ได้แก่ FromController, UserController และ Role โดยเอนทิตี FromController ไว้เก็บข้อมูลแบบฟอร์มคำขอเข้าพบ และเอนทิตี UserController ไว้เก็บข้อมูลของผู้ใช้งาน และเอนทิตี Role ไว้เก็บข้อมูลสิทธิ์การเข้าถึง

```
router.post('/webhook', async function(req, res, next) {
 var text = req.body.events[0].message.text;
 var sender = req.body.events[0].source.userId;
 let reply = '';
 let query = { lineid : sender };
 const result = await conn.find('user', query);
  sendText(sender, reply);
 res.sendStatus(200);
});

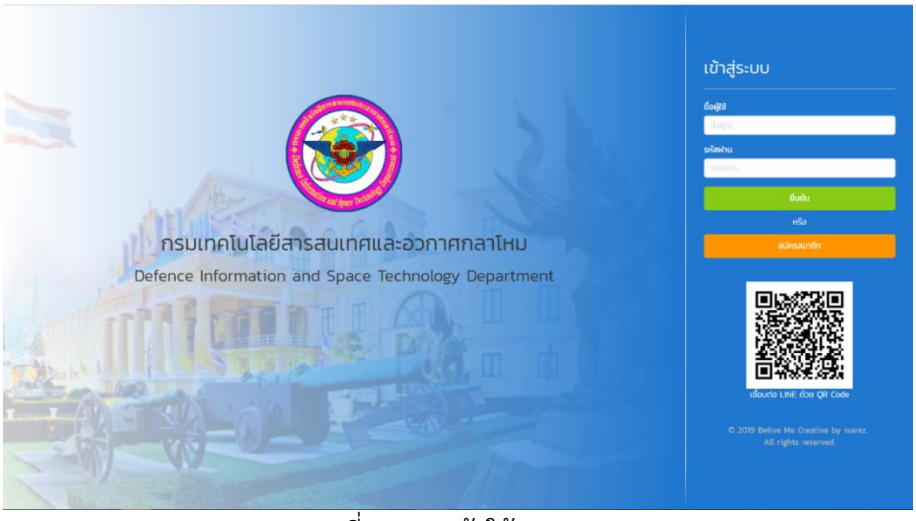
function sendText (sender, text) {
 let data = {
  to: sender,
  messages: [
   {
    type: 'text',
    text: text
   }
  ]
 }
 request({
  headers: {
   'Content-Type': 'application/json',
   'Authorization': // LINE Token //
  },
  url: 'https://api.line.me/v2/bot/message/push',
  method: 'POST',
  body: data,
  json: true
 });
}
```

ภาพที่ 5 เรียกใช้ฟังก์ชั่น API

ภาพที่ 1 [3] หลังจากการลงทะเบียนกับแอพพลิเคชั่น LINE แล้วจะทำการพัฒนาส่วนโปรแกรมเพื่อติดต่อกับแอพพลิเคชั่น LINE จากตัวอย่างโค้ดโปรแกรมนั้น มี URL /webhook เป็นการทำงานส่วนการรับข้อความเมื่อผู้ใช้แอพพลิเคชั่น LINE ส่งข้อความผ่านทางแอพพลิเคชั่น LINE จะส่งข้อความของผู้ใช้ผ่านมาทาง /webhook ระบบจะทำการนำข้อความจากผู้ใช้มาประมวลผล และส่งข้อความกลับไปยังแอพพลิเคชั่น LINE ด้วย RESTful API ใช้ HTTPS Protocol และ Token ที่ได้จากการลงทะเบียน โดยการส่งข้อความกลับนั้นจะส่งไปทางแอพพลิเคชั่น LINE ที่ได้เปิดช่องทางไว้คือ https://api.line.me/v2/bot/message/push เป็น HTTP Method POST โดยใน Body นั้นจะส่ง To คือ id ของผู้ใช้ในแอพพลิเคชั่น LINE และ Message โดยประกอบไปด้วย Type คือประเภทของข้อความที่จะส่งโดยในตัวอย่างโค้ดโปรแกรมจะเป็นการส่งแบบ text หรือตัวอักษร และ Text คือข้อความที่ต้องการส่งไปยังผู้ใช้ในแอพพลิเคชั่น LINE

5. ผลการวิจัย

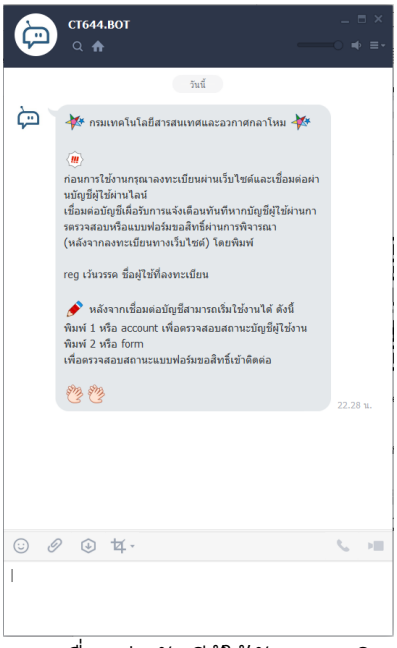
5.1 การเข้าใช้งานระบบ



ภาพที่ 6 การเข้าใช้งานระบบ

การเข้าใช้งานระบบของทุกสิทธิ์นั้นจะต้องเข้าใช้งานผ่านหน้าเว็บไซต์ตามภาพที่ 6 เท่านั้น โดยต้องกรอกข้อมูล ชื่อผู้ใช้ และ รหัสผ่าน กดยืนยันระบบจะนำข้อมูลไปตรวจสอบและแจ้งผลการทำรายการหากผ่านการตรวจสอบระบบจะทำการพาผู้ใช้เข้าไปสู่หน้าจอ รายการแบบฟอร์มขอสิทธิ์เข้าติดต่อบุคลากร แต่ถ้าเป็นผู้ใช้ทั่วไปจะต้องรอการสมัครสมาชิกจากผู้ดูแลระบบ หลังจากสมัครสมาชิกแล้วนั้นให้ผู้ใช้ทั่วไปทำการเชื่อมต่อบัญชีผู้ใช้กับแอพพลิเคชั่น LINE โดยทำการเพิ่มเพื่อนผ่านทาง QR Code ตามภาพที่ 7

ภาพที่ 7 QR Code สำหรับการเพิ่มเพื่อนในแอพพลิเคชั่น LINE

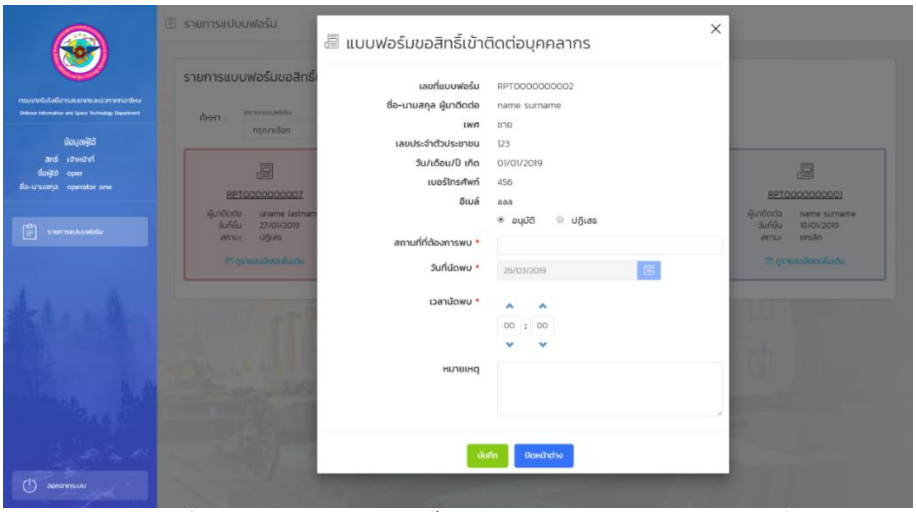


ภาพที่ 8 การเชื่อมต่อบัญชีผู้ใช้กับแอพพลิเคชั่น LINE

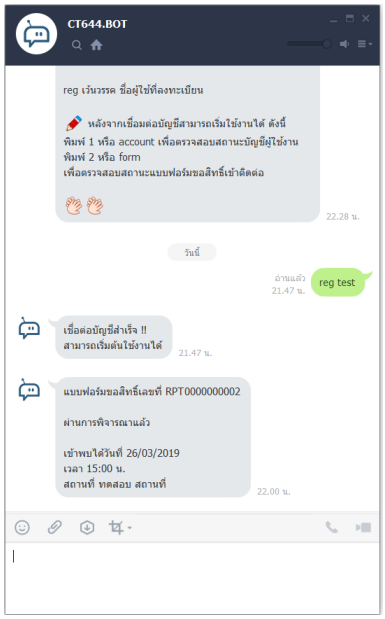
หลังจากผู้ใช้งานทั่วไปทำการเพิ่มเพื่อนในแอปพลิเคชั่น LINE แล้วนั้นให้ทำการเชื่อมต่อบัญชีผู้ใช้ตามคำแนะนำผ่านหน้าจอห้องแชทของกรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม โดย พิมพ์ reg เว้นวรรค ตามด้วยชื่อผู้ใช้ที่ลงทะเบียนผ่านทางหน้าเว็บไซต์ ตามภาพที่ 8 หลังจากเชื่อมต่อบัญชีผู้ใช้กับแอพพลิเคชั่น LINE แล้วนั้น หากบัญชีผู้ใช้ผ่านการอนุมัติจาก ผู้ดูแลระบบ แล้วระบบจะส่งข้อความแจ้งเตือนให้ผู้ใช้ผ่านทางแอปพลิเคชั่น LINE

5.2 การใช้งานระบบภายใต้สิทธิ์ เจ้าหน้าที่

เจ้าหน้าที่สามารถดูและค้นหารายการแบบฟอร์มขอสิทธิ์เข้าติดต่อบุคลากรของตนเองที่มีผู้ใช้ทั่วไปยื่นแบบฟอร์มเข้าพบตนเองได้ และเมื่อเจ้าหน้าที่กดปุ่ม “ดูรายละเอียดเพิ่มเติม” จะสามารถ ยอมรับ หรือ ปฏิเสธแบบฟอร์มได้โดยกรอกข้อมูลรายเอียดต่างๆให้ครบถ้วนจากนั้นทำการบันทึกตามภาพที่ 9 เมื่อทำการบันทึกระบบจะนำข้อมูลไปเก็บในฐานข้อมูลและส่งข้อความแจ้งเตือนให้ผู้ใช้ผ่านทางแอพพลิเคชั่น LINE ดังภาพที่ 10



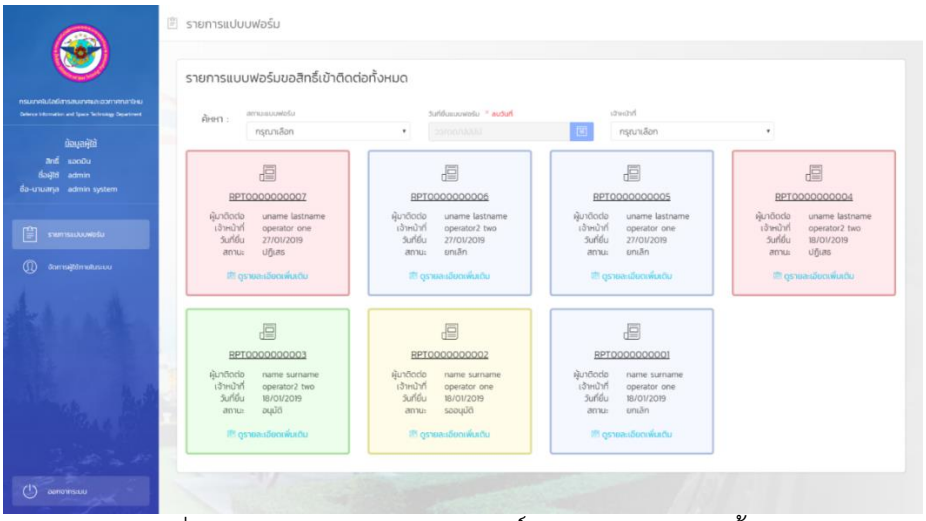
ภาพที่ 9 แบบฟอร์มขอสิทธิ์เข้าติดต่อบุคลากรของเจ้าหน้าที่



ภาพที่ 10 การส่งข้อความแจ้งเตือนให้ผู้ใช้ผ่านทางแอพพลิเคชั่น LINE

5.3 การใช้งานระบบภายใต้สิทธิ์ ผู้ดูแลระบบ

ผู้ดูแลระบบสามารถดูและค้นหารายการแบบฟอร์มขอสิทธิ์เข้าติดต่อบุคลากรทั้งหมดภายในระบบได้ และเมื่อกดปุ่ม “ดูรายละเอียดเพิ่มเติม” จะสามารถ ยอมรับ หรือ ปฏิเสธ แบบฟอร์มได้โดยกรอกข้อมูลรายเอียดต่างๆให้ครบถ้วนจากนั้นทำการบันทึกตามภาพที่ 9 และ 11 เมื่อทำการบันทึกระบบจะนำข้อมูลไปเก็บในฐานข้อมูลและส่งข้อความแจ้งเตือนให้ผู้ใช้ผ่านทางแอปพลิเคชั่น LINE ดังภาพที่ 10



ภาพที่ 11 รายการแบบฟอร์มขอสิทธิ์เข้าติดต่อบุคลากรทั้งหมด

5.4 ผลการทดสอบประสิทธิภาพโปรแกรม

การวัดประสิทธิภาพของโปรแกมโดยจับเวลาตอบกลับของระบบตั้งแต่ส่งคำร้องไปที่ระบบจนได้รับการตอบกลับจากระบบและแจ้งเตือนไปยัง LINE Application โดยการวัดประสิทธิภาพในครั้งนี้วัดโดยระบบที่ทำงาน

แบบ Asynchronous คือการทำงานที่เราสามารถจะสลับไปทำงานอื่นได้ ในขณะที่รอให้งานหนึ่งเสร็จ เมื่องานนั้นประมวลผลเสร็จแล้วเราก็จะรับผลของงานนั้น แล้วทำต่อโดยปกติ ซึ่งเป็นคุณลักษณะเด่นของ Javascript ภายใต้ Node JS Framework และการวัดประสิทธิภาพของระบบได้มีการทดสอบในหลายช่วงเวลาโดยจะบันทึกผลทดสอบเป็นช่วง ดังนี้

ช่วงเช้าเวลา 08.30 – 12.00 น., ช่วงบ่ายเวลา 12.00 – 16.30 น. และช่วงเย็นเวลา 16.30 – 20.00 น. การวัดประสิทธิภาพจะวัดช่วงเวลาละ 15 ครั้ง โดยบันทึกข้อมูลทุกๆ 15 นาที

ตารางที่ 1 จับเวลาที่ระบบบันทึกข้อมูลลงฐานข้อมูลและส่งข้อความไปยัง LINE Application

ครั้งที่ / ช่วงเวลา	เช้า (ms)	บ่าย (ms)	เย็น (ms)
1	1497	1864	1978
2	1762	1812	1925
3	1698	2043	2109
4	1995	1922	1863
5	1863	1638	1869
6	2058	1589	1901
7	1577	1711	1837
8	1831	1647	1788
9	1894	1714	2009
10	1689	2113	2077
11	1756	1744	1958
12	2106	1538	1881
13	1925	1681	1997
14	1779	1899	2118
15	1551	1936	2207

จากตารางที่ 1 ผลการบันทึกการจับเวลาที่ระบบบันทึกข้อมูลลงฐานข้อมูลและส่งข้อความไปยัง LINE Application นั้นระบบใช้เวลาในการประมวลผลของแต่ละช่วงเวลาประมาณ 1000-2000 millisecond แต่การจับเวลาที่ระบบบันทึกข้อมูลลงฐานข้อมูลและส่งข้อความไปยัง LINE Application นั้นมีการใช้เวลาประมวลผลมากกว่าการประมวลผลรูปแบบอื่นเนื่องจากระบบมีการร้องขอการส่งข้อความไปยัง LINE Message API ทำให้การส่งข้อมูลนั้นทำงานได้ช้าการปกติ และในช่วงเวลาเย็นนั้นการส่งข้อมูลไปยังเครื่องแม่ข่ายและการส่งต่อข้อมูลไปยัง LINE Message API นั้นล่าช้ากว่าช่วงเวลาอื่นเนื่องจากอาจมีผู้ใช้งานอินเตอร์จำนวนมากกว่าช่วงเวลาอื่น ทำให้การส่งข้อมูลไปยังแม่ข่ายและการส่งต่อข้อมูลไปยัง LINE Message API นั้นใช้เวลามากกว่าช่วงเวลาอื่น

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ศิริพร แซ่ลิ้ม,2558 ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ไลน์แอพพลิเคชั่นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” ด้านความสามารถในการใช้ไลน์แอพพลิเคชั่น ประกอบด้วยทัศนคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความรู้และทักษะการใช้ไลน์ [4]

ซึ่งระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากรกรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม จัดทำขึ้นเพื่อพัฒนาระบบเว็บไซต์ที่มีอยู่แล้วให้เกิดความทันสมัย พร้อมกับเพิ่มแอพพลิเคชั่นไลน์มาช่วยทำงาน เพื่อลดระยะเวลาในการเดินทางมาติดต่อขอเข้าพบบุคลากร ลดจำนวนบุคลากร ลดทรัพยากรต่างๆ และเพิ่มประสิทธิภาพให้กับหน่วยงาน

จากการทดลองใช้งานจริงและได้ผลตามที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น สามารถสรุปได้ว่าระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากร กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหมนั้นสามารถช่วยให้ผู้ใช้งานหรือผู้ขอรับสิทธิ์ติดต่อบุคลากรสามารถขอรับสิทธิ์ผ่านทางอินเตอร์เน็ตได้โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางเข้าไปขอรับสิทธิ์ที่หน่วยงานทำให้ผู้ใช้งานได้รับความสะดวกสบายในการใช้งาน

2. การลดทรัพยากรต่างๆและเพิ่มประสิทธิภาพให้หน่วยงาน

จากการทดลองใช้งานพบว่าระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากร กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหมสามารถช่วยลดทรัพยากรในด้านต่างๆ เช่น ต้นทุนการจัดซื้อและดูแลรักษาอุปกรณ์ในขอรับสิทธิ์ และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในด้านต่างๆ เช่น ด้านการทำงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถปฏิบัติงานอย่างอื่นได้

สามารถสรุปได้ว่าการนำเอาระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากร กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม มาประยุกต์ในการขอรับการติดต่อขอเข้าพบบุคลากร โดยการลดจำนวนบุคลากร แต่เพิ่มการใช้โปรแกรมประยุกต์มาทำงานแทนคน พร้อมกับเพิ่มศักยภาพด้านสารสนเทศให้กับหน่วยงาน

7. ข้อเสนอแนะ

ระบบการจองสิทธิ์ขอเข้าติดต่อบุคลากร กรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม ในช่วงแรกยังต้องมีการถ่ายทอดการใช้งานให้กับบุคลากรในหน่วยงาน และยังคงไม่ได้ตอบกลับข้อความทางแอพพลิเคชั่น Line โดยตรง เนื่องจากหน่วยงานต้องการเก็บ Log file (ข้อมูลจราจรคอมพิวเตอร์) ไว้ตรวจสอบข้อมูลการติดต่อกับบุคคลภายนอก

เอกสารอ้างอิง

[1] รสสุคนธ์ ปิ่นทอง, 2554 ระบบจัดการข้อมูลงานวิจัยและโครงการ (Thesis and Project Management System)

[2] ฐิตินันท์ เอียดรักษ์, 2553 การพัฒนาเว็บไซต์เวชระเบียนคลินิกออนไลน์ กรณีศึกษา : คลินิกวรรณสินการแพทย์

[3] สิรวิชญ์ ธนาวิชญ์, 2561 การตรวจสอบสถานะเครือข่ายด้วยแอพพลิเคชั่นไลน์ (Network monitor on application Line)

[4] ศิริพร แซ่ลิ้ม,2558 พฤติกรรมการใช้ไลน์แอพพลิเคชั่นของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Spending Value for Consumerism of Students in Student Loan Fund in Faculty of Management Science Silpakorn University

ขัตติยา พงษ์จุ้ย[1] (Khuttiya Phongjiuy)
นราวัลลภ์ อ่วมอั้น[2](Narawan Aum-aun)
ปภาวดี ชื่นอารมณ์[3] (Paphawadee Chun-arom)
[1,2,3] สาขาบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
(Bachelor of Accountancy Faculty of Management Science Silpakorn University)
นภนนท์ หอมสุด[4] (Nopbhanont Homsud)
[4]ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
(Assistant Professor Faculty of Management Science Silpakorn University)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากกับค่านิยมในการเลียนแบบ ค่านิยมแฟชั่น และค่านิยมในการดำรงชีวิตเรียบง่ายและประหยัด และเห็นด้วยปานกลางกับค่านิยมในตรายี่ห้อสินค้า การทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีค่านิยมในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นค่านิยมในการดำรงชีวิต เรียบง่ายและประหยัด และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันกลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมแตกต่างกัน ยกเว้น ค่านิยมในการดำรงชีวิตเรียบง่ายและประหยัด

คำสำคัญ : ค่านิยมการใช้จ่ายเงิน กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

Abstract

The purpose of this research was to study the spending values of student in student loan funds. The sample group used in the study was 100 students in the student loan fund from Faculty of Management Science Silpakorn University by using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test. The results showed that the sample agreed very much with the imitation values, fashion values, and values for living simple and economical, and agree moderately with brand values. Hypothesis testing found that different genders have not different values in each area except values for living simple and economical. It was also found that different revenue per month have different values in each area except values for living simple and economical.

Keywords: Spending value , Student Loan Fund.

บทนำ

การศึกษาเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาสังคมให้คนซึ่งเป็นสมาชิกของสังคม เป็นคนที่มีคุณภาพ คุณธรรม กล่าวคือ การศึกษาช่วยสร้างจิตสำนึกในการเป็นมนุษย์ และเป็นผู้มีอารยะธรรมทางปัญญาและความงดงามทางจิตใจ การศึกษาสร้างให้คนมีความรู้ในการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ มีความอดทนในการต่อสู้กับอุปสรรคของชีวิต การศึกษาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนทุกวัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันได้เปลี่ยนไปตามความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตสมัยใหม่ อีกทั้งการศึกษายังช่วยลดปัญหาในเรื่องของบุคลากรที่ไม่มีคุณภาพ การศึกษาช่วยอบรมพลเมือง ให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพชีวิต สามารถช่วยให้ตนเองดำเนินชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขอย่างมีปัญญา ดังนั้นการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญต่อประชาชนเพราะการศึกษาเป็นการสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับประเทศชาติ

กระทรวงการคลัง กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ได้พิจารณาเห็นถึงความสำคัญอย่างยิ่งของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อรองรับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จึงเห็นสมควรกำหนดเป็นนโยบายสนับสนุนภาคเอกชน ในการพัฒนาการศึกษา และการพัฒนาฝีมือแรงงาน ในขณะเดียวกันเพื่อแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษาในสังคมด้วยการให้โอกาสแก่นักเรียน นักศึกษาที่ด้อยโอกาส โดยการจัดตั้งกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาแก่นักเรียนนักศึกษาที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อย กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาจัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 16 มกราคม พ.ศ.2539 ในลักษณะเงินหมุนเวียน ตามนัยมาตรา 12 แห่งพระราชบัญญัติเงินคงคลัง พ.ศ. 2491 โดยเริ่มดำเนินการให้กู้ยืม ครั้งแรกในปีการศึกษา 2539 ต่อมารัฐบาล ได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติ

กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา พ.ศ.2541 มีผลให้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีฐานะเป็นนิติบุคคล อยู่ในการกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เงินกู้ยืมแก่นักเรียน นักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ เพื่อเป็นค่าเล่าเรียน ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวเนื่องกับการศึกษา และค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการครองชีพระหว่างศึกษา ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับอาชีวะศึกษา และระดับอุดมศึกษาได้รับโอกาสทางการศึกษาอย่างทั่วถึง ช่วยแบ่งเบาภาระ ด้านการเงินของผู้ปกครอง และเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของชาติโดยรวม โดยมุ่งหวังว่าผู้กู้ยืมจะสามารถเล่าเรียนได้จนสำเร็จตามหลักสูตร มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม รวมถึงมีจิตสำนึก ในการชำระหนี้คืน เพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาให้กับรุ่นน้องต่อไป (งานทุนการศึกษาส่วนกิจการนักศึกษา, 2552)

ด้วยเหตุข้างต้น ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาค่านิยมในการใช้จ่ายเงินของนักศึกษาจากกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา เพื่อศึกษาว่านักศึกษามีพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินอย่างไร และศึกษาค่านิยมในการใช้จ่ายเงินของนักศึกษาจากกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา เนื่องจากนักศึกษาเหล่านี้อยู่ในช่วงสังคมยุคที่มีสิ่งแปลกใหม่ และต้องการได้รับการยอมรับจากเพื่อน ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ นักศึกษาจากกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ชั้นปีที่ 1-4 ปีการศึกษา 2562

วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

2) เพื่อศึกษาค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัย เรื่อง ค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ นักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ระดับชั้นปีที่ 1-4 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 776 คน

2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคำนวณจากสูตร Yamane (1970) เนื่องจากระยะเวลาในการทำวิจัยมีอย่างจำกัดและงบประมาณในการทำวิจัย จึงจัดทำด้วยระดับความเชื่อมั่น 90% ได้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 100 คน โดยเก็บแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ ระหว่างวันที่ 10-28 กันยายน 2562

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยคณะผู้วิจัยได้ปรับปรุงจากแบบสอบถามของ พัชรี สารวิโรจน์ (2553) จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยวัดค่า Index of Item Objective Congruence: IOC ต้องมากกว่า 0.5 แบบสอบถามที่ใช้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 3 ข้อ 2) ค่านิยมที่มีต่อการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษาจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา จำนวน 20 ข้อ 3) พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักศึกษาจำนวน 5 ข้อ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มหลังจากเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS โดยส่วนข้อมูลปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ และร้อยละ ขณะที่การแปลความหมายระดับความสำคัญซึ่งวัดจากค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามจะใช้แนวทางของ ประสพชัย พสุนนท์ (2553)

4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยน้อยที่สุด

5. การวิเคราะห์ปัจจัยเพศที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยตัวสถิติ t-test และวัดความเท่ากันของความแปรปรวนด้วยตัวสถิติ Levene ขณะการทดสอบสมมติฐานรายได้ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ทดสอบสมมติฐานด้วยตัวสถิติ F-test ทั้งนี้การทดสอบสมมติฐานกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการวิจัย

จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด และนำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลมาแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ศึกษาสาขาวิชาการบัญชี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 3,001-6,000 บาท/เดือน

2. การวิเคราะห์ค่านิยมที่มีผลต่อการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษาจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมในการเลียบแบบ ค่านิยมในแฟชั่น และค่านิยมในการดำรงชีวิตเรียบง่ายและประหยัด อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่านิยมในตรายี่ห้อสินค้า อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 : จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่านิยมที่มีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยม

ค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยม	ระดับความสำคัญ					mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ค่านิยมในการเลียนแบบ						3.68	0.81	มาก
1. สื่อมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายเงินและพฤติกรรมการเลียนแบบได้เป็นอย่างดี	25	51	23	0	1	3.99	0.76	มาก
2. มีการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าตามที่เห็นจากการโฆษณา รีวิว ตามสื่อต่างๆ	11	34	48	5	2	3.47	0.83	ปานกลาง
3. การใช้จ่ายเงินซื้อสินค้ามาจากการเลียนแบบดารา นักร้อง เพื่อนและรุ่นพี่	12	40	41	7	0	3.57	0.79	มาก
4. การใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าต่างจดจำจากต้นแบบ	13	48	29	6	4	3.60	0.93	มาก
5. รู้สึกมีความมั่นใจที่มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่เหมือนกับต้นแบบ	14	50	33	3	0	3.75	0.73	มาก
ค่านิยมในแฟชั่น						3.60	0.83	มาก
1.สินค้าตามแฟชั่นเป็นสิ่งเสริมบุคลิกภาพ	14	50	33	3	0	3.75	0.73	มาก
2.ท่านชอบที่จะเป็นเจ้าของสินค้าตามแฟชั่นต่างๆที่ผู้อื่นเห็นแล้วประทับใจ	10	43	36	9	2	3.50	0.87	มาก
3.การแต่งตัวและทำผมตามแฟชั่น ถือเป็นสิ่งที่ทันสมัย	12	43	37	7	1	3.58	0.83	มาก
4.ท่านสนุกกับการวางแผนใช้เงินที่มีในการซื้อสินค้าตามแฟชั่นตามที่ต้องการ	12	44	35	7	2	3.57	0.86	มาก

ค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยม	ระดับความสำคัญ					mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
5.การได้ครอบครองสินค้าตามแฟชั่นทำให้ท่านมีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น	11	49	32	4	4	3.59	0.88	มาก
ค่านิยมในตรายี่ห้อสินค้า						3.40	0.86	ปานกลาง
1.การเลือกซื้อสินค้าที่มียี่ห้อเป็นที่รู้จักช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพ	11	45	37	7	0	3.60	0.78	มาก
2.สินค้าที่มียี่ห้อ ราคาแพงเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ	9	46	38	7	0	3.57	0.75	มาก
3.ตรา/ยี่ห้อเป็นสิ่งบ่งบอกถึงฐานะของผู้ใช้	11	32	36	17	4	3.29	1.00	ปานกลาง
4.ท่านใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าที่มียี่ห้อ ราคาแพงเพื่อต้องการปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐานสังคม	5	37	37	18	3	3.23	0.90	ปานกลาง
5.การสวมใส่เสื้อผ้าและใช้โทรศัพท์ที่มียี่ห้อดัง ทำให้ดูเป็นคนมีรสนิยม	7	37	41	12	3	3.33	0.88	ปานกลาง
ค่านิยมในการดำรงชีวิตเรียบง่ายและประหยัด						3.96	0.72	มาก
1.ท่านพอใจซื้อสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยเพราะราคาถูกและมีคุณภาพ	16	45	39	0	0	3.77	0.71	มาก
2.ท่านยินดีใช้สิ่งของเครื่องใช้ที่มีคุณภาพ ราคาประหยัดเหมาะสมกับฐานะของตนเอง	26	54	19	1	0	4.05	0.70	มาก
3.ท่านพอใจไปรับประทานอาหารตามร้านที่ขายอาหารราคาถูก	28	51	21	0	0	4.07	0.70	มาก

ค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยม	ระดับความสำคัญ					mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4.ท่านมีความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ไม่เปลี่ยนแปลงตามสมัยนิยม	22	51	26	0	1	3.93	0.75	มาก
5.ท่านเก็บออมไว้ส่วนหนึ่งเพื่อใช้ในยามจำเป็น	25	49	24	2	0	3.97	0.75	มาก

3. การวิเคราะห์การใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าเสื้อผ้า และค่าอาหารฟาสท์ฟู้ด ในระดับมาก และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่ากระเป๋า ค่ารองเท้า และค่าเครื่องสำอาง ในระดับปานกลางรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 : จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

การใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยม	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.ค่าเสื้อผ้า	19	39	39	3	0	3.74	0.80	มาก
2.ค่ากระเป๋า	8	36	41	11	4	3.33	0.92	ปานกลาง
3.ค่ารองเท้า	8	40	40	12	0	3.44	0.80	ปานกลาง
4.ค่าเครื่องสำอาง	11	37	38	9	5	3.40	0.97	ปานกลาง
5.ค่าอาหารฟาสท์ฟู้ด	14	39	41	4	2	3.59	0.85	มาก

4. การทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ตามตัวแปรเพศ พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีค่านิยมในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นค่านิยมในการดำรงชีวิต เรียบง่ายและประหยัดที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-statistics และ ค่า sig. ของการทดสอบสมมติฐานเพศที่ส่งผลต่อค่านิยมการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

รายการ	เพศ	mean	S.D.	t-statistics	sig.
1. ค่านิยมในการเลียนแบบ	ชาย	3.65	0.61	-0.316	*0.752
	หญิง	3.69	0.61		
2. ค่านิยมแฟชั่น	ชาย	3.50	0.68	-0.909	*0.366
	หญิง	3.64	0.76		
3. ค่านิยมในตรายี่ห้อสินค้า	ชาย	3.38	0.67	-0.199	*0.843
	หญิง	3.41	0.73		
4. ค่านิยมในการดำรงชีวิต	ชาย	3.71	0.57	-3.132	0.002
เรียบง่ายและประหยัด	หญิง	4.08	0.55		

5. การทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ตามตัวแปรรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันกลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมแตกต่างกัน ยกเว้น ค่านิยมในการดำรงชีวิตเรียบง่ายและประหยัดและการใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยมที่ระดับรายได้แตกต่างกันมีค่านิยมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 : ค่า F-statistics และค่า sig. ของการทดสอบสมมติฐานรายได้ที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

รายการ	F-statistics	sig.
1. ค่านิยมในการเลียนแบบ	6.957	0.002
2. ค่านิยมแฟชั่น	5.225	0.007
3. ค่านิยมในตรายี่ห้อสินค้า	4.373	0.015
4. ค่านิยมในการดำรงชีวิตเรียบง่ายและประหยัด	1.476	*0.234

สรุปผลและอภิปรายผล

งานวิจัย เรื่อง ค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สาขาบัญชี ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 3,001-6,000 บาท/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่านิยมในการเลียบแบบ ค่านิยมในแฟชั่น และ ค่านิยมในการดำรงชีวิตเรียบง่ายในระดับมาก และมีค่านิยมในตรายี่ห้อสินค้า ในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์การใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าเสื้อผ้า และค่าอาหารฟาสท์ฟู้ด ในระดับมาก และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่ากระเป๋า ค่ารองเท้า และค่าเครื่องสำอาง ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับค่านิยมของวัยรุ่นไทยในยุคบริโภคนิยมที่จะพิถีพิถันในเรื่องการแต่งกายที่วัยรุ่นเริ่มจะสนใจตัวเองมากขึ้น โดยจะอาศัยค่านิยมของสังคมเป็นเกณฑ์ ซึ่งเป็นสาเหตุให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย (พรพิมล เจียมนาครินทร์,2539) ส่วนค่าอาหารนั้นสอดคล้องกับการศึกษาของประยูร เหมบุรุษ (2547) และบุญเยี่ยม ยศเรืองศักดิ์ (2549) พบว่านักศึกษามีการใช้จ่ายเพื่อซื้ออาหารมาก เนื่องจากการรับประทานอาหารเป็นสิ่งจำเป็น และนักศึกษาส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่หอพักของสถานศึกษา ซึ่งจะต้องซื้ออาหารรับประทานในแต่ละมื้อ ทำให้ค่าใช้จ่ายเงินเพื่อซื้ออาหารมากที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีตามตัวแปรเพศ พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีค่านิยมในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นค่านิยมในการดำรงชีวิต เรียบง่ายและประหยัด เพศหญิงจะมีพฤติกรรมการประหยัด การออมสูงกว่าเพศชาย สอดคล้องกับ กษวรรณ ขจรเสรี ที่พบว่า นักศึกษาเรียนอย่างเดียวโดยไม่ประกอบอาชีพอย่างอื่น มีการกู้ยืมเงินเรียน มีแหล่งรายรับมาจากบิดามารดาเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีรายรับต่อเดือนระหว่าง 3,001–6,000 บาท นักศึกษามีเงินออมต่ำกว่า 1,000 บาท และเหตุผลที่ออมไว้เพื่อการฉุกเฉินที่มีระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี

การทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบค่านิยมในการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีตามตัวแปรรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันกลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมแตกต่างกัน ยกเว้น ค่านิยมในการดำรงชีวิตเรียบง่ายและประหยัดและการใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยมที่ระดับรายได้แตกต่างกันมีค่านิยมไม่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มที่มีรายได้มากกว่ามีการใช้จ่ายในเรื่องของการแต่งกาย ตามแฟชั่น ซึ่งผลการวิจัย ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของโสภัณฑ์ นุชนาถ (2542) ที่ได้กล่าวว่าวัยรุ่นเป็นวัยที่เห็นเพื่อนมี ความส าคัญมากที่สุด จะปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของหมู่เพื่อน เช่น การแต่งกาย การไว้ทรงผม และการใช้ ภาษาพูด จะเป็นแบบเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับเพื่อน ๆ และเป็นวัยที่แสดงหาฐานะทางสังคม (social status) ให้แก่ตนเองทำตัวให้เป็นที่ยอมรับของสังคม

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน ทั้งค่านิยมในแฟชั่น ค่านิยมในตรายี่ห้อสินค้า ค่านิยมในการดำรงชีวิตเรียบง่ายและประหยัด ซึ่งจะทำให้ผู้เกี่ยวข้องนำไปเป็นปัจจัยในการปรับปรุงให้นักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้นได้

เอกสารอ้างอิง

กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.). *ความเป็นมา*. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2562 จาก https://www.studentloan.or.th/th/aboutus.

กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต. *มารู้จักกองทุนกันเถอะ.* สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2562 จาก https://loan.kbu.ac.th/home/About.

กฤตนัย ชัยมูล และคณะ. *ความสำคัญของการศึกษา.* สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2562 จาก https://sites.google.com/site/mungreiynpheiyrfiru/khwam-sakhay-khxng-kar-suksa.

กาญจนา บุญภักดิ์. (2551). *พฤติกรรมและปัญหาในการใช้จ่ายเงินกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.* บทความสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

พัชรี สารวิโรจน์. (2553). *พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคนิยมของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่.* วิทยานิพนธปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษยและสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร.

ภูชิต วิเชียรฉาย. (2556). *การใช้เงินของวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน.* สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2562 จาก http://microe-bus-ubu58.blogspot.com/2015/12/blog-post_13.html.

สุธาสินี บัวชาบาล. (2557). *พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักศึกษา วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.* วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper &row.

ระบบรายงานสถานะคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์แบบอัตโนมัติ

Automatic Computer Status Report

วรางคณา เกิดพุ่มนาค และ เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ

Warangkana Kerdpumnak, Nuengwong Tuaycharoen

ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม วิทยาลัยวัตกรรมด้านเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

605162010024@dpu.ac.th and nuengwong.tun@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จัดทำเพื่อลดระยะเวลาในการตรวจสอบคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์ได้ เนื่องจากกรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม มีการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นจำนวนมาก และในแต่ละเดือนมีการทำรายงานการตรวจเช็คคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์ เพื่อเป็นการเตรียมการตรวจครุภัณฑ์ประจำปี โดยที่หน่วยมีการตรวจครุภัณฑ์ปีละ 2 ครั้ง ซึ่งเดิมขั้นตอนในการตรวจเช็คคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์คือ การเดินตรวจคอมพิวเตอร์ทีละเครื่องว่าหมายเลขตรงตามบัญชีรายการที่เก็บไว้หรือไม่ ซึ่งการตรวจเช็คแบบนี้ทำให้เสียเวลาและทำให้เปลืองทรัพยากร

การพัฒนาระบบรายงานสถานะเครื่องคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์ ใช้ซอฟต์แวร์ที่เป็นโอเพนซอร์ส โดยการทำงานของระบบ เริ่มการทำงานจากระบบ ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์โดยใช้ภาษา PHP และใช้ฐานข้อมูล MySQL ลงบันทึกข้อมูลรายละเอียดต่างของคอมพิวเตอร์รวมทั้ง IP Address จากนั้น ทำการตรวจสอบสถานะเครื่องคอมพิวเตอร์โดยการเขียนโปรแกรมภาษาไพธอน (Python) เรียกใช้งาน ซึ่งค่าที่ได้จากการค้นหา IP Address จะเก็บไว้ใน MySQL หลังจากนั้นเรียกการใช้งาน ด้วย ระบบครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ที่เขียนโดยภาษา PHPให้ทำงานตามโปรแกรมที่ได้พัฒนาเพิ่มเติมในงานวิจัยนี้

จากการทดสอบการทำงานระบบสามารถตรวจสอบคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์ที่เปิดใช้งานได้จริง ผู้วิจัยวิเคราะห์เวลาการใช้งานของระบบ จากการทดสอบระบบ พบว่าระบบทำการวิเคราะห์เครื่องคอมพิวเตอร์จำนวน 10 เครื่อง ได้ใช้เวลาเฉลี่ยไม่เกิน 5 วินาที และเมื่อผู้ใช้ได้ใช้งานระบบนี้ทำให้การตรวจสอบข้อมูลเร็วกว่าการใช้งานระบบแบบเดิม

คำสำคัญ : คอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์ ,สถานะคอมพิวเตอร์, IP Address

Abstract

This research was conducted to reduce the time required to monitor the usage of computer equipment in the Department of Defense Information and Space Technology. There are many computers, which are required to be reported of inspection in each month. This originally needs a procedure for checking computer equipment, i.e. checking computers one at a time whether the equipment number meets the account stored in the database or not. This type of inspection can waste time and waste resources.The Development of Computer Status Report System uses open source software. The system uses PHP language and using MySQL database to record various details of the computer, including the IP Address. Then checks the computer status by a Python program, which the status value obtained from searching the IP Address, which will be stored in My SQL. After that, the data is displayed by PHP program that has been developed in this research.

From the functional test, the system can detect the computer equipment that is actually activated. The researcher analyzes the usage time of the system. From system testing, we found that the system analyzes 10 computers using an average of less than 5 seconds. And, when the users use this system, data checking is faster than using traditional systems.

บทนำ

ปัจจุบันหน่วยงานต่าง ๆ มีการให้บริการระบบสารสนเทศเพื่อดำเนินการจัดหาและบำรุงรักษาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ให้มีความพร้อมในการใช้งานอยู่เสมอ แต่ในการบำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นยังขาดข้อมูลที่ชัดเจนและไม่มีการจัดเก็บอยู่ในรูปแบบของฐานข้อมูล จึงไม่สามารถตรวจสอบได้ว่าคอมพิวเตอร์เครื่องไหนมีการใช้งานอยู่หรือไม่ อีกทั้งปัญหาในการตรวจนับและการทำรายการทรัพย์สินของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์จะการตรวจสอบทุกเดือน ซึ่งในการตรวจสอบหรือตรวจนับนี้เจ้าหน้าที่หรือผู้รับผิดชอบจำเป็นต้องเข้าไปดำเนินการตรวจสอบด้วยตนเองโดยการจดบันทึก จึงทำให้เสียเวลาในการตรวจเช็คและทำให้สิ้นเปลืองทรัพยากรและงบประมาณในการจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ไม่ใช้งาน

ดังนั้นผู้จัดทำจึงทำระบบรายงานสถานะคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์แบบอัตโนมัติ เพื่อช่วยจัดการระบบครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ที่ไม่ต้องคอยตรวจเช็คทีละเครื่องในรายงานแบบเดิมและเป็นการตรวจเช็คเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ไม่เปิดใช้งานนานเกินไป เพื่อจัดสรรคอมพิวเตอร์ที่ไม่เปิดใช้งานไปยังหน่วยงานอื่นที่ต้องการใช้งาน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาและออกแบบระบบสำหรับการเก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ พร้อมรายงานสถานะเครื่องคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์ได้

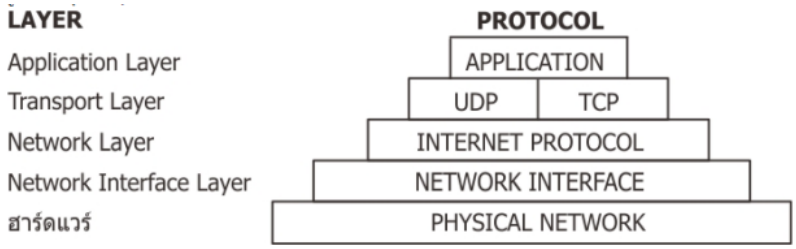
2. เพื่อศึกษาและพัฒนาระบบด้วยภาษา PHP, Python และ SQL

3. เพื่อลดเวลาในการตรวจเช็คคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์

งานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานที่เกี่ยวข้อง

(บริษัท ไอบีเอ็ม ประเทศไทย จำกัด, 2560) TCP/IP Protocol เป็นชุดของโปรโตคอลที่ถูกใช้ในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถใช้สื่อสารจากต้นทางข้ามเครือข่ายไปยังปลายทางได้ และสามารถหาเส้นทางที่จะส่งข้อมูลไปได้เองโดยอัตโนมัติ ถึงแม้ว่าในระหว่างทางอาจจะผ่านเครือข่ายที่มีปัญหา โปรโตคอลก็ยังคงหาเส้นทางอื่นในการส่งผ่านข้อมูลไปให้ถึงปลายทางได้



ภาพที่ 1 ขั้นทำงานโปรโตคอล

Ping เป็นเครื่องมือที่ถูกใช้เพื่อการตรวจสอบ การเชื่อมต่อระหว่างคอมพิวเตอร์กับคอมพิวเตอร์ด้วยกัน คอมพิวเตอร์กับ LAN Card คอมพิวเตอร์บนเครือข่าย กับโปรโตคอล TCP/IP คอมพิวเตอร์บนเครือข่ายกับ Router และอุปกรณ์เชื่อมต่อระหว่างเครือข่าย รวมทั้ง Gateway การเชื่อมต่อระหว่างอุปกรณ์ Router กับ Router ด้วยกัน คำสั่ง Ping สามารถนำมาใช้เพื่อการดู เวลาของการตอบสนอง ของเครื่องลูกข่าย เพื่อให้รู้ว่า สถานะของเครือข่าย หรือสถานะของเครื่องลูกข่ายนั้น เป็นอย่างไร นอกจากนี้ การใช้ Ping เป็นการสร้างกระแสของ Traffic บนเครือข่ายระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ 2 เครื่อง บนเครือข่ายได้

ส่วนประกอบการทำงานของ Ping

1.1 Ping ใช้โปรโตคอล ICMP (Internet Control Message Protocol) ซึ่งเป็นหนึ่งในชุดของโปรโตคอลของ TCP/IP เพื่อนำพาข้อมูลข่าวสารไปส่งและรับข่าวสารกลับจากปลายทาง

1.2 สิ่งที่ปรากฏในลักษณะการรายงานบนหน้าจอของ Ping ได้แก่ การเชื่อมต่อ และ ค่า Round Trip Time โดยค่านี้จะเริ่มนับตั้งแต่เครื่องต้นทางส่ง Ping ออกไป และได้รับการสะท้อนกลับมาค่านี้มีหน่วยเป็น ms ซึ่งจะทำให้รู้ได้ว่าประสิทธิภาพของเครือข่ายเป็นอย่างไร

1.3 ผลลัพธ์ที่ได้จากการ ping คือ ระยะทางห่างคิดเป็นจำนวน Hop โดยดูจาก TTL ที่เปลี่ยนแปลงไป และ เวลาที่ใช้ไปกับการเดินทางระหว่างคอมพิวเตอร์ต้นทางกับคอมพิวเตอร์ปลายทาง หากค่าของเวลายิ่งมาก ยิ่งบ่งบอกถึงประสิทธิภาพที่ด้อยลงของเครือข่าย

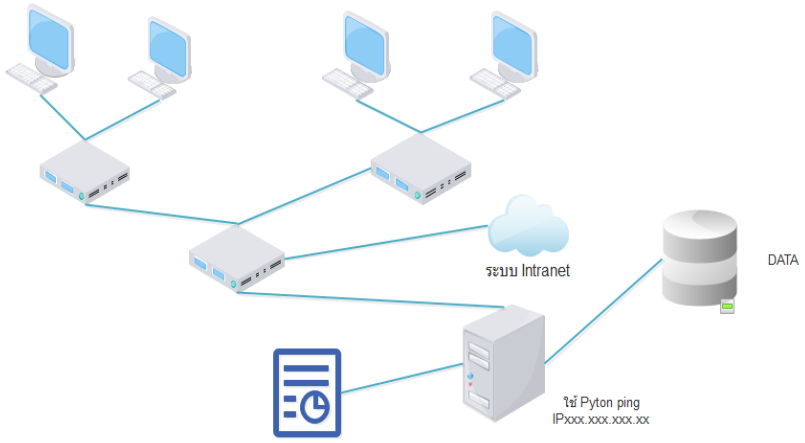
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(ธัญพิรสิษฐ์ อัศวเดช, 2559, น.10) ได้สร้างซอฟต์แวร์ในการตรวจสอบการทำงานอุปกรณ์ในระบบเครือข่ายโดยใช้โปรโตคอล TCP/IP ทำการตรวจสอบสมรรถภาพการทำงานของอุปกรณ์ในระบบเครือข่าย เพื่อติดตามและตรวจสอบอุปกรณ์ในระบบเครือข่าย ทำให้ผู้ดูแลระบบ สามารถตรวจสอบความบกพร่องของอุปกรณ์และสามารถตรวจสอบและวัดปริมาณการใช้งานของระบบ

(ปฏิพัทธ์ พุกตา, 2555, น.9 – 56). ได้พัฒนาระบบจัดเก็บและตรวจสอบคุณลักษณะของเครื่องคอมพิวเตอร์ผ่านโปรแกรมตัวแทน (Agent) ใช้ภาษา PHP ในการพัฒนา Web Application ใช้ Visual Basic ในการพัฒนา Agent และใช้ MySQL ในการจัดเก็บฐานข้อมูลเป็นการพัฒนาในรูปแบบของเว็บแอพพลิเคชั่น (Web Application) เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการเก็บรายการคุณลักษณะของเครื่องคอมพิวเตอร์

การวิจัยและพัฒนา

สถาปัตยกรรมระบบแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ซึ่งประกอบด้วย ส่วนตัวโปรแกรมและระบบเครือข่าย ซึ่งทั้งจะดำเนินงานโดยการเก็บข้อมูลของระบบฐานข้อมูล MySQL โดยที่ตัวโปรแกรมจะใช้ภาษา PHP โดย เขียนผ่านโปรแกรม Drupal และในส่วนระบบเครือข่ายคือการค้นหา IP ใช้โค้ด Pythonในการเขียนทำงานในการค้นหา IP จะเป็นการทดลองการใช้เวลาในการค้นหา IP แต่ละเครื่องว่ามีการใช้เวลาเท่าไหร่เพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ซึ่งการดำเนินทั้งหมดเป็นดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รวมการทำงานของระบบ

```
def check_ip(ip):
  #hostname = x[6]
  if ip != '' and validIP(ip):
    ping_parser = pingparsing.PingParsing()
    transmitter = pingparsing.PingTransmitter()
    transmitter.destination_host = ip
    transmitter.count = 3
    result = transmitter.ping()
    ping_parser.parse(result)
```

ภาพที่ 3 คำสั่ง check_ip

ตรวจสอบข้อมูล IP ที่ได้จากฐานข้อมูล ว่าเป็น IPV4 และรูปแบบ IP ถูกต้องหรือไม่ เช่น 192.168.260.1000 รูปแบบนี้คือผิด ระบบจะไม่ตรวจสอบตั้งค่าพารามิเตอร์ตั้งค่าให้ไลเบอรีของ ไพทอน เพื่อใช้ในการตรวจสอบ

```
def job():
  data = select()
  #print(data.encode("utf-8"))
  for ip in data :
    deviceid = str(ip[0])
    ipaddress = str(ip[9])
    time_start = int(time.time())

    status = check_ip(ipaddress)
    if(status == None):
      rtt_avg = 0
    else:
      rtt_avg = status
    time_response = int(time.time())
    print(deviceid.__str__()+" , "+ ipaddress.__str__()+" , "+ time_start.__str
    update(deviceid, ipaddress, time_start, time_response, rtt_avg)


#schedule.every().day.at("21:15").do(job)
schedule.every(5).seconds.do(job)

while True:
  schedule.run_pending()
  time.sleep(10)
```

ภาพที่ 4 คำสั่ง job()

เรียกใช้งานฟังก์ชั่น Selectเพื่อดึงข้อมูลของเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการตรวจสอบ (Ping) วนรอบเพื่อนำข้อมูลอุปกรณ์ที่ได้จากฐานข้อมูล ดึงIP Address มาเก็บจากนั้นทำการเช็คIP Address นำไป Ping เพื่อตรวจสอบสถานะการทำงานของ server ว่าทำงานหรือออฟไลน์ พร้อมทั้งเก็บค่าความเร็วในการตรวจสอบบันทึกในฐานข้อมูล

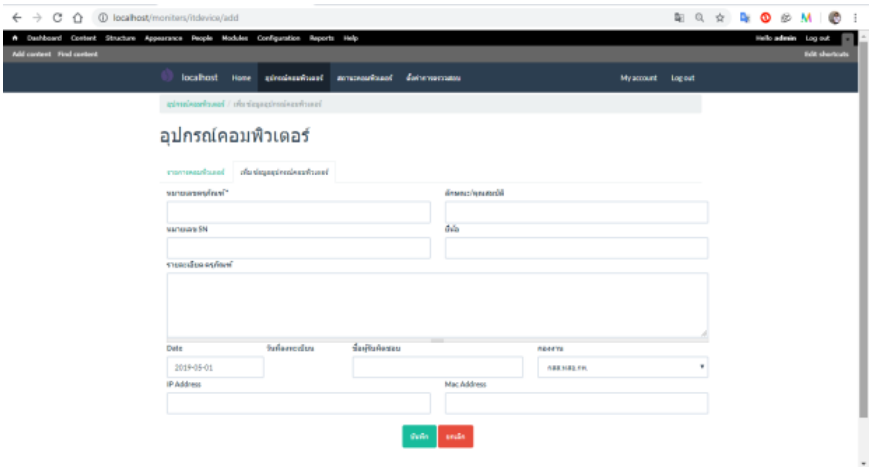
ผลการวิจัย

1. การทำงานของโปรแกรม

เราได้ทำการทดสอบโปรแกรมโดยกรอกข้อมูลคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์ของกรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศจำนวน 10 เครื่อง

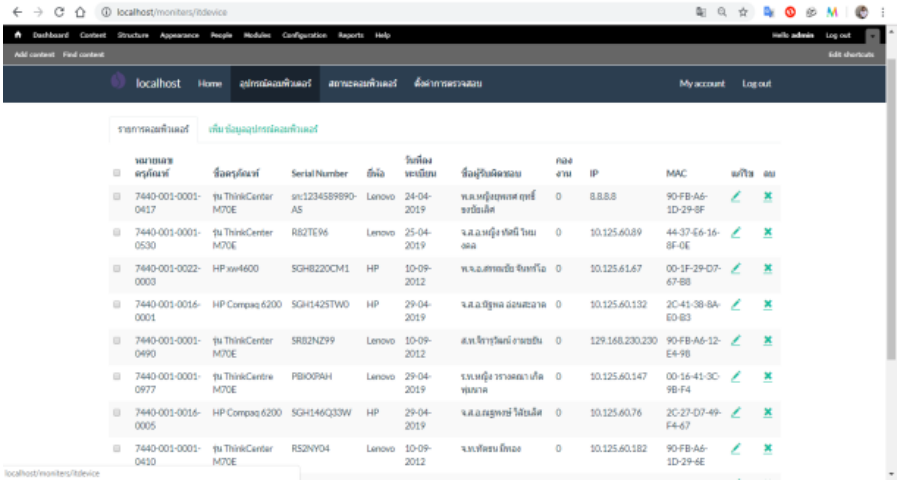
เริ่มต้นการใช้งานระบบ ผู้ดูแลระบบทำการล็อกอิน เข้าใช้งาน โดยกรอก Username และ Password เพื่อเข้าใช้งานระบบ

หากผู้ใช้ต้องการเพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์ให้เลือกเมนู ADD แล้วกรอกข้อมูลดังภาพที่ 5 เมื่อเพิ่มข้อมูลครุภัณฑ์แล้วจะไปเก็บอยู่ใน MySQL



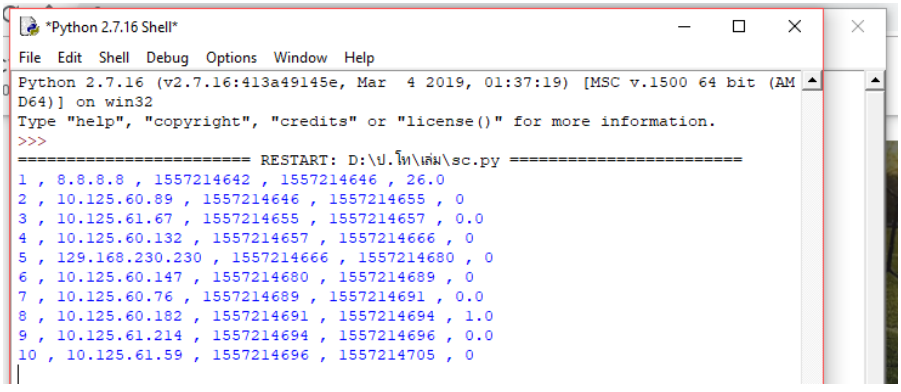
ภาพที่ 5 การเพิ่มข้อมูล

เมื่อจะเข้าดูรายละเอียดที่เพิ่มข้อมูลไว้ให้เข้าดูที่เมนู อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ดังภาพที่ 6



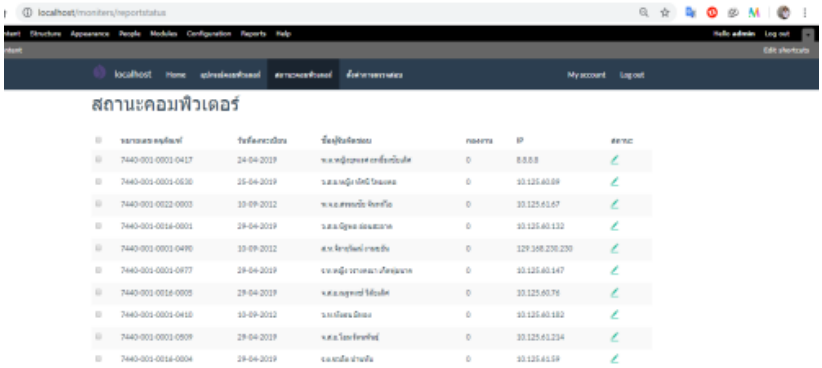
ภาพที่ 6 รายละเอียดที่เพิ่มข้อมูล

เมื่อต้องการตรวจสอบสถานะเครื่องคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์ให้เข้าโปรแกรม Python แล้วเปิดตัว Run โปรแกรมจะทำการตรวจสอบสถานะและรายงานผลไปยังระบบครุภัณฑ์



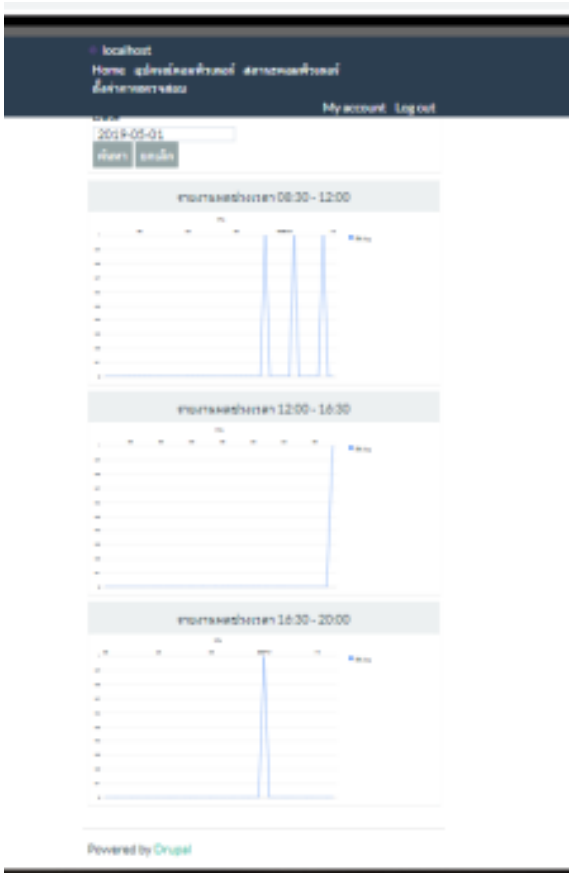
ภาพที่ 7 การ Run โปรแกรม Python

หากผู้ใช้ต้องการจะตรวจสอบสถานะของเครื่องคอมพิวเตอร์ ให้เลือกเมนูสถานะ แล้วจะขึ้นหน้าต่างดังภาพ ซึ่งเมื่อเข้าไปดูรายละเอียดก็จะแจ้งข้อมูลในการเข้าใช้ของเครื่องคอมพิวเตอร์นั้น ๆ



ภาพที่ 8 เข้ารายงานสถานะ

เมื่อเลือกดูสถานะจะขึ้นหน้าต่างดังภาพที่ 9 การแสดงสถานะจะแบ่งการรายงานสถานะเป็นช่วงเวลา โดยจะแบ่งเป็นช่วงเช้า (08.30-12.00) ช่วงบ่าย (12.00-16.30) และ ช่วงเย็น (16.30-20.00) โดยภาพที่ 10 เมื่อเลือกวันที่จะเข้าตรวจสอบ ก็จะแสดงกราฟการทำงานในแต่ช่วงเวลา



ภาพที่ 9 กราฟรายงานสถานะทุกช่วงเวลา

2 ผลการทดสอบประสิทธิภาพโปรแกรม

เมื่อพัฒนาระบบเสร็จเรียบร้อย ผู้วิจัยได้ทดสอบการใช้งานระบบในระบบอินทราเน็ตภายในกรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหม จากนั้นจึงนำข้อมูลการใช้งานคอมพิวเตอร์ภายในกรมเทคโนโลยีสารสนเทศและอวกาศกลาโหมจำนวน 10 เครื่องมาเป็นข้อมูลทดสอบระบบ แล้ววัดประสิทธิภาพทางเวลาของโปรแกรมโดยจับเวลาตอบกลับของระบบตั้งแต่ส่งคำร้องจนได้รับผลตอบกลับ โดย

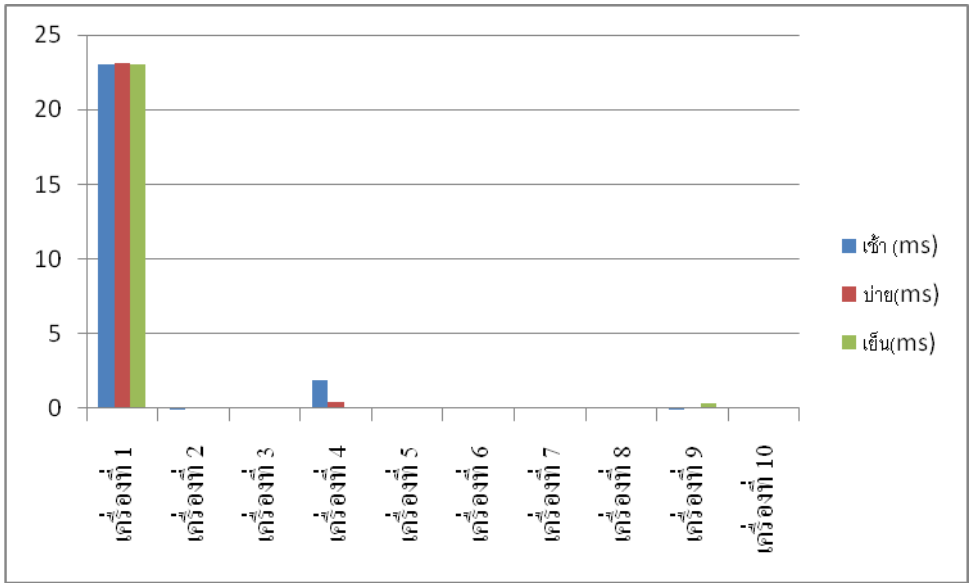
(1) จับเวลาที่ระบบที่พัฒนาขั้นใช้ในการร้องขอข้อมูลจากฐานข้อมูลแล้วนำมาแสดงผล

(2) จับเวลาที่ระบบใช้ในการบันทึกข้อมูลลงฐานข้อมูลแล้วแสดงข้อความยืนยันการทำงานสำเร็จ

เนื่องจากช่วงเวลาต่าง ๆ ของวันมีผลต่อการใช้งานอินทราเน็ต ดังนั้นจึงผู้วิจัยจึงต้องทำการทดลองในหลายช่วงเวลาโดยบันทึกเวลาการทำงานของโปรแกรมในช่วงเช้า(08.30 – 1200) บ่าย (12.00 – 16.30) ช่วงเย็น (16.30-20.00) ช่วงเวลาละ 30 ครั้ง แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยของเวลาตอบกลับของการร้องขอข้อมูลและการบันทึกข้อมูล

	เช้า (ms)	บ่าย(ms)	เย็น(ms)	ค่าเฉลี่ย
เครื่องที่ 1	23.03	23.13	23.06	23.07333333
เครื่องที่ 2	0.03	0.00	0.00	0.01
เครื่องที่ 3	0.00	-	-	0.00
เครื่องที่ 4	1.93	0.46	-	1.195
เครื่องที่ 5	0.00	-	-	0
เครื่องที่ 6	-	-	-	
เครื่องที่ 7	0.00	-	-	0
เครื่องที่ 8	-	0.00	-	0
เครื่องที่ 9	0.03	0.00	0.38	0.136666667
เครื่องที่ 10	0.00	-	-	0
ค่าเฉลี่ย	3.1275	4.718	7.813333333	2.712777778

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยของเวลาตอบกลับ



ภาพที่ 10 การทำงานของโปรแกรมโดยแบ่งเป็นช่วงเวลา

จากการทดสอบระบบรายงานเครื่องคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์ ระบบสามารถตรวจสอบสถานะเครื่องคอมพิวเตอร์ได้จริง และเมื่อร้องขอข้อมูลโปรแกรมก็ใช้เวลาตอบกลับเฉลี่ยไม่เกิน 5 วินาที ซึ่งเป็นเวลาที่ผู้ใช้ระบบยอมรับได้ เหตุการณ์ที่เวลาตอบไม่เท่ากันเกิดจากความหนาแน่นของเครือข่ายอินทราเน็ตและระยะทาง และเมื่อผู้ใช้ได้ใช้งานระบบนี้ทำให้การตรวจสอบข้อมูลเร็วกว่าการใช้งานระบบแบบเดิม

สรุป

จากการทดสอบการทำงานระบบสามารถตรวจสอบคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์ที่เปิดใช้งานได้จริง ผู้วิจัยวิเคราะห์เวลาการใช้งานของระบบ จากการทดสอบระบบ พบว่าระบบทำการวิเคราะห์เครื่องคอมพิวเตอร์จำนวน 10 เครื่อง ได้ใช้เวลาเฉลี่ยไม่เกิน 5 วินาที ดังนั้นระบบรายงานเครื่องคอมพิวเตอร์ครุภัณฑ์นี้บรรลุวัตถุประสงค์

เอกสารอ้างอิง

บริษัท ไอบีเอ็ม ประเทศไทย จำกัด. (2560). TCP/IP Protocol สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562, จาก : https://www.ibm.com/

ธัญพิรสิษฐ์ อัศวเดช. (2559). ระบบตรวจสอบอุปกรณ์เครือข่าย กรณีศึกษาบริษัท วินเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมเครือข่าย คณะวิทยาการและเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.

ปฏิพัทธ์ พุกตา. (2555). ระบบตรวจสอบและแจ้งเตือนคุณลักษณะของเครื่องคอมพิวเตอร์ผ่านเซอร์วิส WMI. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมเครือข่าย คณะวิทยาการและเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.

กลยุทธิดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

Digital Lifestyle Banking Strategy That Affects Decision Making to use K PLUS Application of consumer in Bangkok Metropolitan Region

นางสาววรดา ต่อวัฒนกิตติกุล
Worada Torwatthanakittikul
สาขาการตลาดดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Business Administration, Digital Marketing, Bangkok University
อาจารย์ที่ปรึกษา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิประภา พันธนาเสรี
Asst.Prof. Sasiprapa Phanthanasaewee, Ph.D.
อาจารย์ณัฐวรรธน์ ศรีสุข
Nuttawat Srisuk
อีเมล์ : worada.torw@bumail.net

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ต่อกลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ของธนาคารกสิกรไทย 2) ศึกษาถึงการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งาน 3) วิเคราะห์ถึงความมีอิทธิพลของกลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งาน โดยเก็บข้อมูลมจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 400 คน และใช้สถิติพรรณา รวมถึง สถิติเชิงอนุมานสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) เป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20-24 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 20,001 บาท โดยมีการใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) แต่ละครั้งไม่เกิน 15 นาที ธุรกรรมที่ใช้งานเป็นประจำ คือ การโอนเงินไปบัญชีธนาคารกสิกรไทยและต่างธนาคาร และยังพบว่าผู้ใช้งานเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่า แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) สามารถตอบทุกความต้องการได้ทุกที่ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere) และสามารถสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าได้ (Embedded Trust) นอกจากนั้น ยังเห็นด้วยในระดับมากว่าแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ให้บริการมากกว่าความเป็นธนาคาร (Beyond Banking) และเมื่อพิจารณาถึง

ความคิดเห็นต่อการเลือกใช้งาน พบว่า ผู้ใช้งานเห็นด้วยมากที่สุดว่าแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) จะเป็นหนึ่งในทางเลือกที่นึกถึงเสมอเมื่อต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน รองลงมา คือ การมีรูปแบบการให้บริการที่ครบครัน และจะแนะนำแอปพลิเคชั่นเคพลัสให้ผู้อื่นได้ใช้งานต่อไป ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ในภาพรวมมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และเมื่อศึกษารายปัจจัย พบว่า การตอบทุกความต้องการได้ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere) และความไว้วางใจของลูกค้า (Embedded Trust) มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ในขณะที่ให้บริการที่มากกว่าความเป็นธนาคาร (Beyond Banking) ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง, การตอบทุกความต้องการได้ทุกเวลา, ความไว้วางใจของลูกค้า, การให้บริการมากกว่าความเป็นธนาคาร, แอปพลิเคชั่นเคพลัส, การเลือกใช้แแอปพลิเคชั่น

Abstract

The objective of this research is to 1) study the opinions of users of K PLUS applications toward the Digital Lifestyle Banking strategy of Kasikorn Bank. 2) Pattern of decision making to use K PLUS Application 3) Analyze the influence of the Digital Lifestyle Banking strategy that affects the selection of using the K PLUS application. The questionnaire was used as a tool to collect the respondents' data. The 400 respondents were client of K PLUS Application in Bangkok Metropolitan Region. The respondent's data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation and inferential statistics for analyzing the relationship between variables.

The study found that most respondents who use the K PLUS application are female aged between 20-24 years old, they are university students and earned income lower than 20,001 baht. The usage was between 1-15 minutes and fund transferring between Kbank and the others was the most often usage of K-plus financial transactions. The respondents extremely agreed with Digital lifestyle banking strategy which include, 1) responding their financial service needs at everywhere and anytime (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere), customers trusted in K-plus and were also extremely agreed with the Beyond

banking service of K-plus. 2) The respondents extremely agreed that every decision making of financial transections, K-plus would always be one of their choices. And they agreed that K-Plus application provides a full range of services and would recommended K-Plus application to their friends, family or acquaintances to use it, respectively. 3) The hypothesis test revealed that Digital Lifestyle Banking Strategy influenced the decision making to use K-PLUS Application Limited in Bangkok Metropolitan Region in term of Responding every financial need at everywhere and any time and customers embedded trust, with application with a statistical significance of 0.05.

Keyword: Digital Lifestyle Banking Strategy, Answering to every need at any time, Embedded Trust, Beyond Banking, K PLUS Application, Decision-making.

บทนำ

จากอัตราการเติบโตของการใช้บริการโมบายแบงค์กิ้งในประเทศไทย พบว่า ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2561 มีจำนวนจำนวนบัญชีผู้ใช้งานอยู่ที่ 37,973,421 บัญชี เพิ่มขึ้น 44.26% และในส่วนของการทำธุรกรรมมีจำนวนสูงถึง 575,376,000 รายการ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนในช่วงเวลาเดียวกันถึง 124.94% และมูลค่าการชำระเงิน 3,641 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 84% (BLT BANGKOK,2561) จึงเป็นหนึ่งในสาเหตุสำคัญที่ทำให้สถาบันการเงินและธนาคารต่างหันมาให้ความสนใจกับการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ในรูปแบบแอปพลิเคชั่น เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในเรื่องของการทำธุรกรรมทางการเงิน ในปัจจุบันมี 3 แอปพลิเคชั่นของธนาคารที่มีจำนวนผู้ใช้มากที่สุด ได้แก่ แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของธนาคารกสิกรไทยที่มีผู้ใช้งานเป็นอับดับที่ 1 ด้วยจำนวนผู้ใช้งาน 9.4 ล้านคน (จดหมายข่าวธนาคารกสิกรไทย,2561) โดยแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ให้ความสำคัญกับการใช้กลยุทธ์ภายใต้แนวคิดดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้งที่มุ่งเน้นการให้บริการที่มากกว่าความเป็นธนาคาร มุ่งเน้นการสร้างความไว้วางใจและให้ความสำคัญกับการตอบโจทย์ความต้องการได้ทุกที่ทุกเวลาของลูกค้า ลำดับต่อมา คือ แอปพลิเคชั่น SCB EASY จากธนาคารไทยพาณิชย์ ที่มีจำนวนผู้ใช้ 8 ล้านราย ซึ่งแอปพลิเคชั่น SCB EASY ให้ความสำคัญกับการเป็น Moment Banking พร้อมการสื่อสารอรรถประโยชน์จากการใช้งานต่างๆ โดยเฉพาะรูปแบบการใช้งานที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องและเป็นประโยชน์กับแต่ละสถานการณ์ในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เพื่อตอกย้ำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้มากขึ้น (Blongnone,2561) และแอปพลิเคชั่น Krungthai NEXT จากธนาคารกรุงไทย ที่มีจำนวนผู้ใช้ 4 ล้านราย ภายใต้แนวคิด “ชีวิตครบ แอปเดียวอยู่” ซึ่งมีรูปแบบการใช้งานพิเศษที่แตกต่างจากคู่แข่งทางด้านการรับซื้อและจองสลากกินแบ่งรัฐบาลล่วงหน้าได้ รวมถึง ระบบ Money Connect by Krungthai ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานได้รับการบริการรับจองซื้อหลักทรัพย์ออนไลน์ รวมถึง “กรุงไทย NEXT” ที่ผู้ใช้งานสามารถซื้อ

แพ็กเกจท่องเที่ยวเมืองรอง พร้อมรับใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นการลดหย่อนภาษีได้อีกด้วย (DROIDSANS,2562)

นอกจากนั้น ทางคณะวิจัยยังได้ทำการศึกษาถึงงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องจึงได้พบว่า งานวิจัยบางส่วนได้มุ่งเน้นศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking เป็นหลักไม่ว่าจะเป็นทางด้านเนื้อหา (Content) ที่ควรเน้นให้ความรู้ การช่วยเหลือสังคม สิทธิประโยชน์ (วิทูรณ์ ชมชายผล, 2559) และการอำนวยความสะดวก รวมถึง ประโยชน์ทางด้านต่างๆ ทั้งทางด้านความง่ายต่อการใช้งานและความปลอดภัย การทำรายการต่างๆ ได้ทุกที่ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมงมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ รวมทั้งใช้บริการจากทางอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ของธนาคารได้ตลอดจน มีอัตราค่าธรรมเนียมการไม่สูงเกินไป (เกศวิทู ทิพยศ, 2557) นอกจากนี้ในเรื่องของการยอมรับนวัตกรรมนั้นในเรื่องของเงินเดือน อายุ เพศ การศึกษา ไม่ได้มีผลทำให้การยอมรับนวัตกรรมแตกต่างกัน ซึ่งความคาดหวังจากการใช้งาน การรับรู้ ความง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีในการใช้งานนวัตกรรม (ปวิตรา สอนดี, 2561) และปัจจัยที่ผู้ใช้บริการคาดหวังจากการใช้บริการคือ ระบบความปลอดภัย การเก็บรักษาความลับของลูกค้า และการให้บริการของพนักงาน (นรศิลป์ ชูชื่น รฐา คุณาสุภัคกุล และ พรทิพย์ ชุ่มเมืองปัก, 2560) ซึ่งจากข้อค้นพบดังกล่าวทั้งในแง่ของสถานการณ์ทางธุรกิจและช่องว่างทางการวิจัย จึงเป็นที่มาของปัญหาในการวิจัยว่า กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้งของธนาคารกสิกรไทยส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานหรือไม่ อีกทั้ง เพื่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชั่นทางธุรกรรมการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้คือ

1. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของของผู้ใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อกลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สต์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ของธนาคารกสิกรไทย
2. เพื่อศึกษาถึงการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาความมีอิทธิพลของกลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking)

แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของธนาคารกสิกรไทย ดำเนินงานภายใต้แนวคิดหรือกลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ที่ตอบทุกด้านของชีวิตด้วยดิจิทัล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นย่อย ได้แก่

1. การให้บริการที่มากกว่าความเป็นธนาคาร (Beyond Banking) เนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันและพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ธนาคารกสิกรไทยจึงให้ความสำคัญกับการลงทุนและพัฒนาทั้งทางด้าน Blockchain, Payment Security, Machine Learning, Chatbots และ AI & Robo Advisors โดยนำมาประยุกต์ใช้กับระบบการชำระเงิน/โอนเงิน (Payments/Transfers) การลงทุน (Investments) และการให้สินเชื่อและเงินทุน (Lending & Financing) ของลูกค้า (“กสิกรไทยประกาศยุทธศาสตร์,” 2560)

2. การสร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า (Embedded Trust) ผ่านมิติของคุณภาพการบริการที่ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) โดยประยุกต์ใช้แนวคิดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) (Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1991; Lovelock, 1996)

3. สามารถตอบสนองความต้องการได้ทุกที่ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere) โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการทำการตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Marketing) ที่นิยมใช้มาตรวัดลักษณะทางจิตนิสัย (Psychographics) ในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (Activities Interest and Opinions : AIOs) ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) (Well and Tigert, 1971; ดารา ทีปะปาล, 2546, น.169; อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2543, น.261, อ้างถึงใน ณัฐรัฐ พรหมคำ, 2558, น.21)

ทฤษฎีการเลือกใช้แอปพลิเคชั่น

คณะวิจัยประยุกต์ใช้กระบวนการตัดสินใจซื้อหรือใช้ของผู้บริโภคที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และพฤติกรรมหลังการใช้บริการ (Postpurchase Behavior) มาสร้างเป็นเครื่องมือวัดของการวิจัยในครั้งนี้ (Kotler and Keller, 2016)

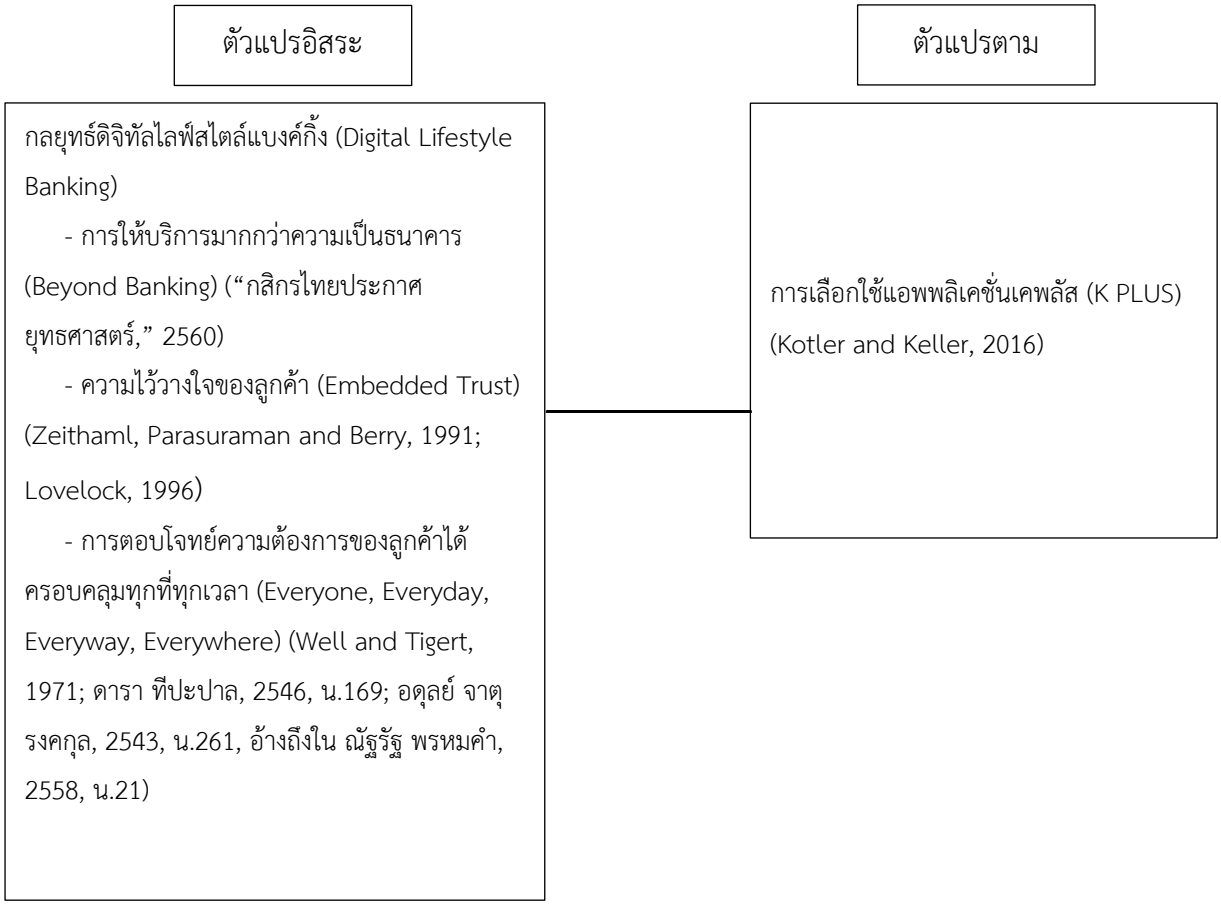
วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้ใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ทุกคน ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 9.4 ล้านราย (จดหมายข่าวธนาคารกสิกรไทย, 2561) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยการกำหนดจำนวนตัวอย่างดังกล่าวมาจากการเปิดตาราง Yamane (1967)

คณะวิจัยลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยทำการคัดเลือกสาขาที่จัดว่าเป็นสำนักงานใหญ่ของทางธนาคารกสิกรไทย ประกอบด้วย 4 สำนักงานใหญ่ คือ สำนักงานใหญ่ราษฎร์บูรณะ อาคารพหลโยธิน อาคารแจ้งวัฒนะ และ อาคาร KBTG ก่อน (จำนวนสาขาละ 100 คน) และจึงใช้รูปแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการเลือกสอบถามเฉพาะผู้ที่ใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) เท่านั้นมาเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 2.1 : ความมีอิทธิพลระหว่างกลยุทธิดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) กับการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล



เครื่องมือในการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามเพื่อสอบถามข้อมูลในประเด็นต่างๆ ประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้งานฟังก์ชันในแอปพลิเคชั่นเคพลัส ได้แก่ ระยะเวลาของการดาวน์โหลดแอปพลิเคชั่น ความถี่ในการใช้ ประเภทอุปกรณ์เชื่อมต่อ ผู้แนะนำ ช่วงเวลาในการใช้งาน ระยะเวลาในการใช้งานต่อครั้ง สาเหตุที่ใช้บริการ ธุรกรรมที่ใช้งานเป็นประจำ โดยมีลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบและมีลักษณะมาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของผู้ใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ที่มีต่อกลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้งของธนาคารกสิกรไทย ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดและใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) และส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบเครื่องมือ

ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ค อัลฟ่า (Cronbach’s Alpha Coefficient) ของทุกตัวแปร มากกว่า 0.7 ในทุกประเด็นของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม จึงสรุปได้ว่าเครื่องมือของการวิจัยในครั้งนี้อยู่ในเกณฑ์น่าเชื่อถือ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

คณะวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้ คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้บรรยายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป คุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ได้แก่ ช่วงเวลาในการใช้งาน ระยะเวลาการใช้งาน รูปแบบการใช้งาน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ มูลค่าในการใช้บริการต่อครั้ง รวมถึงข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้งของธนาคารกสิกรไทยและการเลือกใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. สถิติเชิงอนุมานสำหรับการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์หาความมีอิทธิพลของตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้งของธนาคารกสิกรไทยในภาพรวมและรายปัจจัยย่อยกับการเลือกใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้การวิเคราะห์ทั้งในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรีเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20- 24 ปี สถานภาพโสด มีรายได้ต่ำกว่า 20,001 บาท

พฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) พบว่า ระยะเวลาในการเป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) คือ 1 ปี มีความถี่ในการใช้งานเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นหลักและเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ด้วยตนเอง มีช่วงเวลาในการใช้งานระหว่าง 16.01 - 18.00 น. และแต่ละครั้งใช้งานเฉลี่ยไม่เกิน 15 นาที ซึ่งเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) คือ ความสะดวกและรวดเร็วและธุรกรรมที่ใช้งานเป็นประจำ คือ โอนเงินไปบัญชีธนาคารกสิกรไทยและต่างธนาคาร

ความคิดเห็นของผู้ใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ที่มีต่อกลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ของธนาคารกสิกรไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่าแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) สามารถตอบสนองทุกความต้องการได้ทุกที่ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere) และสามารถสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า (Embedded Trust) รวมถึง เห็นด้วยในระดับมากว่าแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) มีการให้บริการที่มากกว่าความเป็นธนาคาร (Beyond Banking)

การเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่าแอปพลิเคชั่นเคพลัสจะเป็นหนึ่งในแอปพลิเคชั่นของการทำธุรกรรมทางการเงินที่จะนึกถึง มีการให้บริการที่ครบครัน เช่น ฝาก โอน ถอนและจะแนะนำแอปพลิเคชั่นเคพลัสให้ผู้อื่นใช้งานต่อไป

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 : แสดงข้อมูลความมีอิทธิพลของกลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้งในภาพรวม (Digital Lifestyle Banking) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	T	Sig
ค่าคงที่	0.641		4.757	0.000
กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking)	0.846	0.797	26.369	0.000

R^2 = .636, Adjusted R^2 = .635, F = 695.319, $p < 0.05$

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า Adjusted R^2 มีค่าเท่ากับ 0.635 ซึ่งหมายความว่า ค่าการเปลี่ยนแปลงของกลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส(K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ 63.5% แสดงว่ากลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1 กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีค่า Sig อยู่ที่ .000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.797 ซึ่งหมายความว่า กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) นั้นส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กล่าวคือ หากมีการใช้กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) มากขึ้น 1 หน่วยจะส่งผลให้มีการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) เพิ่มขึ้น 0.79 หน่วย

ตารางที่ 2 : แสดงข้อมูลความมีอิทธิพลของกลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ในรายปัจจัยย่อย ประกอบด้วย การให้บริการมากกว่าความเป็นธนาคาร (Beyond Banking), การทำให้ลูกค้าไว้วางใจ (Embedded Trust) และการตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมทุกที่ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	T	Sig
ค่าคงที่	0.693		5.283	0.000
การให้บริการมากกว่าความเป็นธนาคาร (Beyond Banking)	0.095	0.095	1.770	0.078
การทำให้ลูกค้าไว้วางใจ (Embedded Trust)	0.216	0.219	4.268	0.000
การตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมทุกที่ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere)	0.526	0.549	10.632	0.000

R^2 = .659, Adjusted R^2 = .656, F =254.788, $p < 0.05$

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า Adjusted R^2 มีค่าเท่ากับ 0.656 ซึ่งหมายความว่า ค่าการเปลี่ยนแปลงของการให้บริการมากกว่าความเป็นธนาคาร (Beyond Banking) การทำให้ลูกค้าไว้วางใจ (Embedded Trust) และการตอบทุกความต้องการของลูกค้าได้ทุกที่ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ 65.6% โดยเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยแต่ละด้านแล้ว พบว่า

สมมติฐานที่ 1.1 : การให้บริการมากกว่าความเป็นธนาคาร (Beyond Banking) นั้นมีค่า Sig อยู่ที่ 0.078 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า การให้บริการมากกว่าความเป็นธนาคาร (Beyond Banking) ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 : การทำให้ลูกค้าไว้วางใจ (Embedded Trust) นั้นมีค่า Sig อยู่ที่ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า การทำให้ลูกค้าไว้วางใจ (Embedded Trust) มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Beta เท่า กับ 0.219 ซึ่งหมายความว่า การทำให้ลูกค้าไว้วางใจ (Embedded Trust) นั้นส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) โดยหากมีการใช้กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) มากขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้เลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) เพิ่มขึ้น 0.219 หน่วย

สมมติฐานที่ 1.3 : การตอบทุกความต้องการได้ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere) นั้นมีค่า Sig อยู่ที่ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า การตอบทุกความต้องการได้ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere) มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.549 ซึ่งหมายความว่า การตอบทุกความต้องการได้ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere) นั้นส่งผลในเชิงบวกต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) โดยหากมีการใช้กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) มากขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้เลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) เพิ่มขึ้น 0.549 หน่วย

การอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการกลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้งในภาพรวม (Digital Lifestyle Banking) ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งนี้ เนื่องจากแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ได้ส่งมอบคุณค่าที่แสดงให้เห็นถึงการให้บริการที่มากกว่าความเป็นธนาคาร มีการนำเทคโนโลยีทางด้านความปลอดภัยมาใช้อย่างเป็นรูปธรรม ให้ความสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า มีการออกแบบแอปพลิเคชั่นให้มีความสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน อีกทั้ง ยังสามารถตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวกับการเงินได้ทุกที่ทุกเวลา จึงส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นจนนำมาซึ่งการเลือกใช้ได้ในที่สุด ซึ่งผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัญญาพัท์ จงทวี (2558) และ เกศวิทู ทิพยศ (2557) ที่ได้ค้นพบว่าปัจจัยทางด้านการอำนวยความสะดวก ด้านประโยชน์และความง่ายของการใช้งาน และด้านความปลอดภัยส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking และการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ในเขตกรุงเทพมหานคร

การให้บริการที่มากกว่าความเป็นธนาคาร (Beyond Banking) ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งนี้ อาจเป็นผลมาจากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,001 บาทและมีการใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินพื้นฐาน เช่น การโอนเงิน การชำระเงินค่าซื้อสินค้าและรับเงินค่าซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์เป็นหลักเท่านั้น จึงอาจจะแสดงให้เห็นได้ว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้มีเป้าหมายในการใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ไปที่กิจกรรมส่วนอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสินเชื่อ การลงทุนหรือการหาข้อมูลส่วนอื่นๆ ตามแนวคิดการให้บริการที่มากกว่าความเป็นธนาคารที่ทางธนาคารกสิกรไทยได้วางแนวทางไว้ด้วยการให้ความสำคัญกับการมีเทคโนโลยีที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนเพื่อประกอบการตัดสินใจในเรื่องการขอสินเชื่อ การลงทุนที่สามารถช่วยวิเคราะห์การลงทุนที่เหมาะสมกับผู้บริโภค และยังช่วยทำให้ผู้บริโภครู้สึกเป็นส่วนตัว เพราะสามารถทำธุรกรรมสินเชื่อได้ด้วยตนเอง ซึ่งไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ วรรณพร หวลมานพ (2558) ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีรายได้ที่อยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท เลือกใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงค์กิ้งเพียงแค่การทำธุรกรรมทางการเงินขั้นพื้นฐานเท่านั้น ซึ่งแตกต่างจากผู้มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ที่เริ่มมีความสนใจในการทำธุรกรรมทางการเงินที่นอกเหนือจากการทำธุรกรรมพื้นฐาน

ความไว้วางใจของลูกค้า (Embedded Trust) ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารที่มีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ทางด้านความทันสมัยด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี มีระบบการให้บริการที่มีมาตรฐานและปลอดภัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจน แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) เองก็มีการออกแบบให้มีการใช้งานง่าย มีความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการทางการเงิน มีการนำเสนอและรวมข้อมูลตามกลุ่มหรือประเภทการให้บริการอย่างชัดเจน มีการประมวลผลที่แม่นยำ จนทำให้ผู้ใช้งานเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจจึงส่งผลให้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) กลายเป็นแอปพลิเคชั่นที่มี

จำนวนผู้ใช้งานมากที่สุดทางด้านธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต (นรศิลป์ ชูชื่น รฐา คุณาสุภัคกุล และพรทิพย์ ชุ่มเมืองปัก, 2560; ณัฐยา หัตถาพันธ์, 2559) ที่ค้นพบว่า ระบบความปลอดภัย การเก็บรักษาความลับของลูกค้าและการให้บริการของพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ใช้บริการ KTB NETBANK และ K - CYBER BANKING/ K - MOBILE BANKING PLUS คาดหวังจากการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

การตอบสนองความต้องการได้ทุกที่ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere) ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ตอบแบบสอบถามเล็งเห็นว่าคุณสมบัติหลักของแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) สามารถตอบโจทย์และมีความสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นทางด้านความง่ายของการใช้งาน ความหลากหลายของรูปแบบการทำธุรกรรมทางเงิน ความสามารถในการใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา รวมถึง มีการสร้างและนำเสนอเนื้อหา (Content) ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการและมีการสื่อสารถึงคุณค่าและอรรถประโยชน์ของแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ถึงผู้ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทยผ่านทางช่องทางออฟไลน์และออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ จนทำให้ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารกสิการไทยเกิดการรับรู้และเลือกใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ในที่สุด ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต (สุรีย์พร เหมืองหลิ่ง, 2561; วรรณพร หวลมานพ, 2558; วิทูรณ์ ชมชายผล, 2559) ที่พบว่า คุณสมบัติทางด้านความน่าเชื่อมั่นในการให้บริการทางการเงิน ความหลากหลายของการให้บริการ ความสามารถในการใช้งานง่าย ความสามารถในการตอบสนองการใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา ตลอดจน มีการสื่อสาร ด้วยการให้ความรู้ การช่วยเหลือสังคมและมอบสิทธิประโยชน์ผ่านรูปแบบการตลาดดิจิทัลสามารถทำให้ผู้ใช้งานเกิดความผูกพันต่อแอปพลิเคชั่นและผู้ให้บริการทางการเงิน

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลไปใช้

ธุรกิจที่ดำเนินการเกี่ยวกับแอปพลิเคชั่นสำหรับการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงิน สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี

1. การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชั่นการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินนั้น ควรมีลักษณะที่เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทในสังคม โดยการนำเสนอการให้บริการทางธุรกรรมการเงินที่หลากหลายและสอดคล้องตามลักษณะกิจกรรม ความชอบและความสนใจของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่ม เช่น การสร้างระบบการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่าน Mobile Banking ที่ช่วยอำนวยความสะดวกเรื่องของการทำธุรกรรมทางการเงิน สร้างความไว้วางใจและใช้งานง่ายที่ตอบสนองความต้องการได้ทุกที่ทุกเวลาเหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีการเลือกและสั่งซื้อซื้อสินค้าจากช่องทางอีคอมเมิร์ชผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

2. แอปพลิเคชั่นสำหรับการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินควรให้ความสำคัญกับการออกแบบหน้าการใช้งานให้ง่ายต่อการใช้งาน เช่น มีการรวมข้อมูลตามกลุ่มหรือประเภทของธุรกรรม การมีคำศัพท์กำกับเพื่อให้เข้าใจง่าย รวมถึง ควรสร้างความเชื่อมั่นในระบบการให้บริการทางการเงินของแอปพลิเคชันที่สามารถประมวลผลได้อย่างแม่นยำ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจและไว้วางใจในการใช้แอปพลิเคชั่น
3. ธนาคารและสถาบันการเงินควรมีการออกแบบและสร้างสรรค์แอปพลิเคชั่นให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere) โดยให้ความสำคัญกับคุณสมบัติหลักของแอปพลิเคชั่นเคพลัสที่ตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่ม รวมถึงนำเสนอรูปแบบการใช้งานที่หลากหลายกับกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นของผู้ใช้งานแต่ละคน ตลอดจน ควรทำการปรับหน้าการใช้งานหรือสีของแอปพลิเคชั่นให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ของท่าน นอกจากนั้น ควรทำให้แอปพลิเคชั่นสามารถให้บริการได้มากกว่าการฝาก โอน ถอน โดยมุ่งเน้นนำเสนอรูปแบบที่จะทำให้ชีวิตของผู้ใช้งานง่ายขึ้น ตลอดจน ควรมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในระบบการทำสินเชื่อ การมีเทคโนโลยีอย่าง Face/Touch ID เพื่อการรักษาความปลอดภัยในข้อมูลและทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงความเป็นส่วนตัว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายผลต่อไปในทัศนะที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายปรากฏการณ์และปัญหาทางด้านการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) หรือปัญหาอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเฉพาะในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้นในอนาคตควรมีการทำการศึกษาในพื้นที่อื่นๆ ซึ่งผู้ใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) อาจจะมีความคิดหรือรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน จึงอาจส่งผลให้สามารถทำความเข้าใจผู้ใช้งานได้ดียิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ต่อไป
2. งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นศึกษาไปที่กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) เท่านั้น ซึ่งธนาคารกสิกรไทยได้พัฒนา 4 แอปพลิเคชั่นสำคัญ ได้แก่ 1) เค พลัส (K PLUS) 2) เค พลัส ช็อป (K PLUS SHOP) 3) เค พลัส เอสเอ็มอี (K PLUS SME) และ 4) พรวนฝัน (Pruanfun) เพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้บริการภายใต้กลยุทธ์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบงค์กิ้ง (Digital Lifestyle Banking) ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตสามารถขยายขอบเขตของกลุ่มผู้ใช้งานไปยังแอปพลิเคชั่นอื่นๆ ของธนาคารกสิกรไทยได้ต่อไป
3. จากข้อค้นพบของงานวิจัยนี้ที่แสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางด้านการให้บริการที่มากกว่าความเป็นธนาคาร (Be yond Banking) ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) ของผู้ใช้งานกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,001 บาท ที่

ส่วนใหญ่ใช้งานแอปพลิเคชั่นเคพลัส (K PLUS) เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินพื้นฐาน เช่น การโอนเงิน การชำระเงินค่าซื้อสินค้าและรับเงินค่าซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์เป็นหลักเท่านั้น ทางคณะวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าในอนาคตควรทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่จัดว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักทางด้านสินเชื่อและการลงทุนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

วิทยานิพนธ์

วิทูรณ์ ชมชายผล (2559).**"การสื่อสารการตลาดดิจิทัล "เพื่อสร้างความผูกพัน กรณีศึกษาธนาคารกสิกรไทย.** (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล.

ศุภิสรา คุณรัตน์. (2561).**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอพพลิเคชั่น Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

จักรพงษ์ ลีลาธนาคีรี. (2559). **ปัยจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

วรวุฒิ มีชัย. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ.

ปวิตรา สอนดี. (2560). **การยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงค์กิ้ง แอพพลิเคชั่น ของกลุ่มผู้ใช้งาน ที่มีอายุ 40-60ปี**. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต.

จันทิรา แซ่เตียว. (2559). **พฤติกรรมการเลือกใช้แอพพลิเคชั่นบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนสำหรับวัยกลางคน.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ.

ชัญญาพัทธ์ จงทวี. (2558). **ปัยจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

ปัณณวิชญ์ พยุหวรรธนะ. (2559). **แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

สุรีย์พร เหมืองหลิ่ง. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

เกศวิทู. (2557). **ปัจจัยที่มีอิทธิผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษาธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน).** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเนชั่น, บริหารธุรกิจบัณฑิต.

นัฐพล รักษา. (2561). **การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, คณะเศรษฐศาสตร์.

วรรณพร หวลมานพ. (2558). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอพพลิเคชั่นเคโมบายแบงค์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ธนาคารกสิกรไทย. 2016. **ค้นหาสาขาและจุดให้บริการ**. ค้นหาเมื่อ 16 กันยายน 2562. https://kasikornbank.com/th/contact

Impression. 2018. 5 **มิติคุณภาพบริการ.** ค้นหาเมื่อ 20 กันยายน 2562. http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/1488-5-มิติคุณภาพบริการ.html

ธนาคารกสิกรไทย. 2560. **กสิกรไทยประกาศยุทธศาสตร์ การเป็นแพลตฟอร์มอันดับหนึ่งตอบโจทย์ทุกด้านของลูกค้า.** ค้นหาเมื่อ 22 กันยายน 2562. https://www.kasikornbank.com/th/News/Pages/KASIKORNBANK_2018.aspx

DROIDSANS. 2019. **คนไทยขึ้นแท่นแชมป์โลก สัดส่วนผู้ใช้บริการ Mobile Banking สูงสุด 74% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ.** ค้นหาเมื่อ 9 ตุลาคม 2562. https://droidsans.com/thailand-mobile-banking-2019-to-cashless-society/

Marketeer. 2018. **SCB Easy – K-Plus – กรุงไทย NEXT เกมนี้ต้องต่าง.** ค้นหาเมื่อ 11 ตุลาคม 2562. https://marketeeronline.co/archives/79166

Blognone. 2018. **กสิกร แถลงตัวเลขผู้ใช้ K PLUS 9.4 ล้านรายแล้ว คิดเป็น 61% ของลูกค้า ยอดทำรายการเติบโต 58%.** ค้นหาเมื่อ 24 ตุลาคม 2562. https://www.blognone.com/node/105762

ธนาคารออมสิน. 2559. **Fintech กับบทบาทสถานบันการเงินในยุด Digital.** ค้นหาเมื่อ 25 ตุลาคม 2562. https://www.gsb.or.th/getattachment/eaab8bae-4abb-400f-9f8be683fd69de0e/3IN_hotissue_fintech_detail.aspx

HoonSmart. 2561.**K PLUS เวอร์ชั่นใหม่ใช้ AI เรียนรู้ลูกค้า หวังให้บริการตรงใจ.** ค้นหาเมื่อ 26 ตุลาคม 2562. https://www.hoonsmart.com/archives/29033

GREEDISGOODS. 2560. **SERQUAL MODEL สำคัญต่อธุรกิจบริการอย่างไร.** ค้นหาเมื่อ 26 ตุลาคม 2562. https://greedisgoods.com/servqual-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD/

ภูมิปัญญาครูดนตรีไทย ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์

Thai music master's wisdom : Kru Woraphong Pumpruk

กนกวรรณ สำอางผิว*, สาริศา ประทีปช่วง** และดุษฎี มีป้อม***

Kanokwan Samarngphie*, Sarisa Prateepchuang** & Dussadee Meepom***

สาขาดุริยางคศิลป์ไทย โครงการบัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์*

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก** และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม***

Department of Thai Music, Faculty of music drama, Bunditpatanasilpa Institute, Bankkok*

อีเมลล์ : kanok4027@gmail.com

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาประวัติและผลงานของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ และเพื่อศึกษาภูมิปัญญาดนตรีไทยของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ โดยรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์บุคคล ผลการวิจัยพบว่า 1. ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ เกิดเมื่อวันที่ 16 เมษายน พ.ศ.2505 ชื่อเล่น ฉ่ง เป็นชาวอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปัจจุบันปฏิบัติงานตำแหน่งเจ้าหน้าที่การตลาด สหกรณ์การเกษตรอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปิดบ้านเป็นศูนย์การเรียนดนตรีไทยร่วมกับวิทยาลัยสารพัดช่างพระนครศรีอยุธยา โครงการความร่วมมือจัดตั้งศูนย์การเรียนดนตรีไทย ได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้านดนตรีไทยจากครูสุวรรณ ทับทิมเจือ ครูมนู โป๊สุวรรณ และครูศิวศิษฏ์ นิลสุวรรณ ได้รับเชิญเป็นครูภูมิปัญญาดนตรีไทยให้กับสถาบันการศึกษาต่างๆ มีผลงานการฝึกซ้อมนักเรียนประกวดและได้รับรางวัลระดับประเทศ 2. ภูมิปัญญาดนตรีไทยด้านการฝึกซ้อมนักเรียนสู่การประกวดของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ ประกอบด้วย 1) ภูมิปัญญาดนตรีไทยที่ใช้ในการฝึกซ้อมนักเรียนสู่การประกวดด้านครูผู้สอน 11 ประการ 2) ภูมิปัญญาดนตรีไทยที่ใช้ในการฝึกซ้อมนักเรียนสู่การประกวดด้านผู้เรียน 6 ประการ โดยอยู่บนพื้นฐานขององค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ครูผู้สอน ผู้ปกครอง และผู้เรียน เน้นหลักวิธีการปฏิบัติที่ต้องอาศัยระยะเวลา มีการจัดลำดับเพื่อพัฒนาทักษะอย่างเป็นขั้นตอน เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์และความกล้าแสดงออก การชมเชยเสริมสร้างขวัญกำลังใจ ความมั่นใจ และความมีวินัยเพื่อให้บรรลุประสงค์ตามเป้าหมาย

คำสำคัญ : ภูมิปัญญาครูดนตรีไทย / ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์

Abstract

This thesis has objectives to study the history and work of Teacher Woraphong Poompruk and to study Thai music wisdom of teacher Woraphong Poompruk by collecting data from research Related documents and personal interviews. The results of the research are as follows: 1. Teacher Woraphong Poompruek was born on April 16, 1962. His nickname is Chong from Phra Nakhon Si Ayutthaya District. Phra Nakhon Si Ayutthaya. Currently working as a marketing officer Sena District Agriculture Cooperative Limited Phra Nakhon Si Ayutthaya. Open house as a center for learning Thai music with the Phra Nakhon Si Ayutthaya Polytechnic College Cooperation in establishing the Thai music learning center project. Received transfer of knowledge in Thai music from Teacher Suwan Tabtimjuea, Teacher Manu Posuwan and Teacher Siwasit Nilsuwan. Invited to be a teacher of Thai musical wisdom for various educational institutions. There are workshops, student rehearsals, contests, and national awards. 2. Thai music wisdom in practicing students to the teacher contest of Woraphong Phoompruk. 1) Thai music wisdom used in rehearsing students for the teachers 11 things. 2) Thai music wisdom used in rehearsing students to the 6 things based on 3 parts .Teachers, parents and students. Emphasize the principles of practice that require time. There are grading to improve skills step by step. Reinforce creativity and imagination. Compliment for strengthening morale and confidence in achieving goals.

Keywords : Wisdom Thai music teacher / Teacher Woraphong Poompruek.

บทนำ

ภูมิปัญญาดนตรีไทยมีการพัฒนาไปตามกาลเวลาจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ส่งผลให้ดนตรีมีการพัฒนาเพื่อการฟังขึ้น เมื่อเกิดดนตรีเพื่อการฟัง ลีลาการบรรเลงต่าง ๆ ของเครื่องดนตรีย่อมต้องมีการพัฒนา ปรับปรุงวิธีการ เพื่อให้เข้าถึงอารมณ์ของบทเพลง ลีลาด้านการดำเนินทำนองจัดได้ว่าเป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่น การเคลื่อนที่ของทำนองจากต่ำไปสูง และสูงมาต่ำนั้น มีลีลาการสร้างทำนองที่ต่างกันออกไปในแต่ละเครื่องมือ

ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ ครูภูมิปัญญาดนตรีไทย ผู้มีความชำนาญในการบรรเลงดนตรีไทย โดยเฉพาะซอด้วง ด้วยความสนใจใฝ่ศึกษาด้านดนตรีไทยตั้งแต่วัยเยาว์กับครูดนตรีไทย ประกอบกับครูวรพงษ์ใฝ่ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากประสบการณ์รอบตัว และการเรียนรู้แบบครูพักลักจำ สั่งสมประสบการณ์จนเกิดเป็นภูมิปัญญาดนตรีไทย มีผลงานด้านการฝึกซ้อมนักเรียนเข้าประกวดทั้งประเภทเดี่ยว และการบรรเลงรวมวงในเวทีต่าง ๆ ได้รับรางวัลทั้งในระดับจังหวัด ระดับภาคและระดับประเทศ ด้วยความรักและต้องการสืบสานดนตรีไทย หลังจากเลิกงานประจำในทุกวัน ครูวรพงษ์ จะเปิดบ้านสอนดนตรีไทย โดยมีนักเรียนในชุมชนและเด็ก ๆ ที่มีความสนใจเข้าร่วม โดยเฉพาะนักเรียนในเขตพระนครศรีอยุธยาที่เตรียมความพร้อมเพื่อการประกวด มักจะเข้ามาฝึกซ้อมกับครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ ด้วยความมีเมตตาต่อศิษย์ เป็นผู้มีอัธยาศัยดี อุทิศตนให้กับการถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านดนตรีไทยอย่างเต็มความสามารถ ทำให้นักเรียนที่เข้ามาเรียนด้วยนั้น มีความรักความผูกพันและมุ่งมั่นในการฝึกฝนเป็นอย่างมาก

จากข้อมูลขั้นต้นผู้วิจัยเล็งเห็นคุณค่าและมีความสนใจที่จะศึกษาครูภูมิปัญญาดนตรีไทยในกับครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ เพื่อศึกษาประวัติส่วนตัวและประวัติทางด้านดนตรีของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ และภูมิปัญญาในการเตรียมความพร้อมผู้บรรเลงดนตรีไทยเพื่อการประกวด อันเกิดจากการสั่งสมความรู้และประสบการณ์อันควรค่าแก่การศึกษารวบรวม บันทึกไว้เพื่อเป็นเอกสารวิชาการ อันเป็นข้อมูลแนวทางสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาและเรียนรู้ การเตรียมความพร้อมการบรรเลงดนตรีไทยเพื่อการประกวด อีกทั้งยังสามารถนำองค์ความรู้ไปเป็นแนวทางการสอนเครื่องดนตรีในวงเครื่องสายอื่น ๆ อันเป็นมรดกวัฒนธรรมทางดนตรีไทย ควรค่าแก่การอนุรักษ์และสืบทอดต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติและผลงานของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์
2. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาด้านดนตรีไทยของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ภูมิปัญญาครูดนตรีไทย : ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ ได้ใช้ข้อมูลจากเอกสาร ตำรา การสัมภาษณ์ การบันทึกเสียงและการสังเกตการณ์ โดยได้แบ่งวิธีการดำเนินการศึกษาในประเด็นต่อไปนี้ คือ บุคลากรผู้ให้ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมและการจัดกระทำข้อมูล การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

บุคลากรผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยได้คัดเลือกบุคลากรผู้ให้ข้อมูล โดยกำหนดขอบเขตด้านบุคคลข้อมูล ไว้ 3 กลุ่มซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์

2. กลุ่มผู้ปฏิบัติ

2.1 เพื่อนนักดนตรีที่เคยร่วมบรรเลงดนตรีกับครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์

1) ครูรังสรรค์ สุวรรณทรัพย์

2) ครูสันติ สุภศิริ

2.2 ลูกศิษย์ คือ ผู้ที่ได้มีประสบการณ์ร่วมกับครูวรพงษ์ จำนวน 10 คน ที่เคยได้รับคำแนะนำด้านองค์ความรู้ในการบรรเลงซอด้วงเพื่อการประกวดกับครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์

3. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป

3.1) นักวิชาการทางดนตรี ได้แก่

1) ครูวีระศักดิ์ กลั่นรอด

2) ครูมลตรี เขียวมณี

3) ครูสมภพ เขียวมณี

3.2) ผู้อำนวยการโรงเรียนที่ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ ไปทำการฝึกซ้อมนักเรียนเพื่อการประกวด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครูภูมิปัญญาดนตรีไทย : ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ในครั้งนี้ มีการใช้เครื่องมือในการวิจัยเพื่อใช้ในการดำเนินการเก็บข้อมูล โดยมีแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง แบบกึ่งโครงสร้าง และแบบสังเกต ซึ่งผู้วิจัยได้บันทึกและรวบรวมกิจกรรมที่ดำเนินการสัมภาษณ์

1. แบบสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลภูมิปัญญาดนตรีไทย

2. แบบสังเกตเพื่อเก็บข้อมูลด้านภูมิปัญญา

การเก็บรวบรวมและการจัดกระทำข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งการรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลทางเอกสารต่าง ๆ เช่น หนังสือ ตำรา วิทยานิพนธ์ วารสารสิ่งพิมพ์

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลทาง Internet , Wepsite โดยค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาตรงประเด็นและเกี่ยวข้องกับงานวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์ สอบถาม สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม เพื่อรวบรวมรายละเอียดต่าง ๆ ที่สามารถนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์ในงานวิจัย ทั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ

1) เนื้อหาด้านประวัติส่วนตัวของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์

2) เนื้อหาด้านภูมิปัญญาการสั่งสมองค์ความรู้ดนตรีไทยของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์

3) เนื้อหาด้านภูมิปัญญาในการเตรียมความพร้อมผู้บรรเลงดนตรีไทยเพื่อการประกวด

การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามมาเรียบเรียง จำแนก และตรวจสอบข้อมูล โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องโดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลบุคคลที่ต่างกัน คือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งพบว่า ข้อมูลในด้านต่าง ๆ มีความน่าเชื่อถือได้ เพราะข้อมูลมีความสอดคล้องกันระหว่างผู้ให้ข้อมูล

2. การตรวจสอบด้านวิธีรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม โดยได้ตรวจสอบความสอดคล้องกันระหว่างข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสามวิธี

3. การตรวจสอบข้อมูลกับเจ้าของข้อมูล ผู้วิจัยได้นำผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลไปให้บุคคลข้อมูลอ่านเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง รวมถึงให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมก่อนนำผลวิจัยไปเผยแพร่ ทั้งนี้เพื่อยืนยันได้ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้นำเสนอและยกคำพูดของบุคคลข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งเป็นการช่วยให้เกิดความเที่ยงตรงของการตีความและสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาดนตรีไทยของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์โดยตรง

การตรวจสอบข้อมูลเป็นการพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้อง โดยมีการตรวจสอบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์และสังเกต บันทึกภาพและเสียง จัดพิมพ์เป็นเอกสาร แล้วจึงนำกลับไปให้ผู้สัมภาษณ์ได้ตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เครื่องบันทึกเสียง เทปบันทึกภาพ การสังเกต และจากการสัมภาษณ์ที่ได้รับการตรวจสอบแล้วมาจำแนกข้อมูล และจัดระเบียบเป็นหมวดหมู่ จัดลำดับขั้นตอน ในการดำเนินงาน โดยแยกเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ได้แก่

1. เพื่อศึกษาประวัติและผลงานของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์

2. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาด้านดนตรีไทยของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาเจาะลึกวิเคราะห์ ซึ่งยึดตามหลักการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์เป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ผู้วิจัยได้จัดระเบียบข้อมูลที่เก็บได้โดยเฉพาะจากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ โดยการถอดข้อมูลออกมาจากการบันทึกเสียง การจดบันทึก และนำมาจัดกลุ่มข้อมูลเพื่อเรียบเรียง นอกจากนี้ยังนำสิ่งที่ได้จากการสังเกตมาเขียนสรุปเรียบเรียง รวมถึงเขียนสรุป อธิบายภาพถ่ายที่บันทึกในขณะที่สังเกต

ขั้นที่สอง ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อมูลภูมิปัญญาในการฝึกซ้อมดนตรีไทยเพื่อการประกวด โดยนำข้อมูลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันมารวมกันเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์สอดคล้องของแต่ละข้อความเพื่อที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์หาข้อสรุปต่อไป

ขั้นสุดท้าย ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดและวิธีการโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและข้อสรุปเกี่ยวกับแนวคิดของการถ่ายทอดภูมิปัญญาดนตรีไทยของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ โดยใช้แนวทางการหาแบบแผนของประเด็นจากข้อมูล และการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างคน กล่าวคือ วิเคราะห์สรุปข้อมูลเพื่อสรุปแบบแผนหรือกระบวนการภูมิปัญญาดนตรีไทย และนำข้อสรุปมาวิเคราะห์เพื่อให้ข้อเสนอแนะต่อภูมิปัญญาดนตรีไทยของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ เพื่อให้เกิดความกระจ่างชัดในข้อมูล

การนำเสนอข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ภูมิปัญญาดนตรีไทย : ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลศึกษาจากเอกสาร หนังสือ ตำรา รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล และอภิปรายผลตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย นำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยแล้วนำมาสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ บรรณานุกรม ภาคผนวก โดยมีการนำเสนอข้อมูลแยกวิเคราะห์แบบพรรณนาวิเคราะห์

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องภูมิปัญญาครูดนตรีไทย ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ พบประเด็นที่สามารถนำมาสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ประวัติและผลงานของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ ผู้วิจัยพบว่า ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ เกิดเมื่อวันที่ 16 เมษายน พ.ศ.2505 ชื่อเล่น ฉ่ง อาศัยอยู่บ้านเลขที่ 252/17 หมู่ที่ 8 ตำบลประตูชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปัจจุบันปฏิบัติงานตำแหน่งเจ้าหน้าที่การตลาด สหกรณ์การเกษตรอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้วยความรักและต้องการสืบสานดนตรีไทยปัจจุบันหลังจากเลิกงานประจำในทุกวัน ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 17.00 น. ครูวรพงษ์ จะเปิดบ้านสอนดนตรีไทยจนถึงเวลา 20.30 น. และสอนตามสถานศึกษาในวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 8.00 – 12.00 น. เป็นครูภูมิปัญญาดนตรีไทยที่ผ่านการสั่งสมประสบการณ์ทั้งจากการเรียนจากบรมครูดนตรีไทย มีความสนใจใฝ่รู้ตั้งแต่สมัยวัยเยาว์ ได้รับการถ่ายทอดการบรรเลงดนตรีไทยจากครูสวรรณ ทับทิมเจือ ครูมนู โป๊สุวรรณ และครูศิวศิษฏ์ นิลสุวรรณ ประกอบกับการเรียนแบบครูพักลักจำ ทั้งการฟังจากสื่อต่างๆ และการฟังจากครูหลายๆท่านที่มีชื่อเสียงด้านดนตรีไทย ด้วยมีความมุมานะในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอย่างไม่ปิดกั้น สั่งสมความรู้จนเกิดการตกตะกอนเป็นองค์ความรู้ที่เป็นแบบฉบับของตนเอง สอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยซึ่งครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านดนตรีไทย ทั้งในรูปแบบของการสอนแบบ “สาธิต” แบบตัวต่อตัว และแบบ “ครูพักลักจำ” ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้อีกวิธีหนึ่งที่มีมาแต่โบราณ วิธีการนี้หมายถึงการเรียนรู้แบบแอบเรียน แอบเอาอย่าง แอบลองทำดู ตามแบบอย่างที่เฝ้าสังเกตอยู่เงียบ ๆ แล้วรับเอามาเป็นของตนเมื่อสามารถทำได้จริง วิธีนี้เป็นวิธีธรรมชาติของคนในการเรียนรู้จากผู้อื่น เมื่อเกิดเป็นความรู้ของตนเองแล้ว

มีการคิดสร้างรูปแบบวิธีการของตนเอง หมายถึงการเกิดเป็นภูมิปัญญาเฉพาะตัว สอดคล้องกับ ทฤษฎีการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสุนทรียภาพทางดนตรี ของ สุกรี เจริญสุข (2539, น. 35) เกี่ยวกับความเหมือน ความแตกต่าง และความเป็นฉัน ซึ่งครูวรพงษ์ได้นำความรู้ต่างๆที่สั่งสมมานั้น ตกผลึกเป็นภูมิปัญญาของตนเอง ได้รับเชิญเป็นครูภูมิปัญญาดนตรีไทยในสถาบันการศึกษาต่าง ๆ สร้างผลงานด้านการฝึกซ้อมนักเรียนเพื่อการประกวดทั้งในระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ ด้วยความสามารถจึงเป็นที่ยอมรับในเหล่าศิลปินนักดนตรีด้วยกัน และบรรดาเพื่อนร่วมงาน สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของครูพึ่งเพ็ญ พึ่งกุศล ที่กล่าวว่า “ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ รักดนตรีไทยเป็นชีวิตจิตใจ ดนตรีไทยเป็นชีวิตของแกอย่างแท้จริง มีอุปนิสัยสนุกสนานร่าเริง อารมณ์ดี เวลาพูดคุยกับศิษย์ในขณะสอนมีความเป็นกันเองเสมือนพ่อสอนลูก” รวมไปถึงการเรียบเรียงทำนองเพลงต่าง ๆ เช่น ในเพลงเดี่ยวที่มีทางเก็บ จะมีการสอดแทรกสำนวนกลอนที่มีลีลาสนุกสนานครึกครื้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวได้สื่อออกมาจากทำนองเพลง แสดงให้เห็นว่าครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ นอกจากจะเรียบเรียงเพลงให้มีทำนองเพลงในรูปแบบหวานจับใจได้แล้ว ยังมีการสอดแทรกสำนวนกลอนในเที่ยวเก็บ ที่มีทำนองและลีลาสนุกสนานครึกครื้นไว้อีกด้วย

2. องค์ประกอบสำคัญในการเตรียมความพร้อมสู่การประกวด จากการศึกษาองค์ประกอบสำคัญในการเตรียมความพร้อมสู่การประกวดของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ ผู้วิจัยพบว่า องค์ประกอบสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายของการเรียนดนตรีไทยของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ สอดคล้องกับทฤษฎีฝึกหัดขัดเกลา ของพูนพิศ อมาตยกุล โดยมีร่างกายและจิตใจที่ถูกบ่มเพาะพฤติกรรมผ่านการขัดเกลา เกิดเป็นรูปแบบของบุคคลหนึ่ง อันมีพฤติกรรมดีที่พึงประสงค์ซึ่งได้ผ่านการขัดเกลาแล้ว ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

1. ครู ครูต้องมีองค์ความรู้ในด้านดนตรีไทยอย่างถ่องแท้ในเครื่องมือแต่ละประเภท มีความทุ่มเทเสียสละเวลา ใส่ใจผู้เรียน ให้ความรัก ความเมตตาต่อศิษย์ทุกคนอย่างเสมอภาคกัน ให้กำลังใจเมื่อศิษย์รู้สึกท้อแท้ กล่าวชื่นชมเพื่อสร้างกำลังใจ วางตนให้เหมาะสมนักเรียนจะเกิดความรักและศรัทธา มีรางวัลให้เมื่อศิษย์ประสบความสำเร็จให้ศิษย์เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง และเพื่อกระตุ้นความมุมานะพยายามในการฝึกฝนให้กับศิษย์คนอื่น ๆ และที่สำคัญเมื่อมีการฝึกซ้อมหรือออกแสดงจนถึงเวลาค่ำมืด ครูจะต้องดูแลความปลอดภัย และรับส่งศิษย์ให้กลับถึงบ้านโดยสวัสดิภาพ เพื่อให้ผู้ปกครองเกิดความสบายใจ และไว้วางใจเมื่อส่งบุตรหลานมาเรียนดนตรีไทย

2. ผู้ปกครอง ผู้ปกครองต้องให้การสนับสนุน ชื่นชมบุตรหลาน และเปิดโอกาสให้บุตรหลานได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เนื่องจากส่วนใหญ่วัยรุ่นมักจะติดเกม เล่มคอมพิวเตอร์ มั่วสุมสิ่งเสพติดแต่หากผู้ปกครองสนับสนุนให้บุตรหลานได้เรียนดนตรีไทย ก็จะทำให้ผู้เรียนเกิดความรักและความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการร่วมอนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมอันดีงามของไทย แม้จะเป็นส่วนเล็ก ๆ แต่ก็สามารถขยายวงกว้างได้ด้วยการสืบทอดรุ่นต่อรุ่น อาจเริ่มจากพี่สอนน้อง เพื่อนสอนเพื่อน บางคนสามารถกลับไปสอนคุณพ่อคุณแม่ที่บ้านได้อีกด้วย จึงนับเป็นกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวได้อีกทางหนึ่ง

3. ผู้เรียน 1) ต้องมีใจรักในดนตรีไทย 2) รักเครื่องดนตรี 3) รักครูผู้สอน คือการศรัทธาและเชื่อมั่นในครูผู้ถ่ายทอดความรู้ อันเป็นหนทางสู่ความมานะพยายาม กระตือรือร้นในการฝึกซ้อมจนเกิดเป็น

ความกระหายที่จะเก่งมากยิ่งขึ้น ครูวรพงษ์จะให้ความสำคัญกับความแตกต่างระหว่างบุคคลในการถ่ายทอด โดยมองว่า ผู้เรียนแต่ละคนจะมีการเรียนรู้และการรับความรู้ได้ต่างกัน บางคนรับได้มากในครั้งเดียว บางคนรับได้ครั้งละน้อย ๆ แต่ทุกคนสามารถรับได้ ครูจึงจะต้องศึกษาและเข้าใจพื้นฐานของผู้เรียนแต่ละคนเพื่อถ่ายทอดในสิ่งที่เหมาะสม และเป็นสิ่งที่ทำได้ดี เพื่อดึงความสามารถของผู้เรียนออกมา และเมื่อทำได้ ก็กล่าวชื่นชมให้กำลังใจ ส่วนจุดใดที่ยังไม่ดี ก็ไม่ควรใช้คำพูดตำหนิ แต่ให้ทำให้ดูใหม่ พร้อมกับให้คำแนะนำ ไม่ใส่อารมณ์ เพราะจะทำให้ผู้เรียนหมดกำลังใจ และเกิดความท้อแท้ เบื่อหน่ายการฝึกซ้อม ให้กำลังใจ ให้โอกาส เน้นย้ำเทคนิคต่างๆ และให้นักเรียนกลับไปฝึกซ้อมอย่างมีวินัย เพื่อจะได้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

3. ภูมิปัญญาดนตรีไทยที่ใช้ในการฝึกซ้อมนักเรียนสู่การประกวดด้านครูผู้สอน จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า การฝึกซ้อมนักเรียนในแบบฉบับของครูวรพงษ์นั้น ครูต้องมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการบรรเลงดนตรีแต่ละเครื่องมืออย่างลึกซึ้ง สามารถสร้างรสมือให้เหมาะสมกับเครื่องดนตรีแต่ละประเภท และสื่อออกมาสู่บทเพลงให้ได้ หมั่นศึกษากลอนหลัก โครงสร้างเพลง เพื่อนำมาสร้างทางเพลง โดยครูวรพงษ์ใช้วิธีการผสมผสานสำนวนกลอน โดยทั้งแบบที่คิดขึ้นเองจากการฟัง และการเรียนรู้ ไม่กำหนดตายตัวในการใช้ทางเพลงของผู้ใดผู้หนึ่ง เป็นการกลั่นกรองออกมาจากจินตนาการบนพื้นฐานขององค์ประกอบดนตรีไทย ในการฝึกซ้อมทั้งการบรรเลงเดี่ยวและการบรรเลงแบบรวมวง โดยมีขั้นตอน 11 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) ครูต้องศึกษาทางเพลงก่อนเป็นอันดับแรก ว่าเพลงนั้นมีสำเนียงและรูปแบบการบรรเลงอย่างไร พร้อมทั้งสร้างทางเพลงให้มีความสมบูรณ์ เช่น เพลงเดี่ยว จะต้องเน้นฝีมือผู้บรรเลงเป็นสำคัญ ต้องมีเทคนิคในการบรรเลง การประ การพรม การลากเสียงให้ใส ยาว รสมือ สั้น หนัก เบา แนวต้องมีทั้งความหวานและกระชับ มีแนวเรียวเหมือนไม้เรียว ถ้าเด็กทำไม่ได้ ครูต้องทำให้ดูทีละกลอน ผูกกันทีละกลอน จนกว่าจะทำได้ และเชื่อมกลอนทั้งหมดให้มีความไหลลื่นต่อเนื่องเชื่อมติดกัน ครูจะค่อยๆทำให้ดูทีละนิ้ว เน้นความชัดเจนและความถูกต้อง เพราะเด็กจะต้องจดจำตำแหน่งการวางนิ้ว เช่น การแบ่งวรรคเพลง การใช้คันชักเข้าออก การลักคันชัก การใช้ไม้ดีดเข้า ดีดออก ให้แม่นยำในทุกจุด จากนั้นครูจะให้แผ่นบันทึกเสียงในบทเพลงนั้นๆ ไปฟังจนติดหู เพื่อความง่ายในการต่อเพลงขั้นต่อไป เพราะการฟังจะช่วยให้นักเรียนมีความเข้าใจจังหวะและวรรคเพลง

2) การสังเกตพื้นฐานของผู้บรรเลง เมื่อพบข้อบกพร่องต้องปรับปรุงแก้ไขให้เรียบร้อย เช่น การใช้น้ำหนักมือ การลากคันชัก การพรมนิ้ว การสร้างรสมือ และอื่น ๆ 3) ขั้นตอนการต่อเพลง ต่อเพลงครั้งละ 1 สำนวนกลอน ค่อย ๆ เติม ปรุงแต่งทำนอง และให้ปฏิบัติบรรเลงซ้ำ ๆ เมื่อผู้บรรเลงจำทำนองได้แม่นยำแล้ว ปฏิบัติได้ดังที่ครูต้องการ จึงจะต่อสำนวนกลอนต่อไป

4) ขั้นตอนของการเพิ่มระดับความยาก เป็นการปรับเปลี่ยนสำนวนกลอน และเพิ่มเทคนิคตามความสามารถของผู้บรรเลง และเปรียบเทียบวัดอัตราจังหวะกับทางกลางทุกครั้ง

5) เติม แต่ง ปรับ เพื่อใส่รายละเอียดเทคนิคการบรรเลงในแต่ละเสียงของตัวโน้ต

6) เมื่อผู้บรรเลงสามารถจดจำรายละเอียดของเพลงได้ทั้งหมดแล้วจึงให้บรรเลงเข้าจังหวะกลองและฉิ่ง ครูคอยสังเกตว่าผู้บรรเลง บรรเลงได้ถูกต้องหรือผิดพลาด เช่น คล่องจังหวะหรือไม่ หากมีข้อผิดพลาด

ครูจะคอยให้คำแนะนำ ทำให้ดูจนกว่าผู้บรรเลงจะสามารถบรรเลงได้จนจบเพลงอย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้ไม่ใช่เพียงชั่วโมงเดียว หรือวันเดียว แต่ต้องใช้เวลาในการฝึกซ้อมเป็นสัปดาห์ เดือน กระทั่งเป็นปี

7) ฝึกฝนทุกวันเพื่อความแม่นยำในทำนองเพลงจนเกิดความชำนาญในการบรรเลงเครื่องมือนั้น ๆ เรียกได้ว่า จำขึ้นใจ และทำให้ลืมยาก เพราะสมองได้จดจำไว้อย่างแม่นยำแล้ว

8) เน้นคุณภาพของเสียง แนว และความชัดเจนเป็นสำคัญ วางรากฐานของความเป็นรูปแบบดนตรีไทย หากจะเล่นเร็ว ต้องเร็วแบบชัดเจนทุกเสียง

9) การเลือกใช้เครื่องดนตรี จะต้องเลือกใช้เครื่องที่เสียงดีที่สุด เสียงไม่เพี้ยน คุณภาพของเครื่องดนตรีต้องอยู่ในระดับที่มีความสมบูรณ์

10) การปรับสำนวนกลอนของแต่ละเครื่องมือ ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ ได้ยึดหลักในการปรับแต่งทำนองตามหลักการของสำเนียงภาษา ในการบรรเลงเดี่ยวและการบรรเลงแบบรวมวง

1. บันไดเสียงแต่ละสำเนียงภาษา

2. รูปแบบของจังหวะ เพลงไทยสำเนียงภาษาทั้ง 5 สำเนียง มีกระสวนจังหวะ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

3. รูปแบบของทำนอง มีรูปแบบทำนองและทิศทางการเคลื่อนที่ของทำนอง เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละสำเนียง

4. การจบเพลงมีลักษณะการจบเพลงของแต่ละสำเนียงภาษา

11) การปรับวง เสียงเครื่องดนตรีของทั้งวงต้องไม่เพี้ยน มีการสร้างทางแยกเครื่องมือ ใส่ใจรายละเอียดต่าง ๆ อย่างรอบด้าน ทั้งท่านั่ง บุคลิกภาพ การจัดตำแหน่งการนั่งของเครื่องดนตรีแต่ละเครื่องมือ ความแม่นยำในทำนองเพลง ลีลา รสมือ อารมณ์ของ ผู้บรรเลง ระเบียบวินัย ความพร้อมเพรียง และความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เช่น การรับ การส่ง การทอด การถอน ฯลฯ ต้องมีความพร้อมเพรียงกันเสมอ

จะเห็นได้ว่าภูมิปัญญาด้านดนตรีไทยในการฝึกซ้อมการบรรเลงสู่การประกวดด้านผู้สอนของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ มี 11 ประการ และยึดหลักในการปรับแต่งทำนองตามหลักการของลูกตกฆ้อง และสำเนียงภาษาของเพลง สอดคล้องกับการศึกษาของชัชชัย พวกดี (2547, หน้า 301-304) เกี่ยวกับเพลงไทยสำเนียงภาษาต่างๆ ทั้ง 5 สำเนียง โดยยึดหลักโครงสร้าง บันไดเสียง รูปแบบของจังหวะ รูปแบบของทำนองที่เป็นการเคลื่อนที่ในลักษณะเฉพาะของแต่ละสำเนียง และในการลงจบเพลงที่ยึดหลักการจบเพลงของแต่ละสำเนียงภาษาเช่นกัน สอดคล้องการทฤษฎีองค์ประกอบของดนตรีไทย ของเฉลิมศักดิ์ พิกุลศรี (2542, หน้า 3-15) ในเรื่องของเสียง พื้นฐานจังหวะ ทำนอง พื้นผิวของเสียง สีสันของเสียง และคีตลักษณ์ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการบรรเลง

4. ภูมิปัญญาดนตรีไทยที่ใช้ในการฝึกซ้อมนักเรียนสู่การประกวดด้านผู้เรียน

จากการศึกษาด้านภูมิปัญญาดนตรีไทยที่ใช้ในการฝึกซ้อมนักเรียนสู่การประกวดของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ ผู้วิจัยพบว่า หัวใจสำคัญคือการอบรมบ่มเพาะนักเรียนให้มีหัวใจของนักดนตรีอย่างแท้จริง มีการวาง

ระบบ และจัดสรรเวลาการฝึกซ้อมอย่างมีลำดับขั้นตอน ให้ฟังจนขึ้นใจก่อนต่อเพลง มุ่งเน้นการฝึกกระทำซ้ำๆ และรับคำแนะนำ ชี้แนะจากครูอยู่เสมอจนกระทั่งบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้สอดคล้องกับทฤษฎีฝึกหัดขัดเกลาของพูนพิศ อมาตยกุล (2555, หน้า 5) โดยกระบวนการทั้งหมด ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์จะใช้จิตวิทยาในการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับนักเรียนให้มีความกล้า และเชื่อมั่นในตนเองระหว่างการบรรเลงด้วยการกล่าวคำชม มีการปรับระดับความยากง่ายของทำนองเพลงให้เหมาะสมแก่กำลังของผู้เรียน และสามารถพัฒนาต่อยอดศักยภาพของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ คำนึงถึงความเหมาะสมกับแต่ละบุคคล และความพร้อมในด้านร่างกาย สรีระ ที่แตกต่างกันของผู้เรียนในแต่ละช่วงวัย การบรรเลงเครื่องดนตรีแต่ละเครื่องมือ ทั้งแบบเดี่ยวและแบบรวมวง มีการใช้เทคนิคที่ยากสลับซับซ้อนบ้างแต่ไม่มากจนเกินไป ให้ความสำคัญกับคุณภาพของเสียง ให้มีความชัดเจนตามรูปแบบและลักษณะของทำนองเพลง มีหลักการสำคัญการฝึกฝนดนตรีไทยด้านผู้เรียนหรือผู้บรรเลงเพื่อให้ประสบผลสำเร็จ มี 6 ประการดังนี้

1) ความตั้งใจจริง ผู้เรียนจะต้องมีความตั้งใจ มุ่งมั่น ขวนขวาย ในการฝึกซ้อมปฏิบัติ อย่างจริงจัง

2) ความพยายาม เมื่อผู้เรียนประสบกับปัญหา หรือเกิดข้อบกพร่องใด ๆ ขึ้น จะต้องมีความพยายามแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาตนเอง ความพยายามเป็นตัวการสำคัญในการเป็นนักดนตรีที่เก่ง โดยการบรรเลงซ้ำแล้วซ้ำเล่าจนสามารถจำได้อย่างแม่นยำ

3) ความขยัน อดทน เมื่อผู้เรียนตัดสินใจที่จะเป็นนักดนตรีไทยแล้ว สิ่งที่จะต้องมีควบคู่ไปกับชีวิตของนักดนตรีนั้น คือ ความอดทน และความขยันหมั่นเพียร ที่จะฝึกซ้อม เพื่อพัฒนาฝีมือการบรรเลงให้ดีขึ้นตามลำดับ ไม่มีนักดนตรีท่านใดที่จะเก่งได้โดยไม่ฝึกซ้อม เสมือนมีดที่จะต้องนำออกมาลับคมอยู่เนือง ๆ ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ

4) ความอ่อนน้อมถ่อมตน ศิษย์ทุกคนจะต้องมีความตระหนักในเรื่องของความอ่อนน้อมถ่อมตน รู้จักสัมมาคารวะ จึงจะเป็นศิษย์ที่ดีและเป็นที่รักของครูอาจารย์

5) ความกล้า คือ กล้าที่จะแสดงออกในสิ่งที่ถูกต้อง กล้าเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี กล้าที่จะเผชิญกับสิ่งต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น เช่น สภาวะความตื่นเต้น เป็นสิ่งที่นักดนตรีพบเจออยู่เสมอ ดังนั้นจะต้องชนะใจตนเองให้ได้ ด้วยการฝึกฝนซ้ำๆ จนเกิดความชำนาญ

6) ความกตัญญูกตเวที ครูวรพงษ์ ให้ความสำคัญกับการเคารพ เชื่อฟังครูอาจารย์ ทราบได้จากการสัมภาษณ์ ที่ครูกล่าวว่า สมัยที่ครูยังเด็ก ก่อนจะบรรเลงทุกครั้ง นักดนตรีทุกคนจะต้องไหว้หรือกราบคุณครูผู้สอน ผู้ถ่ายทอด และระลึกถึงพระคุณที่มีต่อศิษย์ ดังนั้นการกตัญญูกตเวทิตาต่อครูอาจารย์นับเป็นสิ่งที่นักดนตรีไทยยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมาเป็นเวลาช้านาน นักดนตรีไทยจะยกย่องเทิดทูนครู เพราะครูเป็นผู้ถ่ายทอดสรรพวิชาและจิตวิญญาณแห่งนักดนตรีแก่ศิษย์ และเชื่อว่าเมื่อศิษย์มีความกตัญญูต่อครูอาจารย์ประพฤติตนอยู่ในสิ่งดีงาม ชีวิตก็จะประสบความสำเร็จและมีความเจริญรุ่งเรือง

5. คุณค่าภูมิปัญญาครูดนตรีไทยครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ จากการศึกษาภูมิปัญญาดนตรีไทยครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ นี้พบว่าเป็นภูมิปัญญาที่มีคุณค่า มีรูปแบบวิธีการ และเทคนิคการฝึกซ้อม ทั้งการบรรเลง

เดี่ยวและการบรรเลงรวมวง เพื่อการประกวดโดยอาศัยประสบการณ์จากการฝึกฝนทั้งแบบครูพักลักจำและการได้รับถ่ายทอดมาจากบรมครูทางด้านดนตรีไทย ประกอบด้วย 3 ประการ ดังนี้

1) คุณค่าด้านดนตรี ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ เป็นครูภูมิปัญญาที่สั่งสมความรู้ทั้งจากครูพักลักจำและการใฝ่รู้เข้าหาบรมครูดนตรีไทยหลายท่าน จนกระทั่งเกิดเป็นตัวตนที่ผ่านการขัดเกลามาเป็นระยะเวลานาน ทั้งรูปแบบของการบรรเลง โดยมีวิธีการดำเนินทำนองในเพลงเดี่ยว การดำเนินทำนองทั่วไป และการปรับวงดนตรี อาทิ วงเครื่องสายวงเล็กประสมขิม วงปี่พาทย์ไม้นวมประสมเครื่องสายเครื่องเดี่ยว ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อันเป็นแนวทางที่ดีแก่ศิลปินรุ่นหลังที่จะนำแนวคิดไปใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานของตนเองได้เป็นอย่างดี

2) ด้านการศึกษา องค์ความรู้จากการศึกษาภูมิปัญญาดนตรีไทยของครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ สอดคล้องกับทฤษฎีการถ่ายทอดภูมิปัญญาของเอกวิทย์ ณ ถลาง (2544, หน้า 110-117) ซึ่งได้กล่าวถึงการถ่ายทอดหรือการส่งต่อภูมิปัญญาแก่คนรุ่นหลัง อันเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาที่ผ่านการบ่มเพาะจากรุ่นสู่รุ่นในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่ได้มีการพัฒนาการสืบสานกันมาเกิดเป็นภูมิปัญญาที่สามารถนำไปใช้ในการเรียนการสอนควบคู่กันได้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในสถานศึกษาต่างๆ เพื่อสืบทอดศิลปวัฒนธรรม

3) ด้านศิลปวัฒนธรรมของชาติ ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ เป็นผู้อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชาติ โดยเป็นผู้รักษาองค์ความรู้ตามแบบแผนที่ได้สืบทอดจากครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ มีผลงานการส่งนักเรียนประกวดดนตรีไทยทั้งในระดับเขตพื้นที่ ระดับภาค จนถึงระดับประเทศ เป็นบุคคลที่มีองค์ความรู้ในการถ่ายทอดให้กับผู้ที่สนใจศึกษาวิธีการปฏิบัติดนตรีไทย เช่น การประกวดแข่งขันเดี่ยวเครื่องดนตรีไทย การปฏิบัติบรรเลงรวมวง และนำไปเป็นแนวทางในฝึกซ้อมการบรรเลงดนตรีไทยเพื่อการประกวด

จากการศึกษาสะท้อนได้ว่า ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ เป็นครูภูมิปัญญาดนตรีไทยที่เปี่ยมด้วยจิตวิญญาณของความเป็นครูอย่างแท้จริง เน้นหลักวิธีการปฏิบัติที่ต้องอาศัยระยะเวลา คำนึงถึงความแตกต่างของบุคคล มีการจัดลำดับเพื่อพัฒนาทักษะอย่างเป็นขั้นตอน เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์และความกล้าแสดงออก การชมเชยเสริมสร้างขวัญกำลังใจ ความมั่นใจ และความมีวินัยเพื่อให้บรรลุประสงค์ตามเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะ

ภูมิปัญญาดนตรีไทย ครูวรพงษ์ พุ่มพฤกษ์ ได้ถ่ายทอดไว้นั้นถือเป็นภูมิปัญญาที่มีคุณค่าต่อสังคม ควรมีการเก็บข้อมูลให้เป็นเชิงวิชาการ และนำไปเผยแพร่ในงานเสวนาวิชาการหรือจัดนิทรรศการเกี่ยวกับผลงานภูมิปัญญาด้านดนตรีไทยให้แก่ผู้ที่สนใจ และจัดหาวิธีการส่งเสริม อนุรักษ์ สืบทอดศิลปะวิทยาการด้านดนตรีไทยต่อคนรุ่นหลังสืบต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาภูมิปัญญาดนตรีไทย ของครูท่านอื่น ๆ ที่ยังไม่ได้ทำการเก็บบันทึกข้อมูลเป็นเอกสารวิชาการ อันเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยต่อไป

2) ควรมีการศึกษารวบรวมชีวประวัติและผลงานของครูภูมิปัญญาดนตรีไทยในสาขาอื่น เพื่อศึกษาแนวทางด้านดนตรีอันเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจและวงการดนตรี

เอกสารอ้างอิง

ชัชชัย พวกดี. (2547). การศึกษาทำนองเพลงไทยและสำเนียงภาษา. ปริญญานิพนธ์ ศป.ม. (มานุษยดุริยางควิทยา). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เฉลิมศักดิ์ พิกุลศรี. (2542). สังคีตนิยมว่าด้วยดนตรีไทย. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

พูนพิศ อมาตยกุล. (2555). เอกสารประกอบคำบรรยายทฤษฎีฝึกหัดขัดเกลารายวิชา สุนทรียศาสตร์ทางดุริยางคศิลป์ไทย. บัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์.

สุกรี เจริญสุข. (2539). เอกสารประกอบการเรียนวิชาสุนทรียศาสตร์ของดนตรี.

เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2536). ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิภูมิปัญญา.

การพัฒนาวีดิทัศน์เรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขในโรงเรียนกวดวิชา

Development of Videos in English Grammar for Communication by Using Happy Learning Theory in a Tutoring School

ธนพล กฤตยานนท์* และ ภัทรวรรธน์ จีรพัฒน์ธนธร**
Thanaphol Klittayanont* and Pattarawat Jeerapattanatorn**
สาขาวิชาธุรกิจและคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Business and Computer Education Program, Faculty of Education, Kasetsart University
อีเมล: champx10i@gmail.com*, fedupwj@ku.ac.th**

บทคัดย่อ

แนวคิดการจัดการเรียนรู้อย่างมีความสุขมีความสำคัญอย่างมากต่อการจัดการศึกษาในโลกยุคใหม่ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการจัดการศึกษาที่นอกจากจะสามารถช่วยให้การจัดการเรียนรู้บรรลุตามวัตถุประสงค์แล้ว ยังช่วยทำให้ผู้เรียนมีแรงจูงใจในการเรียน ส่งเสริมการคิดเชิงสร้างสรรค์และการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ดี การจัดการเรียนรู้อย่างมีความสุขสามารถนำไปปรับใช้ทั้งการเรียนในชั้นเรียนและการเรียนรู้ผ่านสื่อรวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขในโรงเรียนกวดวิชา และเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนก่อนเรียนและหลังเรียนจากวีดิทัศน์ที่พัฒนาขึ้น ตัวแปรต้นได้แก่ การพัฒนาวีดิทัศน์เรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุข และตัวแปรตามได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยได้แก่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 – 6 ของโรงเรียนกวดวิชาครูพี่เบลล์ English จำนวน 31 คน ใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง โดยนักเรียนยินยอมเข้าร่วมตลอดกระบวนการวิจัย เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ วีดิทัศน์สำหรับการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุข และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน ซึ่งเครื่องมือวิจัยทั้งสองผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญทางการศึกษาและตรวจสอบความตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริง ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาวีดิทัศน์โดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขโดยใช้ ADDIE Model ทำให้ได้สื่อวีดิทัศน์ที่ได้มาตรฐานและสามารถนำไปใช้สอนภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนได้ และจากการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนทั้งก่อนและหลังเรียนพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารที่ได้เรียนจากวีดิทัศน์ที่ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุข, การสอนภาษาอังกฤษ, การพัฒนาวีดิทัศน์

Abstract

Concept of happy learning theory plays a significant role in modern world's education management. It can be used for not only enhancing learning objective of students but also helping students to be motivated, creative, and having better social interaction. Happy learning theory can be adapted both in classroom setting and with media learning including electronic media. This research aimed to develop videos towards English grammar for communication by using happy learning theory in a tutoring school and to compare students' pre-post learning achievement scores after learning from the developed videos. Independent variable was the development of videos towards English grammar for communication by using happy learning theory whist the dependent variable were students' learning achievements. Target population were 31 Prathomsuksa IV to VI students in P'Belle Tutoring School selected by purposive selection technique together with student's voluntary to join the entire research process. Research instruments consisted of two parts; 1) videos in English grammar for communication by using happy learning theory, and 2) students' learning achievement tests. All research instruments were verified its quality by educational experts, its validity and reliability before implementation. Results showed that the development of videos by using happy learning theory by ADDIE Model process resulted standardized videos which can be used for students' English teaching. Results from the study of pre-post students' learning achievements revealed that, the posttest learning achievement significantly gained higher score comparing with the pretest scores with statistically significant at .01 level.

Keywords: Happy Learning Theory, English Teaching, Video Development

บทนำ

ภาษาอังกฤษมีบทบาทสำคัญอย่างมากในฐานะภาษาเพื่อการสื่อสารสากลซึ่งนอกจากจะใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารแล้ว ยังใช้เพื่อการศึกษาหาความรู้ การประกอบอาชีพ รวมถึงการได้รับรู้และเข้าใจความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม (กรมวิชาการ, 2551) เมื่อกล่าวถึงการศึกษาภาษาอังกฤษในอดีตนั้น คนไทยศึกษาภาษาอังกฤษเพื่อให้มีความสามารถในการสื่อสารกับผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ (Mother Language) แต่ในยุคปัจจุบันการใช้ภาษาอังกฤษมีความแตกต่างจากในอดีต ภาษาอังกฤษไม่เพียงนำไปใช้กับบุคคลที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่เท่านั้น แต่จะใช้ภาษาอังกฤษในฐานะที่เป็นภาษากลาง (English as a Lingua Franca หรือ ELF) ของการสื่อสารระหว่างประเทศ ดังข้อตกลงที่ได้จากการประชุมสมาคมประชาชาติ

แห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียนที่ได้ระบุไว้ว่า ให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาเพื่อการทำงานหรือปฏิบัติในอาเซียน (the Working Language of ASEAN Shall be English) (Kirkpatrick, 2008) ทั้งนี้เนื่องมาจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลและได้เป็นภาษาที่ใช้ติดต่อสื่อสารทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติในทวีปเอเชียมาเป็นระยะเวลายาวนาน (สรรพร ศิริขันธ์, 2557)

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของคนไทยนั้นยังมีข้อจำกัดบางประการ ยกตัวอย่างเช่น กรรณิการ์ ผิวอ่อนดี (2545) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษและค้นพบว่า การที่นักเรียนไทยไม่สามารถพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในระดับที่ควรจะเป็นนั้นสืบเนื่องจากการเรียนรู้ภาษาเกิดขึ้นภายในห้องเรียนเท่านั้น และเมื่ออยู่นอกห้องเรียนไม่ได้ฝึกฝนให้ชำนาญ จากการศึกษาของรุ่งทิวา ไขประกาย (2550) ระบุว่าการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษยังไม่บรรลุผลเท่าที่ควรเนื่องจากผู้เรียนได้รับการฝึกฝนในชั้นเรียนปกติในรูปแบบ การจดจำ ท่องจำกฎเกณฑ์ไวยากรณ์ โดยเฉพาะการเรียนรู้ระดับต้นหรือระดับกลางต้องใช้เวลาค่อนข้างมากในการเรียน จากสาเหตุนี้อาจทำให้นักเรียนเบื่อหน่าย ลืมเนื้อหา อาจกระทบต่อทัศนคติที่ไม่ดีต่อภาษาอังกฤษ และการขาดการฝึกฝนการพูดในขั้นสื่อสารนั้นทำให้ความสามารถในการพูด ภาษาอังกฤษถูกปิดกั้นไว้ด้วยความรู้สึกไม่แน่ใจในความสามารถของตนเองและความเครียด จึงทำให้ผู้เรียนรู้สึกไม่สบายใจและไม่มีความมั่นใจในการพูดก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการเรียนรู้ภาษา จากผลการศึกษาของพัชรา มูลปัญญา (2556) ยังพบด้วยว่า นักเรียนมีการรับรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษว่าไม่ใช่ภาษาที่ใช้สื่อสารกับพ่อแม่ เพื่อน และบุคคลอื่น ๆ ในประเทศ จึงไม่ให้ความสำคัญและขาดความพยายามที่จะฝึกฝนตนเอง เมื่อวิเคราะห์ผลคะแนนจากการทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติขั้นพื้นฐาน (ONET) วิชาภาษาอังกฤษในช่วงชั้นที่ 2 ในปี พ.ศ. 2561 พบว่า นักเรียนทำคะแนนได้เพียง 39.24 คะแนนจากคะแนนเต็ม 100 คะแนน (สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ, 2562) นอกจากนี้ กรมวิชาการ (2562) อธิบายว่า การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศยังไม่สามารถที่จะทำให้นักเรียนใช้ภาษาอังกฤษใน การติดต่อสื่อสารและการค้นคว้าหาความรู้จากแหล่งการเรียนรู้ที่มีอยู่หลากหลายในยุคสารสนเทศ

จากสถานการณ์ปัญหาดังกล่าวผู้ปกครองและนักเรียนจำนวนมากจึงให้ความสำคัญกับการเรียนเสริมเพื่อพัฒนาความสามารถทางการพูดสื่อสาร การเรียนกวดวิชาจึงเป็นหนทางหนึ่งที่นักเรียนจำนวนมากหันมาให้ความสนใจ การได้รับการสอนเพิ่มเติมจากการเรียนในชั้นเรียนปกติที่กำหนดตามหลักสูตรขั้นพื้นฐานในโรงเรียนโดยที่ผู้สอนมีการเน้นเนื้อหาที่ผู้เรียนเรียนมาแล้วจากการเรียนการสอนในโรงเรียนปกติ มีการทบทวนเพื่อให้การเรียนบรรลุซึ่งเป้าหมาย โดยมีเป้าหมายในการเรียนเพื่อเสริมความรู้ในชั้นเรียนที่โรงเรียนและเสริมกิจกรรมที่นักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษามีโอกาสในการทำกิจกรรมไวยากรณ์เพื่อการสื่อสารภายในชั้นเรียนปกติค่อนข้างน้อย ซึ่งเป็นเหตุให้เกิดการขาดประสิทธิภาพต่อทักษะการพูดภาษาอังกฤษ และขาดความมั่นใจของนักเรียนต่อมา (พัชรา มูลปัญญา, 2556) แต่เนื่องด้วยการเรียนพิเศษจะมีเวลาที่จำกัดทุกนาทีเป็นช่วงเวลาที่สำคัญการที่สามารถใช้สื่อมาช่วยในการอธิบายให้เกิดความเข้าใจสามารถช่วยลดเวลาได้ หนึ่งในแนวทางที่ใช้เวลาเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพคือการใช้วีดิทัศน์ประกอบการสอน ซึ่งวีดิทัศน์เป็นสื่อการเรียนรู้ที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นสื่อที่ทรงพลังที่ช่วยพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้ (Yousef & Schroeder, 2014) และ

เนื่องจากผู้เรียนแต่ละคนมีพื้นฐานความรู้ที่แตกต่างกัน การใช้สื่อวีดิทัศน์จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาการเรียนรู้ได้ตามความสามารถของตนเอง (Schwartz, 2013) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาวีดิทัศน์การสอนภาษาอังกฤษเนื่องจากวีดิทัศน์นี้เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง สามารถยกตัวอย่างให้เห็นภาพนอกห้องเรียนได้ เป็นสื่อการเรียนรู้รูปแบบหนึ่งที่มีประสิทธิภาพมาก ช่วยเสริมและทดแทนภาระหน้าที่ในการสื่อสารขั้นที่หนึ่งของผู้สอน เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับครูแล้ววีดิทัศน์สามารถเพิ่มพูนประสบการณ์ของผู้เรียนได้กว้างกว่า 3 ด้านคือ ประสบการณ์ในมิติแห่งความจริง (reality) ประสบการณ์ในมิติแห่งกาลเวลา (time) และประสบการณ์ในมิติด้านสถานที่ (กิตติพงษ์ ศิริพงษ์, 2554) และหากสามารถสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนได้มีความสุขในการเรียนรู้จะยิ่งทำให้เกิดผลที่ดีต่อการบรรลุเป้าหมายในการเรียนของนักเรียน ซึ่งแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุข (Happy Learning Theory) นี้ พัฒนาขึ้นโดย กิติยวดี บุญซื่อ และคณะ (2540) เพื่อส่งเสริมกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ดำเนินไปอย่างราบรื่น ผู้เรียนและผู้สอนมีความสุขร่วมกันในระหว่างกระบวนการจัดการเรียนรู้ อีกทั้งจะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ได้เกิดขึ้นโดยง่าย

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจกับการพัฒนาสื่อการเรียนรู้วีดิทัศน์ที่ผสานทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขในการสอนภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียน ทั้งนี้ ผลการศึกษาจะทำให้โรงเรียนกวดวิชาได้สื่อวีดิทัศน์เรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุข ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาสื่อจนได้วีดิทัศน์ที่มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนสำหรับผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิผล มีการใช้กิจกรรมในการสอนภาษาอังกฤษที่มีความสนุกสนาน จูงใจและเสริมทักษะการใช้ภาษาให้ดียิ่งขึ้น เป็นการสนองต่อเรื่องของความแตกต่างระหว่างบุคคล ส่งผลให้ผู้เรียนได้ประโยชน์จากการเรียนที่มีความสุข และมีความกล้าที่จะนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น

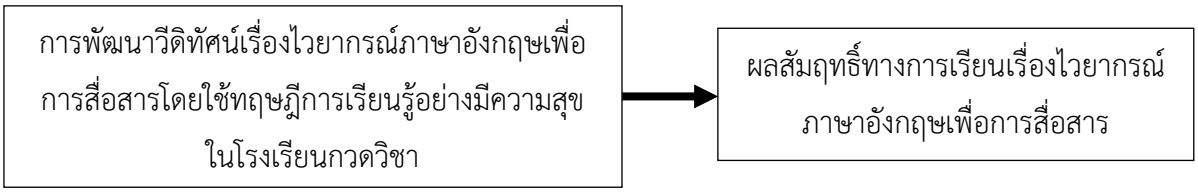
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขในโรงเรียนกวดวิชา
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนก่อนเรียนและหลังเรียนจากวีดิทัศน์ที่พัฒนาขึ้น

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาสื่อการเรียนรู้ มีวัตถุประสงค์สำคัญคือพัฒนาสื่อวีดิทัศน์สำหรับการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขในโรงเรียนกวดวิชา พร้อมทั้งศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนของกลุ่มเป้าหมายทั้งก่อนเรียนและหลังเรียน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยตัวแปรต้นได้แก่ การพัฒนาวีดิทัศน์เรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขในโรงเรียนกวดวิชา และตัวแปรตาม ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของนักเรียน โดยมีนิยามคำศัพท์ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุข หมายถึง แนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่มีคุณลักษณะสำคัญ 6 ประการ คือ 1) บทเรียนเริ่มจากง่ายไปหายาก คำนึงถึงศักยภาพของผู้เรียนเหมาะสมกับวัยและน่าสนใจ 2) วิธีเรียนสนุก ไม่น่าเบื่อ ให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เนื้อหาไม่ยากเกินไป ไม่ยัดเยียดหรือกดดัน เนื้อหากระชับ กระจ่างง่ายต่อการทำความเข้าใจ 3) แสดงตัวอย่างที่ชัดเจน 4) ใช้กิจกรรมที่หลากหลายเพื่อให้ผู้เรียนไม่เบื่อ และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมหรือลงมือปฏิบัติ เร้าใจให้คิดและติดตาม 5) สื่อเร้าให้เกิดการเรียนรู้และเป็นสื่อที่เป็นรูปธรรม และ 6) เปิดโอกาสให้นักเรียนได้ประเมินตนเอง เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของตนเอง

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร หมายถึง คะแนนการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีเนื้อหาตามหลักสูตรประกอบด้วย 8 บทเรียน ได้แก่ 1) There is, there are และการใช้ some, any 2) Descriptive adjective 3) Present simple tense ใน ประโยคบอกเล่า 4) Present simple tense ในประโยคปฏิเสธและประโยคคำถาม 5) Present continuous tense ในประโยคบอกเล่า 6) Present continuous tense ในประโยคปฏิเสธ และประโยคคำถาม 7) Past simple tense ในประโยคบอกเล่า และ 8) Past simple tense ในประโยคปฏิเสธและประโยคคำถาม

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยนี้ได้แก่นักเรียนระดับช่วงชั้นที่ 2 (ประถมศึกษาปีที่ 4 – 6) ของโรงเรียนกวดวิชาครูพี่เบลล์ English จำนวน 31 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยนักเรียนยินยอมเข้าร่วมกระบวนการวิจัยตลอดระยะเวลาของการศึกษา

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. วีดิทัศน์สำหรับการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุข สำหรับการพัฒนาวีดิทัศน์นั้นผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการพัฒนาสื่อตามรูปแบบ ADDIE Model มี 5

ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ใน 3 ส่วน ได้แก่ วิเคราะห์เนื้อหาตามหลักสูตร วิเคราะห์เป้าหมายของการสอน และวิเคราะห์ความรู้และธรรมชาติของผู้เรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย 2) ขั้นการออกแบบ (Design) โดยการออกแบบสื่อวีดิทัศน์อยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์ผู้เรียน ผนวกกับการใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขในการออกแบบจนได้กรอบเรื่องราวของสื่อ (storyboard) จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมและปรับปรุงตามข้อเสนอของผู้เชี่ยวชาญ 3) ขั้นพัฒนา (Development) ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยลงมือผลิตสื่อโดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนย่อย ได้แก่ ขั้นเตรียมการผลิต ขั้นดำเนินการผลิต และขั้นประเมินคุณภาพวีดิทัศน์ ในช่วงสุดท้ายของขั้นพัฒนาจะนำสื่อวีดิทัศน์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพอีกครั้ง และนำไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มนักเรียนกวดวิชาในช่วงชั้นเดียวกันแต่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายของการศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าสื่อมีคุณภาพเหมาะสมและพร้อมที่จะนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายของการวิจัย 4) ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) เป็นขั้นตอนของการนำสื่อการเรียนการสอนไปใช้จริงกับกลุ่มเป้าหมายตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้สอนออกแบบไว้ ซึ่งระยะเวลาของการนำไปใช้นั้นขึ้นอยู่กับเนื้อหาและระยะเวลาของหลักสูตรการเรียนการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ และขั้นตอนที่ 5) ขั้นประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนของการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนโดยการเปรียบเทียบจากผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยสื่อวีดิทัศน์นอกจากนี้ยังอาจทำการประเมินในด้านของการออกแบบบทเรียน เทคนิคการนำเสนอ และเนื้อหาว่าสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ รวมถึงประเมินความพึงพอใจในการใช้งานบทเรียนเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาบทเรียนต่อไป

2. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักสูตรและทบทวนเอกสารเกี่ยวกับการวัดและประเมินผล จากนั้นทำการร่างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการสอน และนำแบบทดสอบไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางการศึกษาจำนวน 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพของแบบทดสอบใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 ซึ่งอยู่เกณฑ์มาตรฐานที่สามารถนำไปใช้กับผู้เรียนได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลสำหรับการพัฒนาวีดิทัศน์สำหรับการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขตามกระบวนการ ADDIE Model นั้น ผู้วิจัยใช้เวลาเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกันยายนถึงเดือนพฤศจิกายน 2562 สำหรับการเก็บข้อมูลจากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนนั้น ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองกับกลุ่มเป้าหมายในช่วงเดือนธันวาคม 2562 ถึงเดือนมกราคม 2563 โดยในการเก็บข้อมูลในส่วนของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้นั้นได้เก็บคะแนนทดสอบทั้งก่อนเรียน (Pretest) และคะแนนทดสอบหลังเรียน (Posttest)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมีการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อหาคุณภาพของวีดิทัศน์ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และในการเปรียบเทียบคะแนนทดสอบก่อนเรียนกับคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนใช้สถิติการทดสอบที (t-test) แบบจับคู่ (paired t-test)

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การพัฒนาวีดิทัศน์เรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขในโรงเรียนกวดวิชา มีผลของการพัฒนาในแต่ละขั้นตอนของ ADDIE Model ดังต่อไปนี้

1.การวิเคราะห์ (Analysis) ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาการเรียนการสอน กำหนดเนื้อหาและเป้าหมาย และ ประเมินความต้องการเพื่อให้สื่อวีดิทัศน์นั้นถูกสร้างขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผลการวิเคราะห์ปรากฏสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลจากการวิเคราะห์ (Analysis) ในกระบวนการ ADDIE Model

ประเด็นวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
เนื้อหาการเรียนการสอน	เนื้อหาที่นำมาใช้ในการพัฒนาบทเรียนไวยากรณ์เพื่อการสื่อสาร เป็นเนื้อหาที่ถูกบรรจุไว้ในสาระการเรียนรู้หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 การใช้ภาษาในการพูดเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความคิดรวบยอด และความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง เพื่อน และสิ่งแวดล้อมใกล้ตัว ผลการวิเคราะห์เนื้อหาได้บทเรียน 8 เรื่อง ได้แก่ 1) There is, there are และการใช้ some, any 2) Descriptive adjective 3) Present simple tense ใน ประโยคบอกเล่า 4) Present simple tense ในประโยคปฏิเสธและประโยคคำถาม 5) Present continuous tense ในประโยคบอกเล่า 6) Present continuous tense ในประโยคปฏิเสธ และประโยคคำถาม 7) Past simple tense ในประโยคบอกเล่า และ 8) Past simple tense ในประโยคปฏิเสธและประโยคคำถาม
การกำหนดเป้าหมาย	กำหนดวัตถุประสงค์ในแต่ละหัวข้อ ซึ่งปรากฏในแผนการจัดการเรียนรู้ของแต่ละแผน เพื่อนำไปสู่การออกแบบวีดิทัศน์ในขั้นตอนต่อไป
ประเมินความต้องการของกลุ่มผู้เรียน	นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 จำเป็นต้องใช้รูปแบบในการเรียนรู้ให้สอดคล้องเหมาะสมกับผู้เรียน ไม่ซับซ้อนจนเกินไป เข้าใจง่าย มีตัวอย่างเพียงพอเพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจ มีการใช้วีดิทัศน์ประกอบการเรียนการสอนที่กระตุ้นความสนใจ และใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในการจัดการเรียนการสอน

2. การออกแบบ (Design) ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบร่างวีดิทัศน์ในแต่ละแผนการจัดการเรียนรู้ โดยการเขียนจากเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ และค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงจากครูผู้สอนในรายวิชาภาษาอังกฤษ โดยผลการวิเคราะห์ปรากฏสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

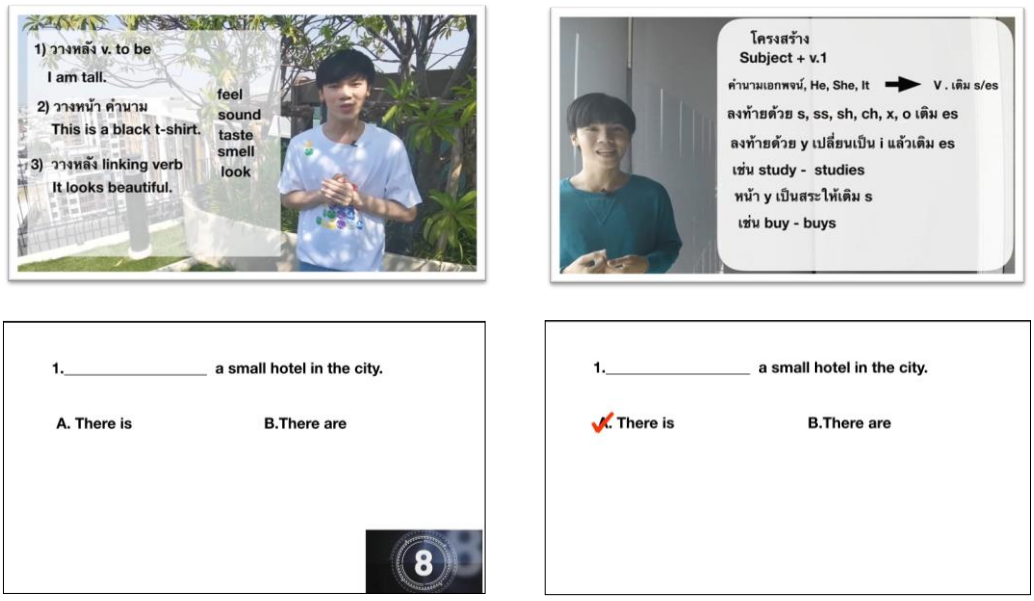
ตารางที่ 2 ผลจากการออกแบบ (Design) ในกระบวนการ ADDIE Model

ประเด็นการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
การเขียนเนื้อหา	เขียนวัตถุประสงค์ของแผนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 5 แผน แผนละ 2 วัตถุประสงค์ เพื่อนำไปออกแบบสื่อวีดิทัศน์ในแต่ละชิ้น
การกำหนดรูปแบบของวีดิทัศน์	เนื้อหาบทเรียน 5 หัวข้อที่กำหนดออกมา ได้แก่ 1) There is, there are, some, any 2) Descriptive adjective 3) Present simple tense 4) Present continuous tense และ 5) Past simple tense
วางโครงสร้างของวีดิทัศน์	กำหนดส่วนประกอบต่าง ๆ ในบทเรียนแต่ละหัวข้อ ทั้ง 5 หัวข้อ
เขียน Storyboard	เขียนขั้นตอนการสอนออกมาในกระดาษตามที่ได้กำหนดเอาไว้ในในความคิดจำนวน 5 ชิ้น

จากตารางที่ 2 ผลจากกระบวนการออกแบบทำให้ได้เค้าร่างของภาพรวมวีดิทัศน์ทั้งหมด สามารถมองเห็นถึงวัตถุประสงค์ในการสอนแต่ละครั้ง กิจกรรมและตัวอย่างที่ใช้ประกอบการสอน และที่สำคัญคือกรอบเรื่องราวของวีดิทัศน์ (Storyboard) ที่เป็นแนวทางสู่กระบวนการพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

3. การพัฒนา (Development) ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการนำผลลัพธ์ที่ได้จากขั้นตอนการออกแบบมาดำเนินการต่อ เป็นการปฏิบัติจริง โดยทำการวิเคราะห์สตอรี่บอร์ดที่ได้ร่างไว้ให้ออกมาเป็นรูปแบบวีดิทัศน์ที่สามารถนำไปใช้จริงได้ โดยมีการจัดเตรียมเนื้อหา หรือข้อมูลที่อยู่ในวีดิทัศน์ เตรียมภาพกราฟิก รวมถึงครูผู้สอนในวีดิทัศน์ ตามแบบที่ร่างสตอรี่บอร์ดไว้ และจัดเตรียมหาสถานที่ที่เหมาะสมกับสื่อวีดิทัศน์ และทำการบันทึกไฟล์งาน จากนั้น นำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มเป้าหมาย และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพจำนวน 3 ท่าน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมีข้อเสนอในการปรับปรุงในบางส่วน ได้แก่ ตัวข้อความในสื่อวีดิทัศน์บางชิ้นที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าควรจะปรับสีให้มีสีที่เข้มเพื่อให้ผู้เรียนมองเห็นได้ชัดเจน แก้ไขความสมดุลของรูปภาพให้มีขนาดที่เท่ากัน และ ให้จัดภาพที่ไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในบทเรียนทิ้งเพื่อความสบายตาไม่รกจนเกินไป ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงวีดิทัศน์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้พร้อมต่อการนำไปใช้จริงในขั้นตอนต่อไป

4. การนำไปใช้ (Implementation) ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำวีดิทัศน์ที่ได้พัฒนาขึ้นไปใช้ในการสอนภายใต้แผน ทั้ง 5 แผน เพื่อให้ผู้เรียนบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ตามที่กำหนดไว้ โดยสื่อวีดิทัศน์ทั้งหมดที่นำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้ประกอบด้วยสื่อวีดิทัศน์จำนวน 5 ชิ้น



ภาพที่ 3 ตัวอย่างภาพในวีดิทัศน์รวมถึงการทดสอบความรู้ของนักเรียนพร้อมเฉลย

จากภาพที่ 3 แสดงตัวอย่างภาพที่ปรากฏในวีดิทัศน์การสอนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร โดยการนำเสนอโดยวีดิทัศน์ที่ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุข และมีการทดสอบความรู้ของนักเรียนและเฉลยคำตอบในข้อคำถามแต่ละข้อ

5. การประเมินผล (Evaluation) ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลในเบื้องต้นจากการทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายและให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพ นอกจากนี้ การประเมินผลวีดิทัศน์พิจารณาร่วมกับผลการเรียนรู้และการสะท้อนคิดของผู้เรียนที่ผ่านวีดิทัศน์ในการเรียนการสอน ซึ่งจะได้นำเสนอตารางผลการเรียนรู้และการสะท้อนคิดของผู้เรียนในผลการวิจัยส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ในลำดับต่อไป

ส่วนที่ 2 การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน

จากการนำสื่อวีดิทัศน์เรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขสำหรับนักเรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 5 แผน ผู้วิจัยได้รวบรวมคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทั้งก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนแต่ละคน โดยมีคะแนนเต็ม 100 คะแนนทั้งก่อนและหลังเรียน เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติการทดสอบที (t-test) ผลปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนที่ได้เรียนจากสื่อวีดิทัศน์

คะแนนทดสอบ	n	mean	S.D.	t	df	sig
ก่อนเรียน	31	83.28	12.26	7.54	30	0.00**
หลังเรียน	31	97.47	3.39			

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า คะแนนก่อนเรียนของนักเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 83.28 ส่วนคะแนนหลังเรียนโดยใช้วีดิทัศน์ที่ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 97.47 เมื่อนำคะแนนมาเปรียบเทียบพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารที่ได้เรียนจากวีดิทัศน์ที่ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผลการวิจัย

จากการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขสำหรับนักเรียนกลุ่มเป้าหมายโดยใช้กระบวนการพัฒนาสื่อตามรูปแบบ ADDIE Model ทั้ง 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การนำไปใช้ และการประเมินผล ซึ่งกระบวนการพัฒนาสื่อตามรูปแบบ ADDIE Model นั้น เป็นรูปแบบที่นักการศึกษาให้ความสนใจและนำไปใช้อย่างกว้างขวาง เนื่องจากสามารถเข้าใจได้ง่ายและสามารถช่วยให้การพัฒนาสื่อการเรียนรู้เป็นไปตามความมุ่งหมายของการจัดการศึกษา (Ozdamli and Ozdal, 2017) และที่สำคัญสามารถนำไปปรับใช้กับการพัฒนาสื่อสารเรียนรู้ได้ทุกประเภท รวมถึงสื่อที่อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Shelton and Saltsman, 2006)

จากผลการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนทั้งก่อนเรียนและหลังเรียนซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิตินั้น ทั้งนี้เป็นไปตามสมมุติฐานเบื้องต้นของผู้วิจัยว่าวีดิทัศน์ที่พัฒนาขึ้นนั้นสามารถช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนได้ชัดเจน โดยเมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย 97.47 จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน ถือว่าเป็นคะแนนที่ค่อนข้างสูงและเป็นการยืนยันถึงประสิทธิผลของการเรียนรู้อย่างมีความสุขได้ชัดเจน จากการศึกษาการสะท้อนคิดของนักเรียนพบว่า นักเรียนแสดงความคิดที่สอดคล้องกับคุณลักษณะของการจัดการเรียนรู้โดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขทั้ง 6 ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดเรียงเนื้อหาจากง่ายไปยาก การสอนที่สนุก กระตุ้นการเรียนรู้ และมีการให้ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมชัดเจน ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวการจัดการศึกษาของ Kristjansson (2012) ที่ใช้กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology) ซึ่งมุ่งเน้นให้เกิดบรรยากาศการเรียนรู้ที่มีความสุข และความสุขที่เกิดขึ้นนั้นคือเป้าหมายสุดท้ายของการจัดการศึกษา และนอกจากจะช่วยให้ผู้เรียนบรรลุความมุ่งหมายของการศึกษาแล้ว การจัดการศึกษาแบบมีความสุขยังช่วยส่งเสริมให้เกิดแรงบันดาลใจ ความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสัมพันธภาพทางสังคมระหว่างกลุ่มผู้เรียนด้วยกันและระหว่างผู้เรียนกับครูผู้สอน (Talebzadeh & Samkan, 2011). องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ UNESCO เป็นองค์กรหนึ่งที่ให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษาอย่างมีความสุข โดยได้อธิบายไว้ในเอกสารเผยแพร่ของยูเนสโกไว้ว่า สถานศึกษาที่มีความสุขมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) มีบุคคลที่สร้างความสุข (People) 2) มีกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่มีความสุข (Process) และ 3) มีสถานที่ที่เอื้อให้เกิดความสุข (Place) เหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างการจัดการศึกษาที่มีความสุขและสามารถสร้างผลผลิตคือผู้สำเร็จการศึกษาที่สมบูรณ์ทั้งทางด้านวิชาการ สภาพจิตใจและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ดี (UNESCO, 2017)

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. การใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนนั้นควรผ่านกระบวนการออกแบบที่มีการเตรียมความพร้อมเป็นอย่างดี กระบวนการออกแบบและพัฒนาสื่อที่ดีจะช่วยทำให้ผลผลิตหรือตัวสื่อวีดิทัศน์นั้นมีความสมบูรณ์และพร้อมสำหรับการนำไปใช้งานต่อไป กระบวนการพัฒนาสื่อตามรูปแบบ ADDIE Model เป็นทางเลือกหนึ่งที่นำไปใช้กับการพัฒนาสื่อได้ทุกประเภท

2. การใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขนั้น นักการศึกษาหรือผู้สอนควรศึกษามิติต่าง ๆ ของการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดนี้ และฝึกฝนในด้านการจัดการเรียนรู้จนมั่นใจว่าสามารถจัดการเรียนรู้ได้ครบทุกมิติ ซึ่งจะนำไปสู่การบรรลุความสำเร็จในการสอนในลำดับต่อไป

3. ความสำเร็จในการจัดการเรียนรู้ตามทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขนั้นประกอบไปด้วยการสนับสนุนของบุคคลหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งระบบ จึงจะช่วยให้ผลที่ดีที่สุดในการจัดการศึกษา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาในมิติทางจิตใจของผู้เรียนที่ได้รับอิทธิพลมาจากการจัดการเรียนรู้อย่างมีความสุข รวมถึงผลกระทบต่อคุณลักษณะสำคัญของผู้เรียนในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การมีความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการแก้ไขปัญหา เป็นต้น

2. ควรศึกษาในลักษณะของการสร้างความร่วมมือในการจัดการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขทั้งระบบสถานศึกษาหรือภายในกลุ่มสาขาเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นภาพอัตลักษณ์ของการจัดการเรียนรู้โดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุขในรูปขององค์กรหรือการจัดการศึกษาทั้งระบบสถานศึกษา

เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.

กิตติพงษ์ ศิริพงษ์. (2554). *การพัฒนาวีดิทัศน์ภาพเคลื่อนไหว เรื่อง คำบุพบทภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอนุบาลบุรีรัมย์.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กิติยวดี บุญซื่อ และคณะ. (2540). *ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุข*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.

ปณิตา กิตติภรณ์กุล. (2551). *การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเพื่อ การสื่อสาร เรื่อง “Reported Speech” สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียน เบญจมราชูทิศ ราชบุรี.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสอนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พัชรา มูลปัญญา. (2556). *การพัฒนาบทเรียนไวยากรณ์เพื่อการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความสามารถทางการพูดภาษาอังกฤษและความเชื่อมั่นในตนเอง ของนักเรียนโรงเรียนกวดวิชา.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสอนภาษาอังกฤษ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ .

รุ่งทิวา ไขประภาย. (2550). *การพัฒนาแผนการจัดกจิกรรมการเรียนรู้ไวยากรณ์เพื่อการสื่อสารโดย ใช้เทคนิค EEE ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ. (2562). *สรุปผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2561.* สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2562, จาก http://www.newonetresult.niets.or.th.

สรรพร ศิริขันธ์. (2557). การเตรียมความพร้อมด้านเจตคติและการสร้างเสริมความเข้าใจของครูสอนภาษาอังกฤษ คนไทยในภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางเพื่ออาเซียน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น,* 8(1): 46-60.

Kirkpatrick, A. (2008). English as the Official Working Language of the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN): Features and Strategies. *English Today*, 24(2), 27-34.

Kristjánsson, Kristján. (2012). Positive Psychology and Positive Education: Old Wine in New Bottles?. *Educational Psychologist,* 47, 86-105. 10.1080/00461520.2011.610678.

Ozdal, H., & Ozdamli, F. (2017). The Effect of Infographics in Mobile Learning: Case Study in Primary School. *Journal of Universal Computer Science*, 23(12), 1256-1275.

Schwartz, S. (2013). The future of higher education: Faster, cheaper, better. *Policy*, 29(2), 3–9. Retrieved January 20, 2020, from http://www.cis.org.au/images/stories/policy-magazine/2013-winter/29-2-13-steven-schwartz.pdf.

Shelton, K., & Saltsman, G. (2006). Using the ADDIE Model for Teaching Online. *International Journal of Information and Communication Technology Education*, 2, 14-26.

Talebzadeh, F. & Samkan, M. (2011). Happiness for Our Kids in Schools: A Conceptual Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 29, 1462-1474. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.386.

UNESCO. (2017). *Promoting Learner Happiness and Well-being. Bangkok: UNESCO Office Bangkok and Regional Bureau for Education in Asia and the Pacific*. Retrieved January 20, 2020, from https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248948.

Yousef, Ahmed M. F., & Schroeder, Mohamed A. C. U. (2014). The State of Video-Based Learning: A Review and Future Perspectives. *International Journal on Advances in Life Sciences*, 6(3-4), 122-135.

ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
Factors Affecting the SETHD Index in the Stock Exchange of Thailand

จักรพิสิฐ หนูสุวรรณ*
Jakpisit Noosuwan*
นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*
Master Degree student, Business Economics*
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*
Graduate School, The University of the Thai Chamber of Commerce*
ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล**
Lalita Chanwongpaisarn Nguitragool**
อาจารย์ประจำ**
Lecturer**
คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*
School of Economics, The University of the Thai Chamber of Commerce*
อีเมล์ : maxy_khema@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปัจจัยที่ทำการศึกษา ได้แก่ ดัชนีราคาหลักทรัพย์ดาวโจนส์ (Dow Jones Index : DJI) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน (Fixed 12 Month) อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐ (Exchange Rate : ER) ดัชนีฮั่งเส็ง (Hang Seng Index : HSI) ดัชนีนิคเคอิ225 (Nikkei225 : NIKKEI) ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (Private Investment Index : PII) ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index : CPI) และราคาน้ำมันดิบดูไบ (Dubai Crude Oil Price : OP) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายเดือนระหว่างเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ.2561 รวมทั้งสิ้น 90 เดือน ศึกษาด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสหสัมพันธ์เชิงถดถอย (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Method : OLS)

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ 1)อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (Exchange Rate : ER) มีความสัมพันธ์ใน

ทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 2)ดัชนีราคาหลักทรัพย์ฮั่งเส็ง (HSI) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3)ดัชนีการบริโภค (Consumer Price Index : CPI) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ12 เดือน และดัชนีการลงทุนภาคเอกชนไม่มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ผลกระทบต่อ SETHD , ปัจจัยทางเศรษฐกิจ , ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

The objective of this article is to investigate the economic factors affecting the SETHD index in the Stock Exchange of Thailand. This study explored the factors affecting the SETHD index in the Stock Exchange of Thailand by focusing on the following variables: Dow Jones Index (DJI), 12-month fixed deposit rate, Thai baht to US dollar exchange rate (ER), Hang Seng Index (HSI), Nikkei225 (NIKKEI), Private Investment Index (PII), Consumer Price Index (CPI) , and Dubai Crude Oil Price (OP). In this study, monthly secondary data were collected and the period of study was from July 2011 to December 2018 with a total of 90 observations. Data collected were then analyzed using Multiple Regression Analysis and Ordinary Least Squares Method (OLS).

The results of this study indicated that factors affecting the SETHD index in the Stock Exchange of Thailand included 1) Thai baht to US dollar exchange rate (ER), which was negatively related to SETHD index with a statistical significance level of .01, 2) Hang Seng Index (HSI), which was positively related to SETHD index with a statistical significance level of .01, 3) Consumer Price Index (CPI), which was positively related to SETHD index with a statistical significance level of .05. However, factors statistically insignificantly related to SETHD index included 1) 12-month fixed deposit rate (INTEREST) and 2) Private Investment Index (PII).

Keywords: Factors affecting SETHD, Economic factors, Stock Exchange of Thailand

บทนำ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญต่อตลาดทุนในประเทศไทยอย่างมาก จัดตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2517 อยู่ภายใต้การกำกับดูแล สำนักงานคณะกรรมการกำกับทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เปิดทำการซื้อขายขึ้นอย่างเป็นทางการครั้งแรกในวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2518 เพื่อทำหน้าที่เป็นแหล่งระดมเงินทุนในระยะยาวและมีต้นทุนที่ต่ำให้กับธุรกิจที่จะต้องการเงินทุนในการดำเนินธุรกิจโดยการออกหลักทรัพย์เสนอขายให้แก่นักลงทุนและประชาชนทั่วไปหรือสถาบันการเงินที่มีเงินออมหรือต้องการที่จะนำเงินที่จะมาลงทุน ถ้าเป็นการเสนอขายหลักทรัพย์เพิ่มทุนครั้งแรกหรือครั้งใหม่ จะเรียกว่าเป็นการเสนอขายหลักทรัพย์ในตลาดแรก (Primary Market) ซึ่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะหน่วยงานที่จะกำกับดูแลให้มีการซื้อขายหลักทรัพย์ดำเนินการเป็นไปตามระเบียบ มีความโปร่งใสและยุติธรรม การที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีบทบาทสำคัญดังกล่าว ทำให้หลักทรัพย์ที่เสนอขายในตลาดแรกมีสภาพคล่องเพิ่มสูงขึ้น เพราะนักลงทุนหรือประชาชนทั่วไปและสถาบันการเงินสามารถทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันในตลาดรองได้ เพื่อเปลี่ยนเป็นเงินได้ตามราคาที่ถูกกำหนดขึ้นจากอุปสงค์และอุปทานของตลาดในช่วงเวลานั้น

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยที่ผู้ลงทุนและผู้ที่สนใจสามารถทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อดัชนี SETHD และสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปประกอบการพิจารณาการลงทุนในดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งดัชนีราคาหลักทรัพย์ SET HD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ หลักทรัพย์ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นองค์ประกอบของดัชนี SET100 ในรอบเดียวกัน โดยมีการจ่ายเงินปันผลต่อเนื่องซึ่งพิจารณาจากข้อมูลตามรอบบัญชีย้อนหลัง 3 ปี และมีการจ่ายเงินปันผล (Cash Dividend) โดยไม่รวมเงินปันผลพิเศษต่อเนื่องกันอย่างน้อย 3 ปี

SETHD INDEX ได้เริ่มตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2554 ใช้วิธีการคำนวณดัชนีและการปรับฐานการคำนวณดัชนีในลักษณะใกล้เคียงกับการคำนวณ SET INDEX เป็นการคำนวณแบบถ่วงน้ำหนักด้วยมูลค่าทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization Weight) และปรับฐานการคำนวณดัชนีทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของหลักทรัพย์ที่ใช้ในการคำนวณ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นของหลักทรัพย์ที่เป็นผลมาจากเหตุการณ์ต่างๆ การจ่ายปันผล SETHD INDEX จะนำอัตราผลตอบแทนจากเงินปันผล (Dividend Yield) ของแต่ละทรัพย์มารวมถ่วงน้ำหนักในการคำนวณด้วย โดยกำหนดอัตราผลตอบแทนจากเงินปันผลสูงสุดที่ใช้ในการคำนวณที่ 15% ของแต่ละทรัพย์ SETHD INDEX จะใช้ราคาหลักทรัพย์ในวันที่ 30 มิ.ย. พ.ศ.2554 เป็นวันฐาน และค่าดัชนีเริ่มต้นที่ 1,000 จุด

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ขอบเขตการศึกษา

เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ SET HD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายเดือน แบบอนุกรมเวลา (Time Series Data) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตัวแปรอิสระได้แก่ ดัชนีราคาหลักทรัพย์ดาวโจนส์ (Dow Jones Index : DJI) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน (Fixed 12 Month) อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐ(Exchange Rate : ER) ดัชนีฮั่งเส็ง (Hang Seng Index : HSI) ดัชนีนิคเคอิ (Nikkei225 : NIKKEI) ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (Private Investment Index : PII) ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index : CPI) ราคาน้ำมันดิบดูไบ (Dubai Crude Oil Price : OP) โดยระยะเวลาศึกษาตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม ปี พ.ศ. 2554 ถึง เดือน ธันวาคม พ.ศ.2561

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2.นักลงทุนสามารถใช้ผลการศึกษาเพื่อประกอบการวางแผนการลงทุนในหลักทรัพย์

ทบทวนวรรณกรรม

รัชนี รุ่งศรีรัตนวงศ์ (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อดัชนีหลักทรัพย์ SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการศึกษา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดี (MLR) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJIA) มูลค่าการซื้อขายถัวเฉลี่ยรายเดือนของนักลงทุนรายย่อย (LOCAL) อัตราแลกเปลี่ยนถัวเฉลี่ยรายเดือนค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (THB) ราคาทองคำต่างประเทศถัวเฉลี่ยรายเดือน (GOLD) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาด้วยวิธีการสร้างสมการถอดถอยเชิงซ้อน (Multiple Linear Regressions) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares : OLS)

พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ SET50 คือ ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJIA) และมูลค่าการซื้อขายถัวเฉลี่ยรายเดือนของนักลงทุนรายย่อย (LOCAL) ที่ระดับนัยสำคัญร้อยละ 99 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ SET 50 ส่วนตัวแปรอิสระที่เหลืออีก 3 ตัวแปรได้แก่ อัตราดอกเบี้ย

เงินกู้ลูกค้าชั้นดี (MLR) อัตราแลกเปลี่ยนถัวเฉลี่ยรายเดือนค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (THB) และราคาทองคำต่างประเทศถัวเฉลี่ยรายเดือน (GOLD) ไม่ส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาตลาดทรัพย์ SET50

อัครเดช บุญญยุวะ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการศึกษา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดี (MLR) มูลค่าการซื้อขายถัวเฉลี่ยรายเดือนของนักลงทุนรายย่อย (IND) อัตราแลกเปลี่ยนถัวเฉลี่ยรายเดือนค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (EXCH) อัตราเงินปันผลตอบแทนของตลาด (DIVIDEND YIELD) ดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศไทย (CPI) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาด้วยวิธีการสร้างสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Linear Regressions) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares : OLS)

พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนถัวเฉลี่ยรายเดือนค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (EXCH) และอัตราเงินปันผลตอบแทนของตลาด (DIVIDEND YIELD) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันกับ SETHD อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 5% และตัวแปรอิสระที่เหลืออีก 3 ตัวแปรไม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยการนำข้อมูลทุติยภูมิจากการเก็บรวมรวบที่ได้มา Run Regression เพื่อตรวจสอบดูข้อมูลได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์(Coefficient) ค่าความน่าจะเป็น (Probability) เมื่อเทียบกับนัยสำคัญทางสถิติ ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (R-squared) โดยใช้ (Multiple Linear Regressions) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares : OLS)

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์สหสมพันธ์ (Correlation Analyzsis)

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระสองตัวแปรโดยใช้วิธี (Pearson Correlation) ซึ่งค่าความสัมพันธ์ที่ได้นั้นมีค่าเข้าใกล้ -1 ถึง 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงแต่ถ้าหากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยหรือไม่มีเลยสำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หากพบว่ามีตัวแปรต้นคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันเกิน .80 จะทำการแก้ไขปัญหาด้วยการเลือกตัดตัวแปรต้นที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยที่สุดออก

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity เป็นการทดสอบว่าความแปรปรวนของตัวคลาดเคลื่อนที่ได้จากสมการประมาณค่ามีค่าไม่คงที่ตามข้อสมมติของวิธีของกำลังสองน้อยที่สุด(Ordinary Least Squares : OLS) หรือไม่ หากตัวแปรคลาดเคลื่อนมีความแปรปรวนไม่คงที่ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยมีค่าแตกต่างไปจากความเป็นจริงส่งผลให้ค่า t-statistic มีค่าสัมประสิทธิ์ไม่น่าเชื่อถือโดยทำการตรวจสอบด้วยวิธี Heteroskedasticity Test : White

ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบปัญหา Autocorrelations ว่ามีปัญหาหรือไม่ โดยเกิดขึ้นเนื่องจากการที่ตัวคลาดเคลื่อนมีสหสัมพันธ์ระหว่างกันหรือตัวคลาดเคลื่อนมีการกระจายที่ไม่เป็นอิสระแก่กันซึ่งจะผิดข้อสมมติพื้นฐานของวิธีการกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares : OLS) ที่มีข้อสมมติฐานว่าตัวคลาดเคลื่อนต้องไม่มีสหสัมพันธ์ระหว่างกันมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวคลาดเคลื่อนอาจเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางบวก เรียกว่า Positive Autocorrelations หรือทิศทางลบ เรียนกว่า Negative Autocorrelations ก็ได้และตัวคลาดเคลื่อนอาจมีความสัมพันธ์ในเวลาที่แตกต่างกันได้การตรวจสอบปัญหา Autocorrelations จะดูจากค่าสถิติ Durbin-Watson (D.W.) ดังนั้นโดยทั่วไปมักจะพิจารณาว่าถ้าหากค่า D.W. มีค่าใกล้เคียง 2 ก็แสดงว่าสมการถดถอยที่กำลังพิจารณาไม่มีปัญหา Autocorrelation

ขั้นตอนที่ 5 แก้ไขปัญหา Autocorrelations

จากการคำนวณค่า Durbin-Watson (D.W.) มีค่า 1.5759 n = 90 และ k = 5 พบว่าค่า d_L = 1.406 และ d_U = 1.636 ซึ่งเกิดปัญหา Perfect Positive Autocorrelations แก้ไขปัญหาโดยวิธี The Cochrane-Orcutt Iterative Method ค่า Durbin-Watson (D.W.) = 1.806 แสดงว่าสมการถดถอยที่กำลังพิจารณาไม่มีปัญหา Autocorrelations

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

$$SETHD = \alpha + \beta_1 DJI + \beta_2 INTEREST + \beta_3 ER + \beta_4 HSI + \beta_5 NIKKEI + \beta_6 PII + \beta_7 CPI + \beta_8 OilDubai + \varepsilon$$

SETHD	คือ ดัชนีราคาของหลักทรัพย์ 30 ตัวที่มีการจ่ายปันผลสูง
DJI	คือ ดัชนีราคาหลักทรัพย์อุตสาหกรรมดาวโจนส์
INTEREST	คือ เงินฝากประจำ 12 เดือน
ER	คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐ
HSI	คือ ดัชนีราคาหลักทรัพย์ฮั่งเส็ง

NIKKEI	คือ ดัชนีราคาหลักทรัพย์นิคเคอิ
PII	คือ ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน
CPI	คือ ดัชนีการบริโภค
OILDUBAI	คือ ราคาน้ำมันดิบดูไบ
ε	คือ ค่าความผิดพลาด (Error term)

สรุปผลการศึกษา

จากการประมาณการแบบจำลองด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด ทดสอบและแก้ไขปัญหาต่างๆ ตามกระบวนการ ได้ผลการประมาณการ ดังแสดงในสมการนี้

SETHD = -928.2960 + 14.27904Interest - 28.11652ER + 0.014388HSI – 0.394569PII

t-statistic (-0.974549) (0.657433) (-3.223891)*** (3.480473)*** (-0839320)

+ 26.95234CPI + ε

t-statistic (2.585378)**

R-squared = 0.89

Adjusted R^2 = 0.88

S.E. of regression = 35.15

F-statistic = 96.35 (sig = 0.00000)

*** นัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99 %

** นัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 %

* นัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 90 %

การคำนวณค่า F = 96.35 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ซึ่งค่า Prob (F-Statistic) = 0.00000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงส่งผลให้มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่มีผลต่อ ดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน (Fixed 12 Month) อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (Exchange Rate : ER) ดัชนีราคาหลักทรัพย์ฮั่งเส็ง (HSI)

ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (Private Investment Index : PII) ดัชนีการบริโภค (Consumer Price Index : CPI) โดยตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (Exchange Rate : ER) ดัชนีราคา

หลักทรัพย์ฮั่งเส็ง (HSI) และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ดัชนีการบริโภค (Consumer Price Index : CPI) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 89 (R-squared) และการพยากรณ์การประมาณการร้อยละ 88 (Adjusted R^2) และ ความคลาดเคลื่อนมาตราฐานในการพยากรณ์ SE = 35.15 จากการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่ามี 3 ปัจจัยที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่ง ได้แก่

1.อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (Exchange Rate : ER) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (Exchange Rate : ER) เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะทำให้ดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไป 28.11652 หน่วย หากเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่า จะทำให้เม็ดเงินของนักลงทุนต่างชาติไหลออกจากตลาดหุ้นไทย มีผลทำให้ดัชนีหุ้นไทยปรับลดลง ขณะเดียวกันการถือเงินบาทไว้ทำให้นักลงทุนต่างชาติขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน

หากเงินบาทแข็งค่าขึ้น เม็ดเงินลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติจะไหลเข้ามาลงทุนในตลาดหุ้นไทย ทำให้ดัชนีหุ้นปรับขึ้น ขณะที่นักลงทุนต่างชาติได้รับกำไร 2 ต่อ คือ กำไรจากการแข็งค่าของเงินบาท และกำไรจากการปรับขึ้นของราคาหุ้น (Tsai, (2012).

2.ดัชนีราคาหลักทรัพย์ฮั่งเส็ง (HSI) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ถ้าดัชนีราคาหลักทรัพย์ฮั่งเส็ง (HSI) เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะทำให้ดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไป 0.01438 หน่วย เมื่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ฮั่งเส็ง (HSI) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นภาคเศรษฐกิจและภาคการลงทุนทั่วโลกมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น ทำให้การลงทุนในตลาดทุนทั่วโลกเพิ่มสูงขึ้นและทำให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมากขึ้นอีกด้วยและจะส่งผลทำให้เกิดความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนในประเทศมากขึ้นทำให้มีการนำเงินมาลงทุนในตลาดหุ้นเพิ่มสูงขึ้นส่งผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น

3.ดัชนีการบริโภค (Consumer Price Index : CPI) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ถ้าดัชนีการบริโภค (Consumer Price Index : CPI) เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะทำให้ดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไป 26.95234 หน่วย เนื่องจากดัชนีการบริโภค (Consumer Price Index : CPI) เป็นดัชนีตัวหนึ่งที่จะสะท้อนถึงความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายของผู้บริโภคซึ่งจะเป็นตัวประเมินความรู้สึกของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในปัจจุบันและอนาคต รายได้ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตเศรษฐกิจมีแนวโน้มทิศทางเป็นอย่างไร หากผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นที่สูงขึ้นส่งผลทำให้มีการจับจ่ายใช้

สอยกันเพิ่มสูงขึ้นทำให้ภาคเอกชนมีการลงทุนเพิ่มมากขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น

ตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญ ได้แก่ 1.อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน (Fixed 12 Month) 2.ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (Private Investment Index : PII)

อภิปรายผลการศึกษา

บทความนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจมหภาคที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้สหสัมพันธ์เชิงถดถอย (Multiple Regression Analysis) มาประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) อภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ดัชนีราคาหลักทรัพย์ดาวโจนส์ (Dow Jones Index : DJI) ไม่มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฉนวน คำอยู่ (2543) รัชนี รุ่งศรีรัตนวงศ์ (2553) และ ชนิษฎา ถนัดค้า (2553) ที่พบว่า ดัชนีราคาหลักทรัพย์ดาวโจนส์ (Dow Jones Index : DJI) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในทิศทางเดียวกัน

อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน (Fixed 12 Month : Interest) ไม่มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนิษฎา ถนัดค้า (2553) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในทิศทางตรงกันข้าม

อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐ (Exchange Rate : ER)) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (Exchange Rate : ER) เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะทำให้ดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไป 28.11652 หน่วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัครเดช บุญญยุวะ (2560) และ ชนิษฎา ถนัดค้า (2553) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามทิศทางตรงกันข้าม และไม่สอดคล้องกับ ฉนวน คำอยู่ (2543) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในทิศทางเดียวกัน และ รัชนี รุ่งศรีรัตนวงศ์ (2553) ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ดัชนีฮั่งเส็ง (Hang Seng Index : HSI)) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ถ้าดัชนีราคาหลักทรัพย์ฮั่งเส็ง (HSI) เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะทำให้ดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไป 0.01438 หน่วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฉนวน คำอยู่ (2543) และ นางสาวชนิษฎา ถนัดค้า (2553)) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามทิศทางเดียวกัน

ดัชนีนิคเคอิ (Nikkei225 : NIKKEI) ไม่มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฉนวน คำอยู่ (2543) และ ชนิษฎา ถนัดค้า (2553) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามทิศทางเดียวกัน

ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (Private Investment Index : PII) ไม่มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนิษฎา ถนัดค้า (2553) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามทิศทางเดียวกัน

ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index : CPI) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ถ้าดัชนีการบริโภค (Consumer Price Index : CPI) เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะทำให้ดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไป 26.95234 หน่วย มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัครเดช บุญญยุวะ (2560) ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ราคาน้ำมันดิบดูไบ (Dubai Crude Oil Price : OP) ไม่มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนิษฎา ถนัดค้า (2553) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามทิศทางตรงกันข้าม

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคที่มีระดับนัยสำคัญในการดูทิศทางต่างๆที่มีผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (Exchange Rate : ER) ดัชนีราคาหลักทรัพย์ฮั่งเส็ง (HSI) ดัชนีการบริโภค (Consumer

Price Index : CPI) ซึ่งสามารถนำปัจจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการพยากรณ์หรือคาดการณ์ว่า ดัชนีราคาหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

ควรเพิ่มปัจจัยที่เลือกนำมาศึกษาให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อที่จะให้งานวิจัยมีความเชื่อมั่นรวมไปถึงการพยากรณ์ที่มีความน่าเชื่อถือเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งในช่วงเวลาที่ได้ทำการศึกษาสามารถเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาในการวิเคราะห์แบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา ช่วงที่ 1 เป็นช่วงเวลาก่อนที่ประเทศไทยมีสถานการณ์ทางการเมืองที่ไม่สงบก่อนที่จะทำการรัฐประหารและช่วงที่ 2 เป็นช่วงเวลาที่หลังจากการรัฐประหารว่ามีผลกระทบต่อดัชนีราคา SETHD มากน้อยเพียงใดรวมไปถึงความเชื่อมั่นและการพยากรณ์การประมาณการที่เหมาะสมกับข้อมูลอนุกรมเวลา

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงพาณิชย์. (2561). สรุปดัชนีราคาผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2562.

http://www.indexpr.moc.go.th/price_present/cpi/stat/others/indexg_report2.asp?list_year=2561

ฉนวน คำอยู่. (2543). ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยกำหนดราคาหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. หลักสูตรเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาเศรษฐศาตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ชนิษฎา ถนัดค้า. (2553). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดัชนี SET50. งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). สรุปสถิติสำคัญของตลาดหลักทรัพย์. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2562 https://www.set.or.th/set/mainpage.do?language=th&country=TH

รัชนี รุ่งศรีรัตนวงศ์. (2553). ได้ศึกษาเรื่องปัจจที่ส่งผลต่อดัชนีราคาทรัพย์ SET50.

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการเงิน
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

อัครเดช บุญญยุวะ. (2560). ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ SETHD ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Tsai, I-C. (2012). The relationship between stock price index and exchange rate in Asian markets: Aquantile regression approach. Journal of International Financial Markets, Institutions & Money, 22, pp. 609-621. Retrieved September 6, 2019, from https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/why-the-currency-associated-with-stock-market.html

การสำรวจและสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา

The Survey and Synthesis of Indicators of the Evaluation Assessors' Characteristics, and Educational Research

สิริกร โตสติ
Sirikorn Tosati
อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการประเมินผลและวิจัยทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
Lecturer, Educational Evaluation and Research Program, Faculty of Education,
Bansomdejchaopraya Rajabhat University
อีเมล์ : Sirikorn.to@bsru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา ทำการเก็บข้อมูลจากการสังเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์ผู้บริหาร ครูที่เกี่ยวข้องกับงานวัดผลประเมินผล และวิจัยทางการศึกษาในโรงเรียน จำนวน 25 คน เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า

คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ความรู้ความสามารถ ประกอบด้วย 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ ระเบียบวิธีวิจัยและการทำวิจัยในชั้นเรียน การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ วิชาชีพครู

องค์ประกอบที่ 2 จรรยาบรรณและคุณธรรม ประกอบด้วย 9 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ ความยุติธรรม มุ่งมั่นในการทำงาน มีวินัย รับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ มีจิตสาธารณะ เมตตากรุณา เคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้อื่น ทัศนคติที่ดีต่อการทำวิจัย

องค์ประกอบที่ 3 บุคลิกภาพ ประกอบด้วย 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ พฤติกรรมการแสดงออก แต่งกายสุภาพเรียบร้อย รู้จักกาลเทศะ

องค์ประกอบที่ 4 ทักษะการวัดประเมินและวิจัย ประกอบด้วย 12 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ ช่างสังเกต การสืบค้นและแสวงหาความรู้ สังเคราะห์ข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูล การเลือกใช้สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอสื่อสาร การใช้ประโยชน์และให้ข้อมูลป้อนกลับ ทักษะการสอน มีทักษะการวางแผนและทำงานอย่างเป็นระบบ วิพากษ์วิจารณ์เชิงลึกอย่างมีหลักการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีไหวพริบแก้ไขปัญหา

คำสำคัญ : ตัวบ่งชี้, คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา

Abstract

The study aims to survey and synthetic the Indicators of the evaluation assessors' characteristics, and educational research. Collecting data from document synthesis, executive interview, there samples were 25 teachers who involved in evaluation and educational research in school. The research instrument were interview forms created by the researcher. The data was analyzed by using content analyses.

The result of the study found that the evaluation assessors' characteristics, and educational research consisted of 4 factors as followed:

The first factor: knowledge and competence consisted of 3 indicators which were research methodology, classroom action research, assessment and evaluation of learning and teaching profession.

The second factor: ethics and morals consisted of 9 indicators which were justice, work commitment, discipline, assignment responsibility, honesty, public mind, benevolence, respect the others' academic opinions, having good attitude towards doing research.

The third factor: personality consisted of 3 indicators which were behavior expression, dressed property, and knowing circumstances.

The fourth factor: assessment and research skills consisted of 12 indicators which were being observant, searching and research for knowledge, information synthesis, data collection, choosing statistics, and data analysis, communicative presentation, using of benefits and providing feedback, instructional skills, planning skills and systematic work, principles of in-depth criticism, creative ideas, and problem solving skills.

Key Words: indicators, Indicators of the Evaluation Assessors' Characteristics, and Educational Research.

บทนำ

การพัฒนาวิชาชีพครูเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน ครูจึงมีหน้าที่พัฒนาตนเองในหลายศาสตร์ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผู้เรียน นอกเหนือจากเนื้อหาวิชาเฉพาะที่ครูสอน องค์ความรู้ด้านการวิจัย การวัดและประเมินผลถือเป็นศาสตร์สำคัญที่ช่วยสนับสนุนงานครู โดยถือเป็นสมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพครู (สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา, 2556) ถ้าครูมีบทบาทเป็นนักวิจัยในลักษณะของการทำงานที่มีการวิจัยเป็นฐาน ครูจะสามารถนำกระบวนการวิจัยมาใช้เป็นเครื่องมือในการแสวงหาวิธีปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชั้นเรียนของครู นอกจากนี้ถ้าครูเข้าใจศาสตร์ด้านการวัดประเมินผล ก็จะสามารถวัดผลผู้เรียนได้ตรงตามสภาพจริง

อย่างไรก็ดี แม้ว่าหลักสูตรผลิตครูในทุกสถาบันการศึกษา จะมีรายวิชาด้านการวิจัย การวัดและประเมินผลการเรียนรู้เพื่อพัฒนาเตรียมบัณฑิตที่จะออกไปปฏิบัติหน้าที่ครู แต่เป็นรายวิชาที่เรียนแบบแยกส่วนและไม่ได้มีการติดตามถึงคุณลักษณะเฉพาะที่จำเป็นของครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา จากผลการวิจัยของนันทวัน สวัสดิ์ภูมิ (2540) และ สุธาสินี บุญญาพิทักษ์ (2545) เกี่ยวกับการพัฒนาครูประจำการด้านการวิจัย พบปัญหาสำคัญใน 3 ประการ ประการแรก การที่ครูไม่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำวิจัย ไม่มีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน รวมทั้งครูไม่เห็นคุณค่าและประโยชน์ของการทำวิจัย เมื่อประกอบกับปัญหาที่ครูมีภาระงานมาก จึงทำให้ครูไม่ทำการวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียน ประการที่สองปัญหาที่เกี่ยวกับเส้นทางการพัฒนาครูสู่การเป็นครูนักวิจัย สรุปได้ว่าการเป็นครูนักวิจัยนั้นต้องมีพื้นฐานการเป็นครูที่ดี และต้องมีคุณลักษณะทางวิชาชีพครู ได้แก่ มีความรู้แตกฉานในรายวิชาที่สอน มีความสามารถในการสังเกตการวิเคราะห์ และประการสุดท้าย ครูยังมีปัญหาอยู่มากในการปรับเปลี่ยนสถานะของตนเองสู่การเป็นครูนักวิจัยตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ นอกจากนี้งานวิจัยของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2551, น. 45) ได้ศึกษาปัญหาการวัดและประเมินผลที่เกิดจากการวัดประเมินผลตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ในมุมมองของครูผู้สอน พบปัญหาเกี่ยวกับการวัดประเมินผลดังนี้ (1) มีความสับสนในคำศัพท์ต่างๆ ที่อยู่ในหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2) ขาดความมั่นใจในวิธีการปฏิบัติของการวัดประเมินสภาพจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับเทคนิคการวัดและวิธีประเมิน และ (3) เอกสารเกี่ยวกับการวัดและประเมิน ผู้เรียนในสถานศึกษาต้องการการจัดทำเป็นจำนวนมาก แต่ไม่มีแบบฟอร์มที่สะดวกต่อการกรอกหรือดำเนินการ ทำให้ครูต้องมีภาระเพิ่มขึ้น

สภาพปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของคุณลักษณะการวัดผล ประเมินผลและวิจัยทางการศึกษาที่ครูต้องพึงมี จึงสนใจที่จะสำรวจและทำการสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะครูนักวัดผลประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตัวบ่งชี้คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผลและวิจัยทางการศึกษาที่มีคุณภาพ สามารถนำไปเป็นข้อมูลสะท้อนกลับให้กับการพัฒนาหลักสูตรการผลิตครู โดยเฉพาะเนื้อหาวิชาด้านการวิจัย การวัดและประเมินผล ให้สามารถผลิตบัณฑิตที่ปฏิบัติได้จริง และเป็นที่ต้องการของผู้ใช้บัณฑิตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสำรวจและสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา

ประโยชน์การวิจัย

1. ข้อค้นพบที่ได้จะนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาตัวบ่งชี้คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษาที่มีคุณภาพ สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

2. ข้อค้นพบที่ได้จะเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาคุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษาให้มีคุณภาพ และเป็นที่ต้องการของผู้ใช้บัณฑิต

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับครูด้านการวัดผล ประเมินผล และการวิจัย

1.2 กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้เกี่ยวข้อง/ผู้ที่ใช้บัณฑิต จำนวน 25 คน ได้มาจากการคัดเลือกครู ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับงานด้านวิจัย การวัดและประเมินในสถานศึกษา ตามเกณฑ์ คือ 1) มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการการวิจัย การวัดประเมินผลในโรงเรียนมาไม่น้อยกว่า 10 ปี และ 2) ยินดีให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา

เครื่องมือและวิธีการดำเนินงานวิจัย

เครื่องมือ

แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านวัด ประเมิน /วิจัยทางการศึกษาจำนวน 3 ท่าน มีข้อคำถามดังนี้

1) คุณลักษณะของครูวัด ประเมินผลที่ท่านต้องการในหน่วยงานเป็นอย่างไร

2) คุณลักษณะของครูวิจัยที่ท่านต้องการในหน่วยงานเป็นอย่างไร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยให้นักศึกษานัดหมายสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า และขออัดเสียง ทั้งนี้ได้มีการฝึกปฏิบัติการการสัมภาษณ์ อัดเสียง ถอดเทปและสรุปประเด็นเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากที่ศึกษาเอกสารงานวิจัยและสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา พบคุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษาที่สำคัญดังตาราง

ตารางที่ 1 ตารางสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา

ผู้แต่ง / ตัวบ่งชี้	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]	[11]	[12]	[13]	[14]	[15]	[16]	[17]	[18]	[19]	[20]	[21]	[22]	[23]	[24]	[25]	[26]	[27]	[28]	[29]	[30]	รวม
ความรู้ความสามารถ																															
ระเบียบวิธีวิจัยและการทำวิจัยในชั้นเรียน	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓					✓		✓	✓		✓	✓				✓						14
การวัดและประเมินผลการเรียนรู้	✓	✓	✓			✓		✓	✓	✓		✓	✓			✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓	20
วิชาชีพครู			✓														✓							✓			✓				4
จรรยาบรรณและคุณธรรม																															
ความยุติธรรม						✓	✓			✓					✓	✓			✓	✓		✓				✓		✓	✓		11
มุ่งมั่นในการทำงาน						✓								✓															✓		3
มีวินัย						✓				✓															✓				✓		4
รับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย						✓	✓		✓	✓	✓			✓					✓			✓							✓		9
ความซื่อสัตย์						✓	✓		✓	✓	✓	✓				✓			✓			✓			✓	✓	✓		✓		13
มีจิตสาธารณะ										✓						✓															2
เมตตากรุณา										✓												✓									2
เคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้อื่น										✓						✓						✓									3
ทัศนคติที่ดีต่อการทำวิจัย																	✓														1
บุคลิกภาพ																															
พฤติกรรมการแสดงออก		✓																													1
แต่งกายสุภาพเรียบร้อย										✓																					1
รู้จักกาลเทศะ										✓																					1
ทักษะการวัดประเมินและวิจัย																															
ช่างสังเกต																✓					✓	✓						✓			4
การสืบค้นและ			✓	✓	✓	✓		✓		✓		✓							✓				✓	✓		✓	✓	✓		✓	14

ผู้แต่ง / ตัวบ่งชี้	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]	[11]	[12]	[13]	[14]	[15]	[16]	[17]	[18]	[19]	[20]	[21]	[22]	[23]	[24]	[25]	[26]	[27]	[28]	[29]	[30]	รวม
แสวงหาความรู้																															
สังเคราะห์ข้อมูล	✔	✔		✔	✔								✔		✔																6
เก็บรวบรวมข้อมูล	✔	✔		✔	✔										✔																5
การเลือกใช้สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล	✔	✔		✔	✔			✔	✔				✔		✔	✔		✔		✔	✔							✔		13
นำเสนอ สื่อสาร		✔				✔			✔											✔							✔		✔		6
การใช้ประโยชน์และให้ข้อมูลป้อนกลับ																		✔													1
ทักษะการสอน		✔		✔																											2
มีทักษะการวางแผนและทำงานอย่างเป็นระบบ						✔					✔				✔	✔		✔			✔	✔	✔		✔			✔	✔	11
วิพากษ์วิจารณ์เชิงลึกอย่างมีหลักการ															✔																1
มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์										✔		✔			✔		✔					✔	✔			✔	✔			✔	9
มีไหวพริบแก้ไขปัญหา																			✔		✔	✔			✔			✔		✔	6

หมายเหตุ *[1]ประภารัตน์ มีเหลือ, [2]ธีรวัฒน์ ฆะราช, [3]ศราวุธ คำแก้ว, [4]โกศล ภูศรี, [5]ไพวัน ดวงพะจัน, อรนุช ศรีสะอาดและธีรวุฒิ เอกะกุล, [6]อมรา เพชรแผ่ศรี, [7] ชนิสรา พรมโคตร, [8] พลรพี ทุมมาพันธ์, [9]กฤติยาพร สีเมฆ, [10]พิชิต เชาว์ชาญ, [11]ธนิวรรณ ถิระประพัฒน์, [12]ศศิธร ธรรมเกษตรศรี, [13]ลำใย สนั่นรัมย์, [14]วุฒิจักร ทบโคตร, [15]นิ่มนวล แดงบรรดิษฐ, [16]สุดใจ จัตุพรม, [17]ภูษณทัศ ผลทับทิมธนา, [18]ปาริชาติ ศรีวะรมย์, [19]กฤษณา เต็งสุวรรณ์, [20]อภิชา อารุณโรจน์, [21]สิดารัศมิ์ สิงหเดชาสิทธิ์, [22]ประภาพัฒน์ หิรัญวัฒนาชัย [23]สุตาภัทร สิทธิโสภณ, [24]สุภาวดี ฝ่ายบุญ, [25]นิตยา คงสนิท, [26]ชฎาธาร มั่นหมาย, [27]วันฟาดีละห์ แวเย็ง, [28]สุนทรี สอนศรี, [29]ธีรพล ถนอมชาติ, [30]วิมลวรรณ หนูเหมือน

ข้อความผลการสัมภาษณ์ครู ผู้บริหาร ผู้เกี่ยวข้องกับครูด้านการวัดประเมินผล และการวิจัยทางการศึกษาในโรงเรียน จำแนกตามองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ความรู้ความสามารถ

“...ควรมีความรู้เกี่ยวกับหลักการและเทคนิควิธีการวัดและประเมินผลที่ถูกต้อง ทันสมัย....”

“...ครูวิจัยควรมีความรู้ด้านระเบียบวิธีวิจัยที่ถูกต้องและหลากหลาย โดยเฉพาะวิธีวิจัยที่ครูจำเป็นต้องใช้มีประสบการณ์ในการทำวิจัยมาพอสมควร...”

องค์ประกอบที่ 2 จรรยาบรรณและคุณธรรม

“...มีความเป็นกลาง ไม่เห็นแก่พวกพ้อง หรือเลือกที่รักมักที่ชัง เพราะจะทำให้ผลการประเมินต่าง ๆ ของนักเรียนเอนเอียงไปจากที่ควรจะเป็นซึ่งในส่วนนี้ครูค่อนข้างให้ความสำคัญมาก...”

“...ต้องเป็นคนที่สนใจหาความรู้และสร้างสิ่งใหม่ๆ ต้องเป็นคนขยัน มีวินัย รับผิดชอบต่องานวิจัยของตนเอง...”

“...รับผิดชอบต่อสิ่งที่ศึกษาวิจัยไม่ว่าเป็นสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิตก็ตาม เคารพศักดิ์ศรีและสิทธิของผู้อื่น มีอิสระทางความคิด ไม่อคติเบี่ยงเบนผลการวิจัย...”

“...ความเข้าใจที่ดีและทัศนคติที่ดีต่อการทำวิจัย...”

“...ปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพของนักวัดผล มีคุณธรรมจริยธรรมไม่เอนเอียงต่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง...”

องค์ประกอบที่ 3 บุคลิกภาพ

“...ต้องมีบุคลิกภาพดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย รู้จักดำเนินชีวิตในทางที่ถูกที่ควรและการวางตัวดี รู้จัก กาลเทศะ...”

องค์ประกอบที่ 4 ทักษะการวัดประเมินและวิจัย

“...มีความสามารถในการใช้ภาษา ต่อยอดสิ่งต่างๆ ได้ดี...”

“...มีทักษะของการสร้างเครื่องมือและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ที่เหมาะสมและทันสมัย...”

“...มีความสามารถในการเลือกใช้วิธีวิจัยและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัยได้อย่างเหมาะสม...”

“...สร้างเครื่องมือที่จะทำการวิจัย , มีความรู้ทางสถิติ ความคิดวิเคราะห์เชิงเหตุผลและทักษะการเขียน...”

“...หมั่นศึกษา ค้นคว้าหาความรู้ให้ทันสมัย และพัฒนางานอยู่เสมอ....”

“...ทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อค้นคว้าหาสาเหตุ หรือประเด็นที่สงสัยได้...”

“...สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรม (เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย) ใหม่ๆ ที่ทันสมัยเหมาะสมกับบริบท และสังคม...”

“...ต้องเป็นคนที่วางแผนการวิจัยเป็นต้องสามารถออกแบบการวิจัยมองประเด็นปัญหานำสู่การทำวิจัยได้ และ สร้างเครื่องมือวิจัยเป็นรวมทั้งสามารถวิจัยที่เป็นวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณได้ทั้งสองอย่าง”

“...ช่างสังเกตและบันทึกข้อมูลในชั้นเรียนอยู่เสมอ เมื่อเห็นปัญหาก็พยายามแก้ไขหรือทำการวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหานั้น

“...มีทักษะการใช้โปรแกรมพื้นฐานทางสถิติที่ใช้ในการทำวิจัย....”

“...ช่างสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเหตุและผล มีจิตใจที่เป็นกลางและต้องยอมรับในความคิดเห็นของผู้อื่น...”

ดังนั้น สรุปผลการสังเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์ พบคุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ความรู้ความสามารถ ประกอบด้วย 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ ความรู้ความสามารถด้านระเบียบวิธีวิจัยและการทำวิจัยในชั้นเรียน ความรู้ความสามารถด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ความรู้ความสามารถด้านวิชาชีพครู

องค์ประกอบที่ 2 จรรยาบรรณและคุณธรรม ประกอบด้วย 9 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ ความยุติธรรม มุ่งมั่นในการทำงาน มีวินัย รับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ มีจิตสาธารณะ เมตตากรุณา เคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้อื่น ทัศนคติที่ดีต่อการทำวิจัย

องค์ประกอบที่ 3 บุคลิกภาพ ประกอบด้วย 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ พฤติกรรมการแสดงออก แต่งกายสุภาพเรียบร้อย รู้จักกาลเทศะ

องค์ประกอบที่ 4 ทักษะการวัดประเมินและวิจัย ประกอบด้วย 12 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ ช่างสังเกต การสืบค้นและแสวงหาความรู้ สังเคราะห์ข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูล การเลือกใช้สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอสื่อสาร การใช้ประโยชน์และให้ข้อมูลป้อนกลับ ทักษะการสอน มีทักษะการวางแผนและทำงานอย่างเป็นระบบ วิพากษ์วิจารณ์เชิงลึกอย่างมีหลักการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีไหวพริบแก้ไขปัญหา

อภิปรายผลการวิจัย

1) ผลการสำรวจและสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษาพบองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความรู้ความสามารถ ด้านจรรยาบรรณและคุณธรรม ด้านบุคลิกภาพ และ ด้านทักษะการวัดประเมินและวิจัย ซึ่ง 2 ใน 4 ด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของโกศล ภูศรี. (2554) ที่ทำการพัฒนาตัวบ่งชี้รวมคุณลักษณะของครูนักวิจัยในยุคปฏิรูปการศึกษา พบคุณลักษณะของครูนักวิจัย ได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านทักษะ คุณลักษณะที่เอื้อต่อความเป็นครูนักวิจัย เช่น การค้นคว้าแสวงหาคำตอบอย่างเป็นระบบด้วยกระบวนการวิจัย การวางแผน ฯลฯ ซึ่งเทียบเคียงกับด้านความรู้ความสามารถ และด้านทักษะ

สำหรับองค์ประกอบด้านคุณธรรมจริยธรรม ก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของคุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา ทั้งตัวบ่งชี้ด้านความยุติธรรม ความมุ่งมั่นในการทำงาน ความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ความซื่อสัตย์ การเคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้อื่น โดยในการเรียนกลุ่มวิชาชีพครู รายวิชาการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ และรายวิชาการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ต้องเรียนหัวข้อ

คุณสมบัตินักวัดประเมินผล นักวิจัยที่ดี (สุภรณ์ ลิ้มบริบูรณ์และคณะ, 2559) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ครู ผู้บริหารโรงเรียนและผู้เกี่ยวข้องทุกคน ที่มองว่าองค์ประกอบด้านนี้มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษาในโรงเรียน

เช่นเดียวกันกับ องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ ก็มีความสำคัญในการบ่งชี้คุณลักษณะครูนักวัดผลประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา ดังที่รัตนาภรณ์ แววกระโทก (2554) ได้กล่าวว่า นักวิจัยผู้ที่มีบุคลิกภาพที่ดี จะมีคุณลักษณะและความสามารถทางจิตที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่ 1) ความสามารถในการรับรู้และเข้าใจสภาพความจริงอย่างถูกต้อง 2) การแสดงอารมณ์ในลักษณะและขอบเขตที่เหมาะสม 3) ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม 4) ความสามารถในการทำงานที่อำนวยคุณประโยชน์ 5) ความรักและการต้องการทางเพศ และ 6) ความสามารถในการพัฒนาตน ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยเอื้อต่อความสำเร็จในการทำงาน

2) จากการสำรวจและสังเคราะห์คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา พบว่าข้อค้นพบมีการแยกองค์ประกอบ ด้านความรู้ความสามารถด้านการวัดประเมินผลวิจัย กับ ทักษะการวัดประเมินและวิจัย เนื่องจาก 2 เรื่องนี้แม้จะมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน แต่ในการปฏิบัติงานจริงมีความแยกส่วนกันอย่างชัดเจน ซึ่งผลการสัมภาษณ์ ครู ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องมองว่า ด้านความรู้เป็นเพียงมิติของการวัดด้านพุทธิพิสัย เป็นความรู้ที่อยู่ภายในสมอง แต่ทักษะเป็นสิ่งที่ครูจะปฏิบัติให้เห็น และทำผลงานให้ปรากฏขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

1) ควรมีการนำผลการสำรวจและสังเคราะห์คุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษาไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิจัยต่อในการสร้างและพัฒนาตัวบ่งชี้คุณลักษณะครูนักวัดผลประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา

2) ควรมีการวิจัยสำรวจเกี่ยวกับความคิดเห็นของครูในเรื่องคุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษาในวงกว้างที่ครอบคลุมประชากรมากกว่านี้

3) ควรมีการวางแผนร่วมมือกันระหว่างสถานศึกษาและสถาบันผลิตบัณฑิตครูในการร่วมกันพัฒนาคุณลักษณะครูนักวัดผล ประเมินผล และวิจัยทางการศึกษา โดยประสานความร่วมมือการให้ข้อมูลความต้องการ ปัญหาอุปสรรค โอกาสในการฝึกปฏิบัติงานเพื่อความก้าวหน้าทางวิชาชีพครู

เอกสารอ้างอิง

โกศล ภูศรี. (2554). *การพัฒนาตัวบ่งชี้รวมคุณลักษณะของครูนักวิจัยในยุคปฏิรูปการศึกษา.* วิทยานิพนธ์การศึกษาหลักสูตรมหาบัณฑิต. สาขาวิจัย วัดผล และสถิติการศึกษา. คณะศึกษาศาตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชนิสรา พรมโคตร. (2562). ครูโรงเรียนเทพศิรินทร์ นนทบุรี. (15 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

ธนิวรรณ ถิระประพัฒน์. (2562). ครูโรงเรียนชิโนรสวิทยาลัย. (21 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

ธีรวัฒน์ ฆะราช. (2546). *การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการจัดการเรียนการสอนและสมรรถภาพการวิจัยระหว่างครูนักวิจัยที่มีตำแหน่งทางวิชาการและความต่อเนื่องทางการทำวิจัยแตกต่างกัน.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการวิจัยการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นันทวัน สวัสดิ์ภูมิ. (2540). *เส้นทางพัฒนาครูนักวิจัย : การวิจัยรายกรณีของครูดีเด่นระดับประถมศึกษา.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิจัยทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิตยา คงสนิท. (2562). ครูชำนาญการ โรงเรียนวัดนวลนรดิศ (17 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

นิ่มนวล แดงบรรดิษฐ. (2562). ครูโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์. (17 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

ประภาพัฒน์ หิรัญวัฒนาชัย. (2562). ครูโรงเรียนเทศบาลบ้านปากทาง จังหวัดพิจิตร. (18 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

ประภารัต มีเหลือ. (2540). *การศึกษาสมรรถภาพของครูนักวิจัย.* กรุงเทพ ฯ : ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาวิจัยการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปาริชาติ ศรีวะรมย์. (2562). ครูโรงเรียนชิโนรสวิทยาลัย. (21 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

พลรพี ทุมมาพันธ์. (2562). สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (องค์การมหาชน).. (17 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

ไพวัน ดวงพะจัน, อรนุช ศรีสะอาด และธีรวุฒิ เอกะกุล. (2561). ตัวบ่งชี้สมรรถนะการวิจัยในชั้นเรียนของครูระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, *24*(1).

พิชิต เชาว์ชาญ. (2562). นักวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย. (20 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

ภูษณทัศ ผลทับทิมธนา. (2562). ครูโรงเรียนปากเกร็ด. (15 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

รัตนาภรณ์ แววกระโทก. (2552). *แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพ.* สืบค้นจาก https://www.gotoknow.org/posts/456343

ลำใย สนั่นรัมย์. (2562). ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครื่องมือวัดผล สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (17 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

ศราวุธ คำแก้ว. (2546). *การวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถภาพครูนักวิจัยในชั้นเรียน.* ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ศศิธร ธรรมเกษตรศรี. (2562). ครูโรงเรียนวัดเขาสามสิบหาบ จ.กาญจนบุรี. (16 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2542). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545.* กรุงเทพ: พริกหวานกราฟฟิค.

สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา. (2556). *ราชกิจจานุเบกษา ประกาศคณะกรรมการคุรุสภา เรื่อง สาระความรู้ สมรรถนะและประสบการณ์วิชาชีพของผู้ประกอบวิชาชีพครู ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา และศึกษานิเทศก์ ตามข้อบังคับคุรุสภา ว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพพ.ศ. 2556*. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2551). *“(ร่าง) แนวทางการดำเนินงานโครงการวิจัยและพัฒนาการส่งเสริมนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้ของครูและบุคลากรทางการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน.”* ในเอกสารประกอบการประชุมสร้างการเรียนรู้ของครูและบุคลากรทางการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน. กรุงเทพฯ : สำนักมาตรฐานการศึกษาและพัฒนาการเรียนรู้ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

สิดารัศมิ์ สิงหเดชาสิทธิ์. (2562). นักวิชาการ สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (19 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

สุตาภัทร สิทธิโสภณ. (2562). ครูโรงเรียนเทศบาลบ้านปากทาง จังหวัดพิจิตร. (18 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

สุธาสินี บุญญาพิทักษ์. (2545). *การพัฒนาหลักสูตรครูนักวิจัยในชั้นเรียนสำหรับนักศึกษาวิชาชีพครู.* ปริญญานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต. สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุภรณ์ ลิ้มบริบูรณ์, วิเชียร อินทรสมพันธ์, เพชราวดี จงประดับเกียรติ, ทวีศักดิ์ จงประดับเกียรติ, สุภาพร ศรีหามี, เพ็ญพร ทองคำสุก, อัครเดช เกตุฉ่ำ. (2559). *การวัดและประเมินผลการเรียนรู้.* พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพ ฯ : 21 เซ็นจูรี่.

อมรา เพชรแผ่ศรี. (2562). ครูปฏิบัติหน้าที่รองผู้อำนวยการกลุ่มบริหารงานวิชาการ โรงเรียนศึกษาสงเคราะห์บางกรวย. (15 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

อภิชา อารุณโรจน์. (2562). นักวิชาการ สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (19 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

แสงซินโครตรอน: ศักยภาพและโอกาสทางการตลาดของผู้ประกอบการไทย แปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารส่งออก

Synchrotron Radiations : Potentials and Marketing Oportunities for Thai Exported - Food Process Manufacturers

ปิยะวิทย์ ทิพรส

Piyavit Thipbharos

อาจารย์ประจำหลักสูตรนวัตกรรมและธุรกิจดิจิทัล วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Full-time Lecturer for Innovation and Digital Business Program,

College of Innovative and Business Accountancy, Dhurakij Pundit University.

อีเมล์ : piyavit.thi@dpu.ac.th

ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์

Sivanun Sivapitak

หัวหน้าหลักสูตรการจัดการ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Head of Management Program, College of Innovative and Business Accountancy, Dhurakij Pundit University.

อีเมล์ : sivanun.sik@dpu.ac.th

กุลทิวา โซ่เงิน

Kultiwa So-Ngern

หัวหน้าหลักสูตรการตลาด วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Head of Marketing Program, College of Innovative and Business Accountancy, Dhurakij Pundit University.

อีเมล์ : kultiwa.son@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอศักยภาพของแสงซินโครตรอนเพื่อเป็นโอกาสแก่ผู้ประกอบการไทยผลิตอาหารแปรรูปส่งออก ที่ผ่านมาผู้ประกอบการไทยหลายรายประยุกต์แสงซินโครตรอนเพื่อแก้ปัญหาและสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์อาหาร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ อาหารทะเล นม เครื่องดื่ม ข้าว ช็อกโกแลต และการแก้ไขปัญหาจากการปนเปื้อนของเชื้อจุลินทรีย์ก่อโรคในกระบวนการผลิต พบว่า ผลคุ้มค่าที่ได้ในเชิงพาณิชย์ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้นและได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้าเกี่ยวกับข้อกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยสูงสุด

คำสำคัญ: แสงซินโครตรอน ผู้ประกอบการแปรรูปอาหาร การส่งออก การแก้ไขปัญหา เพิ่มมูลค่า

Abstract

The objective of this article is to present potential of synchrotron for opportunities to Thai processed food manufacturers. In the past, many Thai entrepreneurs applied synchrotron to solve problems and added value to the products such as meat, seafood, milk, beverage, rice, and chocolate. In addition, its solving problems from contamination of pathogens. It was found that the value of commercially available products increases the value of the product and has received trust from customers regarding quality and safety requirements.

Keywords: Synchrotron, Food process manufacturer, Exporting, Problem solving, Value added

บทนำ

ในปัจจุบันเป็นยุคที่วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีพัฒนาก้าวไกลอย่างมาก มนุษย์ได้มีการคิดค้นสิ่งประดิษฐ์และนำเทคโนโลยีมาช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นที่อยู่อาศัย อาหาร ยารักษาโรค เทคโนโลยีการสื่อสาร รวมทั้งการรักษาทางการแพทย์ที่ก้าวหน้า ล้วนส่งผลให้มนุษย์ในโลกปัจจุบันมีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น ในโลกแห่งเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ คงไม่มีใครปฏิเสธการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต ตัวอย่างกรณีการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารของมนุษย์ในยุคปัจจุบัน ถือได้ว่ากระบวนการแปรรูป อาหารต่างๆ เริ่มตั้งแต่ต้นน้ำ เช่น การเพาะปลูก/การเพาะเลี้ยง จนถึงปลายน้ำคือการส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค ล้วนต้องผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์ให้เกิดผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพดีที่สุดทั้งในแง่คุณภาพและความปลอดภัย (ดัดแปลงข้อความของ ฉัตรดนัย สุขทองสา และธนกิตต์ คำอ่อน, 2563)

แสงซินโครตรอน (Synchrotron radiations) จัดเป็นสิ่งประดิษฐ์สุดล้ำ **(ภาพที่ 1)** ซึ่งเป็นนวัตกรรมเทคโนโลยีที่มีศักยภาพในการวิจัยและพัฒนาเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆในช่วงกระบวนการผลิต การเพิ่มผลผลิต/ประสิทธิภาพการผลิต และการปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามเกณฑ์ข้อกำหนดของลูกค้า จึงนับได้ว่าซินโครตรอนเป็นการเพิ่มมูลค่า (Value added) ให้แก่สินค้าได้อีกทางหนึ่ง ด้วยศักยภาพหลักของแสงซินโครตรอนที่ได้จากเครื่องกำเนิดแสงซินโครตรอน คือ ใช้เพื่อวิจัยและพัฒนาเชิงลึกทางวิทยาศาสตร์ของวัสดุต่างๆในระดับอะตอมและโมเลกุล วัสดุดังกล่าวสามารถนำมาศึกษาวิจัยได้ทั้งสถานะก๊าช ของเหลว และของแข็ง แม้กระทั่งพลาสมา (Plasma) ดังนั้น จึงเป็นโอกาสทางการตลาดของผู้ประกอบการไทยที่ผลิตอาหารแปรรูปส่งออกและมักพบปัญหาในด้านคุณภาพและความปลอดภัยไม่เป็นไปตามข้อกำหนด ประกอบกับยุคปัจจุบันเป็นยุคของโลกเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีการแข่งขันในตลาดที่มากขึ้น ความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ความเป็นโลกาภิวัตน์ของธุรกิจ การขาดแคลนทรัพยากร การเปลี่ยนแปลงจากสังคมอุตสาหกรรมเป็นสังคมที่ต้องใช้ความรู้ ภาวะเศรษฐกิจและ

สภาพตลาดที่ไม่แน่นอน (นิตยา วงศ์ธาดา, 2555) ฉะนั้น บทความนี้เป็นบทความวิชาการมิใช่บทความวิจัย ซึ่งได้จากการตรวจเอกสารโดยมีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอศักยภาพของแสงซินโครตรอนที่มีประโยชน์ต่างๆมากมายตามที่กล่าวมาข้างต้นจนสามารถเกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นมาได้ ซึ่งคาดว่าอาจจะเป็นโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการไทยที่ผลิตอาหารส่งออกเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

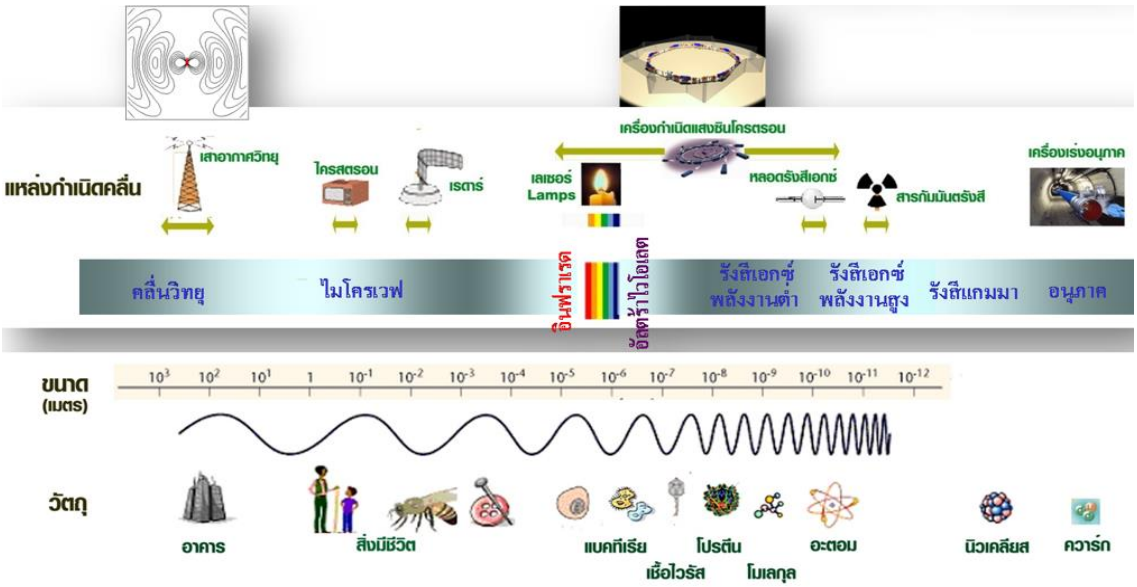
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแสงซินโครตรอน

ความหมาย

แสงซินโครตรอนหมายถึงคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า (Electomagnetic radiation) ที่มีความเข้มสูงถูกปลดปล่อยพลังงานออกมาจากอิเล็กตรอนที่ถูกเร่งให้มีพลังงานสูงอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยเครื่องเร่งอนุภาค (Linear accelerator; Linac) เมื่ออิเล็กตรอนถูกเร่งจนกระทั่งมีความเร็วสูงใกล้ความเร็วแสง (3×10^{8} เมตรต่อวินาที) จากนั้นจะถูกบังคับให้เกิดการเลี้ยวโค้งจากการเคลื่อนที่เดิม ทำให้อิเล็กตรอนนี้เกิดการปลดปล่อยพลังงานออกมาในรูปของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าซึ่งเรียกว่า แสงซินโครตรอน (ฉันทนา วัยนิพิฐพงษ์ และคณะ, 2559; สถาบันแสงซินโครตรอน, 2563) ทั้งนี้ แสงซินโครตรอนที่ได้จะเป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าในช่วงความยาวกว้างตั้งแต่คลื่นรังสีอินฟราเรด (ประมาณ 10^{-4} เมตร) ถึงคลื่นรังสีเอกซ์พลังงานสูง (ประมาณ 10^{-12} เมตร) แสดงรายละเอียดใน **ภาพที่ 2**



ภาพที่ 1 ระบบการผลิตแสงซินโครตรอน (สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน องค์การมหาชน)
ที่มา: ฉัตรดนัย สุขทองสา และ ธนกิตต์ คำอ่อน (2560)



ภาพที่ 2 คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าและช่วงคลื่นแสงซินโครตรอน

ที่มา: วิทิต วรรณเลิศลักษณ์ (2560)

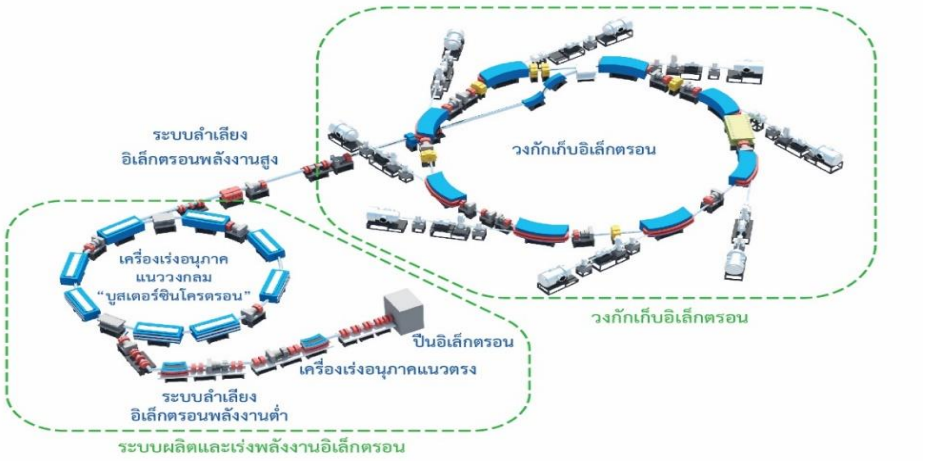
ประวัติของแสงซินโครตรอน

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแสงซินโครตรอนนั้นมีการศึกษาค้นคว้ากันมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1897 เริ่มจากนักฟิสิกส์ชาวไอริชชื่อ โจเซฟ ลาร์มอร์ (Joseph Larmor) ได้คิดสมการคำนวณกำลังของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าจากอนุภาคมีประจุที่อยู่ภายใต้ความเร่ง สมการดังกล่าวภายหลังถูกเรียกว่า สูตรของลาร์มอร์ (Larmor formula) ต่อมาในปี ค.ศ. 1898 และ 1900 นักฟิสิกส์ชาวฝรั่งเศสชื่อ อัลเฟรด-มารี ลีนาร์ด (Alfred-Marie Liénard) และนักฟิสิกส์ชาวเยอรมันชื่อ อีมิล วายเชิร์ต (Emil Wiechert) ได้ขยายสมการนี้ให้ครอบคลุมไปถึงกรณีที่อนุภาคมีประจุนั้นมีความเร็วสูงเข้าใกล้ความเร็วแสง ผลงานนี้เป็นที่มาของศักย์ไฟฟ้า ซึ่งนักฟิสิกส์เรียกว่า ศักย์ไฟฟ้าของลีนาร์ดและวายเชิร์ต (Liénard-Wiechert potentials) จากนั้น นักฟิสิกส์รางวัลโนเบลชาวอเมริกันชื่อ จูเลียน ชวิงเกอร์ (Julian Schwinger) ได้คิดทฤษฎีอธิบายคุณสมบัติโดยละเอียดของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าที่ถูกปลดปล่อยจากอิเล็กตรอนที่มีความเร็วเข้าใกล้ความเร็วแสงภายใต้ความเร่งในปี ค.ศ. 1945 เราทราบถึงคุณลักษณะหลายประการของแสงซินโครตรอนที่เกิดขึ้นโดยกระบวนการดังกล่าวจากทฤษฎีของชวิงเกอร์นี้ นอกจากนี้ ยังมีประวัติที่มนุษย์สังเกตเห็นแสงซินโครตรอนเป็นครั้งแรกคือการสังเกตเห็นเนบิวลาปู (Crab nebula) โดยนักดาราศาสตร์ชาวจีนที่ถูกบันทึกไว้เมื่อปี ค.ศ. 1054 ส่วนแสงซินโครตรอนที่มนุษย์ผลิตขึ้นนั้นมีการสังเกตเห็นเป็นครั้งแรกจากเครื่องเร่งอนุภาคซินโครตรอนที่บริษัทเจนเนอรัลอิเล็กทริก (General Electric) ที่เมืองนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1947 แต่ในขณะนั้นยังไม่มีการนำแสงซินโครตรอนมาใช้ในการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ จนกระทั่งภายหลังปี

ค.ศ. 1960 จึงเริ่มมีการนำแสงซินโครตรอนมาใช้ในการวิจัยแทนหลอดรังสีเอ็กซ์ที่ใช้กันทั่วไปในห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ (ประพงษ์ คล้ายสุบรรณ์, 2563)

ขั้นตอนการผลิตแสงซินโครตรอน

การผลิตแสงซินโครตรอนด้วยเครื่องผลิตแสงโครตรอน มีขั้นตอนดังนี้ **(1) การผลิตอิเล็กตรอน** โดยส่วนปืนยิงอิเล็กตรอน (Electron source) ทำหน้าที่คือผลิตอิเล็กตรอนจำนวนมาก มีหลักการคือจะเริ่มจากการจ่ายกระแสไฟฟ้าให้กับโลหะจนร้อนและใช้ความต่างศักย์ไฟฟ้าแรงสูงขั้วบวกดึงอิเล็กตรอนออกจากไส้โลหะเข้าสู่เครื่องเร่งอนุภาคแนวตรง (Linear accelerator) **(2) การเร่งอิเล็กตรอน** เครื่องเร่งอนุภาคแนวตรงจะทำหน้าที่เร่งอิเล็กตรอนให้ได้พลังงานและความเร็วที่ต้องการ จากนั้น ส่งไปยังเครื่องเร่งอนุภาคแนววงกลม (Booster synchrotron) **(3) การเร่งความเร็วอิเล็กตรอน** ขั้นตอนนี้จะทำหน้าที่โดยเรื่องเร่งอนุภาคแนววงกลมเรียกว่าบูสเตอร์ซินโครตรอน (booster synchrotron) ซึ่งจะเร่งให้มีความเร็วสูงมากและมีพลังงานเท่ากับ 1,000 ล้านอิเล็กตรอนโวลต์ (1 GeV) ในเวลาประมาณ 0.6 วินาที หรือเกือบเท่าความเร็วแสง แล้วส่งต่อไปยังวงกักเก็บอิเล็กตรอน (Storage ring) **(4) การผลิตแสงซินโครตรอน** ขั้นตอนนี้ทำหน้าที่โดยวงกักเก็บอิเล็กตรอนซึ่งเป็นบริเวณที่ผลิตแสงซินโครตรอน โดยทำหน้าที่เร่งอิเล็กตรอนให้มีพลังงานสูงถึง 1,200 ล้านอิเล็กตรอนโวลท์ (1.2 GeV) วงกักเก็บอิเล็กตรอนประกอบด้วยแม่เหล็กชนิดต่างๆ ได้แก่ แม่เหล็กสองขั้ว (Undulator) สี่ขั้ว และหกขั้ว เพื่อทำหน้าที่บังคับให้อิเล็กตรอนพลังงานสูงเหล่านี้เคลื่อนที่ภายในท่อสุญญากาศ โดยบริเวณที่เป็นแม่เหล็กบังคับเลี้ยวสองขั้ว (Bending magnet) จะเป็นบริเวณที่มีการปลดปล่อยพลังงานออกมาในรูปคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ซึ่งเราเรียกว่า“แสงซินโครตรอน” **(5) ระบบลำเลียงแสง (Beamlines)** แสงซินโครตรอนที่ผลิตได้จากวงกักเก็บอิเล็กตรอนจะเดินทางในท่อสุญญากาศของระบบลำเลียงแสงเพื่อให้นักวิจัยใช้วิเคราะห์ตัวอย่างที่ปลายสถานีทดลอง (สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน องค์การมหาชน, 2561; ศุภกร รักใหม่, 2561) แสดงรายละเอียดตามแบบจำลองใน **ภาพที่ 3**



ภาพที่ 3 แบบจำลองระบบการผลิตซินโครตรอนในประเทศไทย สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน)

ที่มา: ประพงษ์ คล้ายสุบรรณ์. (2563)

ความพิเศษของแสงซินโครตรอน

ความพิเศษของแสงซินโครตรอน มีดังนี้ **(1) มีความเข้มสูง** ประกอบกับแสงที่ถูกปลดปล่อยออกมาจากอิเล็กตรอนอิสระจึงเป็นแสงที่มีช่วงความยาวคลื่นกว้างและต่อเนื่องตั้งแต่ย่านพลังงานต่ำ (เช่น รังสีอินฟราเรด) ไปจนถึงย่านพลังงานสูง (เช่น รังสีเอกซ์) จากทฤษฎีสัมพัทธภาพ (Relativity theory) แสงซินโครตรอนมีลักษณะเป็นลำกรวยขนาดเล็กที่มีความเข้มสูง โดยมีค่าความเข้มแสงต่อหน่วยพื้นที่ของแหล่งกำเนิดสูงกว่าแสงอาทิตย์ประมาณ 1,000,000 เท่า **(2) สะดวกในการใช้งาน** เนื่องจากผู้ใช้สามารถเลือกใช้งานย่านความยาวคลื่นต่างๆได้ตามต้องการโดยไม่ต้องเสียเวลาติดตั้งหรือปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ใดๆเพิ่มเติม (วรรณดาเรศ โภคาพานิช, 2555) เป็นแสงที่มีค่าความยาวคลื่นกว้าง เนื่องจากแสงซินโครตรอนถูกปลดปล่อยออกมาจากอิเล็กตรอนอิสระ ค่าความยาวคลื่นของแสงจึงคลอบคลุมช่วงความยาวคลื่นกว้างตั้งแต่ย่านอินฟราเรดจนถึงรังสีเอกซ์ ทำให้สามารถนำไปใช้งานได้หลากหลายอุตสาหกรรม (ศุภกร รักใหม่, 2561)

การประยุกต์แสงซินโครตรอนในอุตสาหกรรมการแปรรูปอาหารเชิงพาณิชย์

ด้วยเล็งเห็นศักยภาพของแสงซินโตรตรอนซึ่งเป็นเทคโนโลยีนวัตกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าได้หลากหลายอุตสาหกรรม ธุรกิจการแปรรูปอาหารเพื่อการส่งออกนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยในแต่ละปีหลายล้านบาท แต่ด้วยปัจจุบันเป็นยุคของโลกเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีการแข่งขันในตลาดต่างโลกที่มากขึ้น ความต้องการของลูกค้า (ผู้ซื้อ) ที่เพิ่มขึ้น ความเป็นโลกาภิวัตน์ของธุรกิจ การขาดแคลนทรัพยากร การเปลี่ยนแปลงจากสังคมอุตสาหกรรมเป็นสังคมที่ต้องใช้ความรู้ และภาวะเศรษฐกิจและสภาพตลาดโลกที่ไม่แน่นอน ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่ผลิตอาหารแปรรูปส่งออกจำเป็นต้องมีความรู้และความเชี่ยวชาญเท่าทันโลกเพื่อสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ สิ่งที่ควรทำให้ได้คือจะทำอย่างไรไม่ให้ผลิตภัณฑ์อาหารส่งออกถูกปฏิเสธหมายถึงได้รับการยอมรับตามข้อกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยสูงสุด ดังนั้น แสงซินโครตรอนจึงเป็นทางเลือกสำคัญที่มีศักยภาพและให้โอกาสแก่ผู้ประกอบการไทยวิจัยและพัฒนาสินค้าส่งออกได้อย่างมีคุณภาพและปลอดภัย ทั้งนี้ การประยุกต์แสงซินโครตรอนเพื่อแก้ปัญหาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปส่งออกในเชิงพาณิชย์ ดังแสดงรายละเอียดใน **ตารางที่ 1** ดังนี้

ตารางที่ 1 การประยุกต์แสงซินโครตรอนในอุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร จำแนกตามเทคนิคซินโครตรอน

ผลิตภัณฑ์	สาเหตุของปัญหา	เทคนิคแสงซินโครตรอน	ผลได้ในเชิงพาณิชย์
แซลมอลแปรรูป	1. สีและคอลลาเจนของเนื้อปลาแซลมอลไม่สม่ำเสมอ 2. คุณภาพทางประสาทลดลง 3. ลูกค้าปฏิเสธสินค้า เพราะคุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	SR-RAMAN Spectroscopy	1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ในด้านสีและรสชาติที่มีความสม่ำเสมอ 2. ลูกค้าให้การยอมรับและไม่ปฏิเสธสินค้า
กุ้งแช่แข็งแปรรูป	1. เกิดจุดขาวบนเปลือกกุ้ง 2. ลูกค้าปฏิเสธสินค้า เพราะคุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	SR-FTIR Microspectroscopy	1. สามารถติดการตามการเปลี่ยนแปลงภาวะการเปลี่ยนแปลงที่จะไม่ทำให้เกิดจุดขาวบนเปลือกกุ้ง 2. ลูกค้าให้การยอมรับคุณภาพทางประสาทสัมผัส เช่น รสชาติ เนื้อสัมผัสนุ่ม ความชุ่มฉ่ำน้ำ เป็นต้น
เนื้อไก่แปรรูป (อก สะโพก)	1. ประสิทธิภาพการใช้อาหารต่ำ 2. องค์ประกอบทางเคมีของเนื้อไก่ไม่มีคุณภาพ 3. ลูกค้าปฏิเสธสินค้า เพราะคุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	SR-FTIR Microspectroscopy	1. ได้สูตรอาหารเฉพาะที่เหมาะกับการสร้างสารอาหารในกล้ามเนื้อไก่ ซึ่งตรงตามข้อกำหนดของลูกค้า 2. ไม่สามารถลอกเลียนแบบสายพันธุ์ไก่ได้ 3. ลูกค้าให้การยอมรับคุณภาพ
เนื้อหมูแปรรูป	1. การเสียสภาพธรรมชาติของโปรตีนในช่วงการแปรรูป 2. คุณภาพทางประสาทลดลง 3. ลูกค้าปฏิเสธสินค้า เพราะคุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	SR-RAMAN Spectroscopy	1. สามารถติดการตามการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างกล้ามเนื้อ ในช่วงการแปรรูป ประกอบด้วยเนื้อเยื่อเกี่ยวกัน ใยกล้ามเนื้อ ไขมันแทรกกล้ามเนื้อ ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับคุณภาพ 2. ลูกค้าให้การยอมรับคุณภาพทางประสาทสัมผัส เช่น รสชาติ เนื้อสัมผัสนุ่ม ความชุ่มฉ่ำน้ำ เป็นต้น

ที่มา: ฉัตรดนัย สุขทองสา และ ธนกิตต์ คำอ่อน (2560); สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน องค์การมหาชน (2561);

วรวิกัลยา เกียรติ์พงษ์ลาภ (2563);

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	สาเหตุของปัญหา	เทคนิคแสงซินโครตรอน	ผลได้ในเชิงพาณิชย์
เนื้อโคแปรรูป	1. ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ไม่เป็นที่ยอมรับ เช่น รสชาติด้อยลง สีไม่สม่ำเสมอ โปรตีนในกล้ามเนื้อสัตว์มีความสามารถในการอุ้มน้ำต่ำ 2. ลูกค้าปฏิเสธสินค้า เพราะคุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	SR-FTIR Microspectroscopy	3. สามารถติดการตามการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างกล้ามเนื้อ ในช่วงการแปรรูป ประกอบด้วยเนื้อเยื่อเกี่ยวกัน ใยกล้ามเนื้อ ไขมันแทรกกล้ามเนื้อ ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับคุณภาพ 4. ลูกค้าให้การยอมรับคุณภาพทางประสาทสัมผัส เช่น รสชาติ เนื้อสัมผัสนุ่ม ความชุ่มฉ่ำน้ำ เป็นต้น
น้ำนมดิบ	1. ความผันแปรขององค์ประกอบทางเคมีเริ่มต้นในนมดิบ 2. การปนเปื้อนของสารแปลกปลอมเมลานิน 3. ลูกค้าปฏิเสธสินค้า เพราะคุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	SR-FTIR Microspectroscopy หรือ NIR spectroscopy	1. สามารถตรวจสอบโครงสร้างทางเคมี เช่น ไขมัน โปรตีน (เคซีน) แร่ธาตุ วิตามิน แล็กโทส รวมทั้ง วิเคราะห์สารปนเปื้อนในนมดิบได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและแม่นยำ 2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและไม่ถูกปฏิเสธ
ผลิตภัณฑ์นม (โยเกิร์ต เนยสด เนยแข็ง)	1. การผันแปรขององค์ประกอบทางเคมี เช่น เม็ดไขมัน คุณภาพเคซีน 2. ลูกค้าปฏิเสธสินค้า เพราะคุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	SR-X-Ray Tomography	1. สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของเม็ดไขมัน ไตรกลีเซอไรด์ และโครงข่ายของโปรตีนเคซีนได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และแม่นยำ 2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและไม่ถูกปฏิเสธ 3. คุณภาพทางประสาทสัมผัสเป็นที่ยอมรับ

ที่มา: วรวิกัลยา เกียรติ์พงษ์ลาภ (2563); สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน องค์การมหาชน (2563); จิรวัฒน์ ยงสวัสดิกุล และ ศศิกานต์ เกตุมาลา (2563); อมรรัตน์ โมฬี และคณะ (2563)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	สาเหตุของปัญหา	เทคนิคแสงซินโครตรอน	ผลได้ในเชิงพาณิชย์
ไอศกรีม	1. เกิดเนื้อทราย (Sandiness) 2. มีผลึกน้ำแข็งเกิดขึ้นในช่วงการบ่มแข็ง 3. การผันแปรของคุณภาพทางประสาทสัมผัส	SR-X-Ray Tomography	1. สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงการเกิดเนื้อทรายตลอดการผลิต 2. ไอศกรีมมีคุณภาพและไม่ถูกปฏิเสธ 3. คุณภาพทางประสาทสัมผัสเป็นที่ยอมรับ
นมสำหรับทารก	1. ระบบการย่อยอาหารไม่สมบูรณ์ 2. ลูกค้าปฏิเสธสินค้า เพราะคุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	SR-SAXS Scattering	1. สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างไตรกลีเซอไรด์ในระหว่างการย่อยอาหาร จนได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะกับระบบการย่อยของทารกได้ 2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและไม่ถูกปฏิเสธ
ผลิตภัณฑ์ข้าว (ข้าวสาร ข้าวนึ่ง)	1. ข้าวขาดแร่ธาตุอาหารที่สำคัญ เช่น เหล็ก สังกะสี แมงกานีส โปตัสเซียม และฟอสฟอรัส 2. ลูกค้าต้องการให้เพิ่มมูลค่าในเชิงโภชนาการ	SR-XRF Microspectroscopy	1. สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงการแพร่ของแร่ธาตุในผลิตภัณฑ์ 2. ได้ผลิตภัณฑ์ข้าวที่มีแร่ธาตุอาหารที่จำเป็นต่อผู้บริโภคและ 3. ลูกค้าให้การยอมรับคุณภาพ 4. ได้มูลค่าเพิ่มขึ้น
ช็อกโกแลต	1. เกิดคราบสีขาวคล้ายราเกาะบนผิวช็อกโกแลต 2. ลูกค้าปฏิเสธสินค้า เพราะคุณภาพไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	SR-XR Microtomograhy	1. สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างของผลึกไขมันหรือกลีเซอไรด์ที่มีสาเหตุเริ่มต้นของการเกิดคราบขาวบนผิวของช็อกโกแลต 2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและไม่ถูกปฏิเสธ
ไวน์ผลไม้	1. ไวน์มีตะกอน ขุ่น ไม่ใส เนื่องจากตรวจพบสารแทนนินส์ 2. ลูกค้าไม่ยอมรับในด้านสีและรสชาติที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	SR-SAXS Scattering	1. ไวน์ที่ได้มีความใสและรสชาติดี (ไม่ขมและฝาดมาก) ตลอดช่วงอายุการเก็บรักษา 2. ลูกค้าให้การยอมรับคุณภาพ ไม่ปฏิเสธสินค้า

ที่มา: ฉัตรดนัย สุขทองสา และ ธนกิตต์ คำอ่อน (2560); วรวิกัลยา เกียรติ์พงษ์ลาภ (2563); สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน องค์การมหาชน (2563)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	สาเหตุของปัญหา	เทคนิคแสงซินโครตรอน	ผลได้ในเชิงพาณิชย์
การปนเปื้อนของแบคทีเรียก่อโรคในอาหาร	1. ผลิตภัณฑ์อาหารจากเนื้อสัตว์มีการปนเปื้อนของเชื้อแบคทีเรียก่อโรค 2. ลูกค้าไม่ยอมรับในด้านสีและรสชาติที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด 3. ลูกค้าปฏิเสธสินค้าเพราะคุณภาพจุลินทรีย์ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	RAMAN Spectroscopy	1. สามารถตรวจวิเคราะห์ผลการปนเปื้อนของแบคทีเรียก่อโรคได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และแม่นยำ นอกจากนี้สามารถบ่งชี้เชื้อแบคทีเรียก่อโรคได้ถึงระดับสปีชีส์ ซึ่งมีความแม่นยำสูงถึงร้อยละ 91-99 2. ลูกค้าให้การยอมรับการตรวจสอบเชื้อแบคทีเรียก่อโรคด้วยวิธีนี้ 3. สินค้ามีคุณภาพและความปลอดภัย
กาแฟสดบรรจุขวดแก้ว	1. รสชาติกาแฟสดไม่เป็นที่ยอมรับ 2. อายุการเก็บสั้น ที่อุณหภูมิห้อง 3. ลูกค้าไม่ยอมรับในด้านสีและรสชาติที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	SR-FTIR Spectroscopy	1. ได้คุณภาพกาแฟสดใกล้เคียงกับการเตรียมใหม่ๆ 2. เก็บได้นานมากกว่า 3 เดือน ณ อุณหภูมิห้อง 3. ลูกค้าให้การยอมรับคุณภาพ

ที่มา: ฉัตรดนัย สุขทองสา และ ธนกิตต์ คำอ่อน (2560); วรวิกัลยา เกียรติ์พงษ์ลาภ (2563); สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน องค์การมหาชน (2563); Oli et al. (2016); Lugger et al. (2016).

สรุปและข้อเสนอแนะ

ศักยภาพสำคัญของแสงซินโครตรอนคือการใช้เพื่อวิจัยและพัฒนาเชิงลึกทางวิทยาศาสตร์ของวัสดุอาหารต่างๆในระดับอะตอมและโมเลกุล วัสดุอาหารดังกล่าวสามารถนำมาศึกษาวิจัยได้ทั้งสถานะก๊าช ของเหลว และของแข็ง แม้กระทั่งพลาสมา จึงเป็นโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการไทยที่ผลิตอาหารแปรรูปส่งออกและมักพบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพและความปลอดภัยไม่เป็นไปตามข้อกำหนดเชิงการการค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายทั้งในและ

ต่างประเทศ ฉะนั้น แสงซินโครตรอนจึงเป็นเทคโนโลยีนวัตกรรมที่จะทำให้ธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารส่งออกของผู้ประกอบการไทยมีความน่าเชื่อถือและลูกค้าทั้งในและต่างประเทศมั่นในในสินค้าไทยได้อย่างแน่นอน ดังกรณีผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการประยุกต์จริงกับแสงซินโครตรอน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ (โค หมู ไก่) ผลิตภัณฑ์ทะเล (แซลมอล กุ้ง) ผลิตภัณฑ์นม (นมสด โยเกิร์ต เนยสด เนยแข็ง) ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม (ไวน์ กาแฟสด) ผลิตภัณฑ์ข้าว (ข้าวนึ่ง ข้าวสารทั่วไป) ผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลต และการแก้ไขปัญหาของการปนเปื้อนจากเชื้อแบคทีเรียก่อโรค พบว่าผลที่ได้ในเชิงพาณิชย์ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารต่างๆที่กล่าวมาข้างต้นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้า (ผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศ) ในด้านข้อกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

จิรวัฒน์ ยงสวัสดิกุล และ ศศิกานต์ เกตุมาลา. (2563). *การวิเคราะห์คุณภาพเนื้อไก่โคราชเมื่อได้รับความร้อนอุณหภูมิต่างๆ ด้วยเทคนิค synchrotron FT-IR microspectroscopy*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2563, จาก https://www.slri.or.th/th/slriresearch

ฉันทนา วัยนิพิฐพงษ์ ศศิวิมล ไกรทอง ปิยะนุช พรมทิพย์ และอนุวัฒน์ เพ็ชรดำ. (2559). การประยุกต์ใช้แสงซินโครตรอนในการศึกษาด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและนิติวิทยาศาสตร์. *Veridian E-Journal, Science and Technology Silapakorn University*, *3*(5), 32-40.

ฉัตรดนัย สุขทองสา และ ธนกิตต์ คำอ่อน. (2560). *แสงซินโครตรอนกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร.* สืบค้นวันที่ 18 มกราคม 2563, จาก https://ngthai.com/news-activity/6378/synchrotronandfood/

นิตยา วงศ์ธาดา. (2555). *การวินิจฉัยธุรกิจและการกำหนดกิจกรรมแก้ไข*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ, 293 หน้า.

ประพงษ์ คล้ายสุบรรณ์. (2563). *ประโยชน์ของแสงซินโครตรอน.* สืบค้นวันที่ 15 มกราคม 2563, จาก https://www.slri.or.th/th/what-is-synchrotron-light/for-high-school.html#benefit

ลำไพร ศรีธรรมมา กาญจนา ธรรมนู และ บริษัทเซาน์เทิร์นคอฟฟี่ จำกัด. (2563). *การพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพกาแฟสดพร้อมดื่ม.* สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2563, จาก https://www.slri.or.th/th/slriresearch

วรวิกัลยา เกียรติ์พงษ์ลาภ. (2563). แสงซินโครตรอนกับงานวิจัยด้านการเกษตรและวิทยาศาสตร์อาหาร. สืบค้นวันที่ 18 มกราคม 2563, จาก https://www.sciencepark.or.th/documents/news/synchrotron/ppt-synchrotron-food.pdf

วรรณดาเรศ โภคาพานิช. (2555). การใช้แสงซินโครตรอนศึกษาของเหลวด้วยเทคนิคโฟโต้อิเล็กตรอนสเปกโทรสโคปี. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, *2*(3), 1-5.

วิทิต วรรณเลิศลักษณ์ (2560). *ฟิสิกส์ในชีวิตประจำวัน ตอนแสงซินโครตรอน.* สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2563, จาก https://www.scimath.org/lesson-physics/item/7253-2017-06-12-15-51-25

ศุภกร รักใหม่. (2561). *ความรู้เกี่ยวกับแสงซินโครตรอน.* สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน). สืบค้นวันที่ 15 มกราคม 2562, จาก https://www.slri.or.th

สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน). (2561). *หนึ่งทศวรรษ สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน.* สืบค้นวันที่ 18 มกราคม 2563, จาก file:///D:/บทความ%20Maintain%20ผศ.2562/บทความ-DPU%20CONFERENCE-SYNCHROTRON/[2018-9-13%203_34]%20หนึ่งทศวรรษสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน%20(1).pdf

สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน). (2563). *การหาปริมาณโปรตีนในเนื้อสุกรด้วยแสงซินโครตรอนในย่านรังสีอินฟราเรด*. สืบค้นวันที่ 15 มกราคม 2563, จาก https://www.slri.or.th/th/what-is-synchrotron-light/for-high-school.html#benefit

อมรรัตน์ โมฬี โชติมา ภูมิประหมัน ปรามินทร์ แก้วสะเทือน และกาญจนา ธรรมนู. (2563). *ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการใช้อาหารและองค์ประกอบทางเคมีในเนื้อไก่โคราชเพศผู้.* สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2563, จากhttps://www.slri.or.th/th/slriresearch

Lugger, S. K., Wilde, F., Dulger, N., Reinke, L. M., Kozhar, S., Beckmann, F., Greving, I., Vieira, J., Heinrice, S., & Palzer, S. (2016). *Synchrotrion x-ray microtomography of the interior microstructure of chocolate*. Retrieved on January 18, 2020, from https://www.spiedigitallibrary.org/conference-proceedings-of-spie/9967/99670N/Synchrotron-x-ray-microtomography-of-the-interior-microstructure-of-chocolate/10.1117/12.2237113.short?SSO=1

Oli P., Ward, R., Adhikari, B., Mawson, A. J., Adhikari, R., Wess, T., Pallas, L., Spiers, K., Paterson, D., & Torley, P. (2016). Synchrotron X-ray fluorescence microscopy of the diffusion of iron, manganese, potassium and zinc in parboilded rice kernels. *LWT Food Science and Technology*, 71, 138-148.

ปัญหาการตัดสินใจระยะสั้นของธุรกิจ : ต้นทุนทางเลือก

Short-Run Business Decision Making Problems: Alternative Costs

เพียรใจ โพธิ์ถาวร

Pienjai Phothavorn

วิชาเอกการเงิน การลงทุน เทคโนโลยีการเงิน และวิชาเอกบริหารทรัพยากรมนุษย์ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Program in Finance, Investment, Financial Technology and Human Resource Management College of Innovative Business and Accounting Dhurakij Pundit University

อีเมล์ : Pienjai.Pho@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันนี้ หน้าที่หลักที่สำคัญของผู้บริหาร คือ การตัดสินใจปัญหาเพื่อการดำเนินงานของธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหาร เริ่มตั้งแต่การกำหนดปัญหา การคัดเลือกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และนำไปสู่การตัดสินใจ มักเป็นการแก้ปัญหาเพื่อการตัดสินใจระยะสั้น โดยการคัดเลือกทางเลือกที่ดีและเหมาะสมที่สุดต่อกิจการ ทำให้ผู้บริหารจำเป็นต้องจำแนกและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม ภายใต้สถานการณ์และข้อมูลต่างๆ ที่ได้รวบรวมมา สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณที่ใช้ในการตัดสินใจมักเป็นต้นทุนเพื่อการตัดสินใจระยะสั้น และปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้บริหารต้องทำการตัดสินใจมักจะมีทางเลือกอย่างน้อยที่สุด 2 ทางเลือก ทำให้ต้องมีการเปรียบเทียบต้นทุนและผลประโยชน์ที่ได้รับของแต่ละทางเลือก โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจปัญหา ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนเพื่อการตัดสินใจทางเลือก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต้นทุนที่แตกต่างกันระหว่างทางเลือก หรือ ต้นทุนทางเลือก เพื่อให้นำไปสู่การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดอันนำไปสู่การเจริญเติบโตในอนาคตของกิจการ

คำสำคัญ: ข้อมูล การตัดสินใจ ต้นทุนที่เกี่ยวข้องและทางเลือก

Abstract

At present, the most important duty of management is decision making especially short term frame. The specific set of procedures of short-run decision making can be used to structure decision maker's thinking and to organize the information to make a good and suitable decision. Relevant decision analysis represents one of the most exciting and widely applicable managerial tools in existence. Short-run decision making consists of choosing among alternatives with a time frame in mind. Sometimes short-term decisions are referred to as tactical decisions. Decision-making approach emphasized the importance of identifying and using relevant costs that are future costs and differ across alternatives. The ability to identify relevant and irrelevant costs is a very important decision-making skills. The information for decision making analysis consists of qualitative and especially quantitative information. It is the important duty for the management to appraisal plenty of information for selecting the good alternative for the growing future prospect for the company.

Keywords: Information, Decision-making, Relevant Costing and Alternatives

บทนำ

หน้าที่หลักของผู้บริหารคือการตัดสินใจและวางแผนการดำเนินธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กล่าวคือ

1. การตัดสินใจระยะยาวมักเป็นการตัดสินใจเรื่องความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการ
2. การตัดสินใจระยะสั้น เป็นการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากทางเลือกอย่างน้อยที่สุด 2 ทางเลือก จึงกล่าว

ได้ว่า การตัดสินใจระยะสั้น เป็นการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆที่ผู้บริหารของกิจการต้องตัดสินใจเพื่อสร้างกำไรให้กับกิจการ โดยผู้บริหารจะต้องนำข้อมูลของทางเลือกต่างๆ มาเปรียบเทียบกันเพื่อหาทางเลือกที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์ของบทความ

1. เป็นการนำเสนอหลักการและกระบวนการใช้ต้นทุนทางเลือกเพื่อการตัดสินใจระยะสั้นของธุรกิจ

2. ตัวอย่างขั้นตอนและต้นทุนในการตัดสินใจปัญหาระยะสั้น
3. ตัวอย่างการกำหนดต้นทุนในแต่ละทางเลือก
4. แนวคิดการพิจารณาตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว (Temporary Shutdown) อันเป็นการตัดสินใจที่สำคัญในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในปัจจุบัน เพื่อให้ผู้บริหารได้เข้าใจแนวคิดในการตัดสินใจประเด็นนี้

หลักการและกระบวนการในการตัดสินใจระยะสั้นของผู้บริหาร

เป็นกระบวนการคิดเพื่อจัดการข้อมูลอันนำไปสู่การตัดสินใจที่เหมาะสม ซึ่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอน (ศศิวิมล มีอำพล, 2560:10-2,3) ดังนี้คือ

1. ค้นหาและกำหนดปัญหาที่ผู้บริหารต้องทำการตัดสินใจ ตลอดจนกำหนดสาเหตุของปัญหา
2. กำหนดทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปได้ และกำจัดทางเลือกที่เป็นไปไม่ได้
3. เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและมีประโยชน์ในการตัดสินใจในแต่ละทางเลือก ได้แก่ ข้อมูลเชิง

ปริมาณ คือ ต้นทุนและผลประโยชน์ (Costs and benefits) ของทางเลือก ตลอดจนคำนึงถึงข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ ภาวะเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม

4. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รวบรวมมาเพื่อประเมินทางเลือกแต่ละทางเลือกด้วยวิธีการและเทคนิค

ต่างๆ

5. ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดให้กับกิจการ
6. มีการติดตามและพิจารณาถึงผลกระทบจากการตัดสินใจทางเลือก เพื่อนำมาเป็นแนวทางสำหรับปัญหาต่อไปในอนาคต

ตัวอย่างขั้นตอนและต้นทุนในการตัดสินใจปัญหาระยะสั้น

บริษัท ออโต้ จำกัด เป็นบริษัทผู้ผลิตระบบเครื่องเสียงภายในรถยนต์ ได้รับการติดต่อจากบริษัทรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งคือ บริษัท รถยนต์ไฟฟ้า จำกัด เพื่อติดตั้งระบบเครื่องเสียงให้กับรถยนต์ทุกรุ่นและทุกคันที่อยู่ภายใต้ตราสินค้า “รถยนต์ไฟฟ้า” โดยผู้บริหารของบริษัท ออโต้ จำกัด มีแนวคิดที่จะรับคำสั่งซื้อนี้ จึงได้ดำเนินการตามกระบวนการทั้ง 6 ขั้นตอนข้างต้น คือ

1.การกำหนดและระบุปัญหาที่เกิดขึ้น - การกำหนดและระบุปัญหาเป็นขั้นตอนแรกของการตัดสินใจ นั่นคือ ผู้บริหารต้องตัดสินใจถึงกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อนี้ เช่น ต้องมีการสำรองวัตถุดิบ

การเพิ่มสถานที่ในการเก็บสินค้า เป็นต้น และสิ่งสำคัญคือ จะทำอย่างไรให้สามารถเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับคำสั่งซื้อนี้ได้

2.การกำหนดทางเลือกที่เป็นไปได้ - ขั้นตอนที่สองคือ การกำหนดทางเลือกในการตัดสินใจปัญหาที่ได้กำหนดขึ้น โดยอาจขอคำปรึกษาจากวิศวกรหรือผู้จัดการฝ่ายผลิต เพื่อกำหนดทางเลือกที่เหมาะสม เช่น สร้างโรงงานแห่งใหม่เพื่อรองรับคำสั่งซื้อของลูกค้าในครั้งนี้ หรือ เช่าสถานที่ในการผลิตและโกดังสินค้าเพิ่มเติม หรือ จ้างผู้ผลิตรายย่อยในการผลิตสินค้าส่วนที่เกินกำลังการผลิตของกิจการ โดยในขั้นตอนนี้ ผู้บริหารของบริษัท ออโต้ จำกัด ต้องปรึกษาหารือกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องและทำการตัดทางเลือกที่เป็นไปไม่ได้ออกไป เช่น การสร้างโรงงานแห่งใหม่เพราะจะก่อให้เกิดความเสี่ยงกับกิจการเนื่องจากเป็นการลงทุนที่ใช้เงินมากและต้องใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างนาน อาจผลิตไม่ทันต่อความต้องการของบริษัท รถยนต์ไฟฟ้า จำกัด ดังนั้น ทางเลือกที่เป็นไปได้ของบริษัท ออโต้ จำกัด คือ การเช่าหรือการจ้างผู้ผลิตภายนอก

3.การกำหนดต้นทุนและผลประโยชน์ของแต่ละทางเลือก - ขั้นตอนที่สามคือ การกำหนดต้นทุนและผลประโยขน์ของการเช่าหรือการจ้างผู้ผลิตภายนอก โดยการตัดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของแต่ละทางเลือกออกไป

4.การประเมินข้อมูลเชิงปริมาณและการประเมินข้อมูลเชิงคุณภาพของแต่ละทางเลือก - ขั้นตอนที่สี่ เป็นการนำเครื่องมือหรือวิธีการที่ใช้ในการตัดสินใจทางเลือก โดยคำนึงถึงข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพ ในบางครั้งข้อมูลเชิงคุณภาพจะเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจทางเลือกที่เหมาะสมได้ดีกว่าข้อมูลเชิงปริมาณเช่น เรื่องของคุณภาพในการผลิต หากบริษัท ออโต้ จำกัด เช่าสถานที่เพื่อใช้ในการผลิตอาจจะทำให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าการที่บริษัท ออโต้ จำกัดจ้างผู้ผลิตจากภายนอกเพราะความสามารถในการผลิตของผู้ผลิตภายนอกอาจด้อยกว่าบริษัท ออโต้ จำกัด

5.การตัดสินใจเลือกทางเลือก - ขั้นตอนที่ห้า ผู้บริหารต้องนำข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาเปรียบเทียบกันและทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมกับบริษัท ออโต้ จำกัด มากที่สุด ซึ่งในกรณีนี้ผู้บริหารของบริษัท ออโต้ จำกัด อาจจะใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพในการตัดสินใจเลือกทางเลือกเช่าสถานที่เพื่อทำการผลิตสินค้าเอง เนื่องจากเล็งเห็นว่า บริษัท รถยนต์ไฟฟ้า จำกัด เป็นบริษัทรถยนต์รายใหญ่และมีแนวโน้มที่จะขยายการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากบริษัท ออโต้ จำกัด รับคำสั่งซื้อนี้จะทำให้บริษัท ออโต้ จำกัด มีโอกาสได้รับการติดต่อจากบริษัท รถยนต์ไฟฟ้า จำกัด ในผลิตภัณฑ์อื่นต่อไปในอนาคตได้ เพื่อให้บริษัท รถยนต์ไฟฟ้า จำกัด ได้รับ

สินค้าที่มีคุณภาพดีจากประสบการณ์ของพนักงานฝ่ายผลิตของบริษัท ออโต้ จำกัด เป็นการสร้างความประทับใจให้กับบริษัท รถยนต์ไฟฟ้า จำกัดอีกด้วย

6.การติดตามและพิจารณาทางเลือกที่ตัดสินใจ - เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการตัดสินใจ คือ การทบทวนและติดตามผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด เพื่อใช้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจในอนาคตได้

จากกระบวนการข้างต้นพบว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจระยะสั้นคือการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องอันมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ โดยสามารถแบ่งเป็นข้อมูลภายในอันเป็นข้อมูลที่เกิดจากหน่วยงานภายในรวบรวมมาและภายนอกกิจการอันเป็นข้อมูลที่เกิดจากสภาพแวดล้อมเช่น ภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น หรืออาจแบ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณอันได้แก่ ยอดขาย หรือข้อมูลเชิงคุณภาพเช่น ลักษณะผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ทำให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจมีเป็นจำนวนมากและสามารถกำหนดทางเลือกในการตัดสินใจได้หลายทางเลือก ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องจำแนกและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจให้ชัดเจน เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมภายใต้สถานการณ์และข้อมูลต่างๆ ที่ได้รวบรวมมา

ทั้งนี้ ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจส่วนใหญ่มักเป็นข้อมูลเชิงปริมาณในรูปของต้นทุน ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องทราบและจำแนกข้อมูลต้นทุนให้ได้ว่าข้อมูลต้นทุนใดที่ใช้เพื่อการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วยรายการต้นทุนดังนี้

1.ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevant Costs) หมายความว่า ต้นทุนที่เกี่ยวข้องจะต้องเป็นต้นทุนที่มีความสำคัญและจำเป็นต้องใช้ในการวิเคราะห์ (ไม่สามารถมองข้ามได้) และจะเป็นต้นทุนที่นำไปสู่ทางเลือกของการตัดสินใจที่ถูกต้องได้ ดังนั้น เพื่อให้การตัดสินใจของผู้บริหารประสบความสำเร็จ ผู้บริหารต้องสามารถบอกความแตกต่างระหว่างต้นทุนที่เกี่ยวข้องและต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจได้ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปใช้ในการเลือกทางเลือกของการตัดสินใจที่ถูกต้องได้ ส่วนใหญ่ ปัญหาที่ต้องการตัดสินใจมักจะมีทางเลือกอย่างน้อยที่สุด 2 ทางเลือก ทำให้ต้องมีการเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนที่ได้รับของแต่ละทางเลือก ซึ่งต้นทุนที่เกิดจากทางเลือกที่แตกต่างกัน จะเรียกว่า ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ นั่นเอง

2.ต้นทุนที่แตกต่าง (Differential Costs) หรือ ต้นทุนส่วนเพิ่ม (Incremental Costs) ในบางครั้ง ต้นทุนที่เกี่ยวข้องในสถานการณ์หนึ่งอาจจะเป็นต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องในอีกสถานการณ์หนึ่งได้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้บริหารในการตัดสินใจ กล่าวคือ ผู้บริหารต้องทำการตรวจสอบข้อมูลที่มีอยู่และแยกต้นทุนที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ หากไม่เป็นเช่นนี้ ผู้บริหารอาจเกิดความเสี่ยงในการนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจผิดพลาดได้ อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งได้ว่า ต้นทุนส่วนเพิ่ม (Incremental Costs) หมายถึงต้นทุนส่วนที่เพิ่มขึ้นหรือ

ลดลง หรือการเปลี่ยนแปลงของรายการต้นทุนอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงกรรมวิธีหรือรายการในต้นทุนการผลิต ซึ่งมักจะเป็นต้นทุนผันแปรต่างๆ

3.ต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Costs) คือ ต้นทุนที่เกิดจากการเปรียบเทียบรายได้รวมของทางเลือกที่กิจการไม่ได้เลือกกับรายได้รวมของทางเลือกที่กิจการเลือก อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ต้นทุนจากการเลือก (Alternative Cost) เช่น กิจการต้องทำการเลือกว่าจะนำเงินสดฝากธนาคารแล้วได้ผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยเงินฝากประจำเท่ากับ 2.00% หรือนำเงินสดดังกล่าวไปลงทุนในกองทุนรวมซึ่งได้รับผลตอบแทนรูปของเงินปันผลเท่ากับ 3.50% โดยหากกิจการเลือกนำเงินสดไปลงทุนในกองทุนรวมจะสูญเสียโอกาสในการนำเงินสดไปฝากธนาคารที่ได้รับผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ย ดังนั้น รายได้จากดอกเบี้ยรับจะถือเป็นต้นทุนค่าเสียโอกาสของการนำเงินสดไปลงทุนในกองทุนรวม

4.ต้นทุนจม (Sunk Costs) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นแล้วในอดีค มักเป็นราคาทุนเริ่มแรกหรือครั้งแรกที่ได้จ่ายเงินไป จึงเป็นต้นทุนที่ไม่สามารถแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงได้ ต้นทุนจมจึงเป็นต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจหรือไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นต้นทุนคงที่ คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นกับทางเลือกต่าง ๆ เท่ากัน หรือเป็นต้นทุนใช้แล้ว Expired ดังนั้นต้นทุนจมเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นแล้วซึ่งไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ (Unavoidable cost) ไม่ว่าผู้บริหารจะตัดสินใจเช่นใดก็ตาม ต้นทุนจมจะเหมือนเดิมไม่ว่าทางเลือกที่นำมาพิจารณาจะมีกี่ทางเลือกก็ตาม ดังนั้นต้นทุนจมเป็นต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจระยะสั้นและสามารถตัดจากการวิเคราะห์ได้

5. ต้นทุนที่หลีกเลี่ยงได้ (Avoidable Costs) และต้นทุนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ (Unavoidable Costs) ต้นทุนที่หลีกเลี่ยงได้ หมายถึง ต้นทุนที่กิจการอาจจะยกเลิกหรือระงับได้ มักจะเป็นต้นทุนในอนาคต แต่จะเป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจหรือไม่ก็ได้ การพิจารณาต้นทุนที่หลีกเลี่ยงได้หรือไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละกรณีและ ต้นทุนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ หมายถึง ต้นทุนที่กิจการจำเป็นต้องรับภาระไปตลอดอายุการดำเนินงานของกิจการ ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ จำเป็นต้องเกิดขึ้นและมักเป็นต้นทุนระยะยาว

6. ต้นทุนที่ควบคุมได้ (Controllable Costs) และต้นทุนที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Costs) ต้นทุนที่ควบคุมได้ หมายถึง ต้นทุนที่อาจจะสั่งการหรือควบคุมให้เกิดหรือไม่เกิดโดยตรง อาจเป็นต้นทุนระยะสั้นหรือระยะยาวก็ได้ เช่น ควบคุมด้วยระยะเวลาที่เกี่ยวข้อง หรือควบคุมด้วยอำนาจหน้าที่ของผู้บริหาร และ ต้นทุนที่ควบคุมไม่ได้หมายถึงต้นทุนที่กิจการไม่สามารถควบคุมหรือสั่งการได้ มักเป็นเหตุการณ์หรือปัจจัยภายนอกกิจการ เช่น รัฐบาลขึ้นอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นต้น

ตัวอย่างการกำหนดต้นทุนในแต่ละทางเลือก

ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างการกำหนดต้นทุนในทางเลือกที่กำหนดขึ้น เพื่อให้ทราบว่าต้นทุนใดเป็นต้นทุนที่ใช้ในการตัดสินใจสำหรับทางเลือก

ตัวอย่าง – บริษัท ใจดี จำกัด กำลังวางแผนจัดหาสถานที่เก็บสินค้าเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งบริษัทฯ มีทางเลือก 2 ทางเลือกคือ จะเช่าสถานที่เก็บสินค้าใกล้กับโรงงานที่จังหวัดสมุทรปราการหรือจะต่อเติมพื้นที่หลังร้านจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ เพื่อเก็บสินค้า โดยผู้บริหารได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่ทำการรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจทางเลือกดังนี้คือ

ก.ค่าเสื่อมราคารถกระบะ	10,000 บาท
ข.ค่าน้ำมันรถกระบะ	5,000 บาท
ค.ค่าประกันภัยรถกระบะรายปี	2,000 บาท
ง.ค่าบำรุงรักษาและซ่อมแซมรถกระบะ	5,000 บาท
จ.ค่าก่อสร้างต่อเติมบริเวณหลังร้านจำหน่ายสินค้า	9,000 บาท
ฉ.ค่าเช่าสถานที่ในการเก็บสินค้า	15,000 บาท

จากข้อมูลข้างต้นสามารถจำแนกเป็นต้นทุนและผลประโยชน์ออกได้เป็น 2 ประเภทคือ ต้นทุนและประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง กับ ต้นทุนและประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ต้นทุนและประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

ข้อ ข ค่าน้ำมันรถกระบะ เป็นต้นทุนที่เกิดจากการขับรถกระบะจากโรงงานไปยังร้านจำหน่ายสินค้า ซึ่งถ้าหากบริษัทฯ เลือกที่จะต่อเติมพื้นที่หลังร้านจำหน่ายสินค้า ต้นทุนจำนวนนี้จะไม่เกิดขึ้น เนื่องจากเป็นต้นทุนสที่แตกต่างระหว่าง 2 ทางเลือก

ข้อ ง ค่าบำรุงรักษาและซ่อมแซมรถกระบะ เนื่องจากต้นทุนจำนวนนี้จะเกิดขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงไปตามการใช้รถกระบะ ดังนั้น ถ้าหากบริษัทฯ เลือกที่จะขับรถกระบะไปยังร้านจำหน่ายสินค้า ก็จะทำให้เกิดต้นทุนจำนวนนี้เพิ่มขึ้นไปด้วย

ข้อ จ ค่าก่อสร้างต่อเติมบริเวณหลังร้านจำหน่ายสินค้า จะเกิดขึ้นถ้าบริษัทฯ เลือกที่จะใช้พื้นที่หลังร้านจำหน่ายสินค้าในการเก็บสินค้า บริษัทฯ ก็จำเป็นต้องจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนนี้ แต่ถ้าหากบริษัทฯ เลือกที่จะเช่าสถานที่เก็บสินค้าใกล้โรงงานแล้ว บริษัทฯ ไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าต่อเติมจำนวนนี้

ข้อ ฉ ค่าเช่าสถานที่ในการเก็บสินค้า ถ้าบริษัทฯ เลือกที่จะเช่าสถานที่เก็บสินค้า บริษัทฯ ก็จำเป็นต้องจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนนี้ แต่ถ้าหากบริษัทฯ เลือกที่จะต่อเติมพื้นที่หลังร้านจำหน่ายสินค้า บริษัทฯ ไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าเช่าจำนวนนี้

ส่วนต้นทุนและประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวข้อง ได้แก่

ข้อ ก.ค่าเสื่อมราคารถกระบะ เป็นต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ไม่ว่าบริษัทฯ จะเลือกทางเลือกใดก็ต้องมีค่าเสื่อมราคารถกระบะจำนวนนี้เกิดขึ้นอยู่แล้วอย่างแน่นอน ดังนั้น ต้นทุนจำนวนนี้ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างแต่ละทางเลือก

ข้อ ค.ค่าประกันภัยรถกระบะรายปี เป็นต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้อง คือ ไม่ว่าบริษัทฯ จะเลือกจะเช่าสถานที่เก็บสินค้าใกล้กับโรงงานที่จังหวัดสมุทรปราการหรือจะต่อเติมพื้นที่หลังร้านจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ เพื่อเก็บสินค้า บริษัทฯ ก็ยังคงต้องจ่ายค่าเบี้ยประกันภัยรถกระบะรายปีอย่างแน่นอน

จะเห็นได้ว่า จากตัวอย่างข้างต้น ผู้บริหารของบริษัท ใจดี จำกัด จำเป็นต้องกำหนดหรือระบุให้ได้ว่าต้นทุนหรือผลประโยชน์ข้อใดมีความเกี่ยวข้องหรือไม่มีความเกี่ยวข้องกับทางเลือกที่ใช้ตัดสินใจ เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมและถูกต้องได้

การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว (Temporary Shutdown)

ในปัจจุบันเนื่องจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงการใช้เครื่องจักรหรือหุ่นยนต์ในการปฏิบัติงานบางอย่างแทนมนุษย์ กิจการต้องเผชิญกับปัญหาการตัดสินใจอีกหลายรูปแบบ

ในลำดับสุดท้ายจึงขอยกตัวอย่างปัญหาทางธุรกิจที่สำคัญในภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำขณะนี้ ว่าธุรกิจควรมีแนวคิดในการตัดสินใจอย่างไรเกี่ยวกับการตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว (Discontinue and unprofitable segment) กิจการควรปิดโรงงานอย่างถาวรหรือชั่วคราว มีหลักเกณฑ์การตัดสินใจคือ ถ้ากิจการไม่สามารถสร้างรายได้มากกว่าต้นทุนผันแปร ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ หากรายได้ส่วนเพิ่มมากกว่าต้นทุนส่วนเพิ่ม กิจการควรดำเนินงานต่อไป ทั้งนี้ ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำอาจทำให้ธุรกิจต้องขายสินค้าแบบลดราคาเพราะ

ขายได้ต่ำกว่าในระดับปกติแต่ในขณะเดียวกันกิจการอาจต้องรับภาระต้นทุนเพิ่มขึ้น จนต้องลดกำลังการผลิตลงเรื่อยๆ จนถึงระดับหนึ่งที่ต้องตัดสินใจหยุดการผลิตชั่วคราว ทำให้การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว เป็นวิธีหนึ่งในการลดผลขาดทุนของกิจการ เพื่อรอคอยจนกว่าภาวะเศรษฐกิจจะฟื้นตัวขึ้นหรือกิจการมีความสามารถในการผลิตเพิ่มขึ้นแล้ว ซึ่งในการปิดโรงงานชั่วคราวนั้นจะมีค่าใช้จ่ายบางส่วนลดลง ค่าใช้จ่ายบางส่วนยังคงเกิดขึ้น และค่าใช้จ่ายบางส่วนที่ต้องเพิ่มขึ้น ซึ่งเรียกว่า “ค่าใช้จ่ายในการปิดโรงงานชั่วคราว”ได้แก่

1. ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปรทั้งหมด
2. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน เช่น ค่าสาธารณูปโภค
3. ค่าใช้จ่ายซ่อมแซมเครื่องจักรอุปกรณ์การผลิต ค่าภาษีโรงงาน เป็นต้น
4. ค่าใช้จ่ายส่วนที่ยังคงเกิดขึ้น (ไม่สามารถลดลงได้) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ต่าง ๆ ที่มีภาระผูกพันระยะยาวเช่น ค่าเสื่อมราคา , ค่าเช่า , ค่าเบี้ยประกัน
5. ค่าใช้จ่ายดูแลรักษาเครื่องจักร
6. ค่าดูแลเฝ้าระวังทรัพย์สิน

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในการพิจารณาปัญหาการปิดโรงงานชั่วคราวซึ่งเป็นปัญหาระยะสั้น กิจการควรให้ความสำคัญกับการจำแนกประเภทของต้นทุนที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่กำลังพิจารณา เพื่อเป็นประโยชน์กับกิจการเพราะการจำแนกประเภทต้นทุนที่ผิดวัตถุประสงค์อาจทำให้การตัดสินใจของกิจการผิดพลาดได้ เนื่องจากการจำแนกต้นทุนมีหลายลักษณะ ขึ้นอยู่กับประโยชน์ของการนำไปใช้ เช่น จำแนกตามลักษณะส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ (วัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายในการผลิต) จำแนกตามลักษณะหน้าที่งาน (ต้นทุนการผลิต และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน) หรือจำแนกตามพฤติกรรมของต้นทุน (ต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่) ในการตัดสินใจปัญหาการปิดโรงงานชั่วคราวหรือไม่ จะใช้แนวคิดของการจำแนกประเภทของต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุนเป็นพื้นฐาน โดยเราสามารถจำแนกต้นทุนตามลักษณะการเกิดของต้นทุนได้เป็น 2 ลักษณะดังนี้คือ

1. ต้นทุนผันแปร หมายถึง ต้นทุนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนหน่วยที่ทำการผลิต หากกิจการทำการผลิตมาก ต้นทุนผันแปรจะมีค่าเพิ่มขึ้น เช่น ค่าวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง เป็นต้น
2. ต้นทุนคงที่ หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นอย่างแน่นอน ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนหน่วยผลิต และหากมีต้นทุนคงที่เกิดขึ้นแล้ว กิจการจำเป็นรับภาระต้นทุนดังกล่าวนี้แม้ว่ากิจการจะขายสินค้าไม่ได้ เช่น เงินเดือนผู้บริหาร ค่าเช่าโรงงาน เป็นต้น

ในการตัดสินใจปัญหาการปิดโรงงานชั่วคราว เป็นการแก้ไขปัญหาภาวะการขาดทุนของกิจการในช่วงเศรษฐกิจชะงักงัน ซึ่งยอดขายจะตกต่ำลงไม่คุ้มกับค่าใช้จ่าย กิจการจึงมีแนวคิดในการพิจารณาปิดโรงงานชั่วคราว

เพื่อรอโอกาสที่เศรษฐกิจฟื้นตัวจึงจะเปิดดำเนินงานตามปกติ แต่ถ้าภาวะเศรษฐกิจซบเซาตลอดไปอาจพิจารณาเลิกดำเนินกิจการตลอดไปก็เป็นไปได้ การปิดโรงงานชั่วคราวนั้นยังมีค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งที่ต้องจ่ายไม่เหมือนกับการปิดโรงงานอย่างถาวร เช่น การปิดโรงงานชั่วคราวกิจการจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และดูแลทรัพย์สินให้อยู่ในสภาพที่จะใช้งานได้ซึ่งเรียกว่า ค่าใช้จ่ายในการปิดโรงงานชั่วคราว เช่น ค่าบำรุงรักษาเครื่องจักร ค่าเช่าโรงงาน ค่าเสื่อมราคาอาคารโรงงาน ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร เป็นต้น ส่วนต้นทุนคงที่บางส่วนจะลดลง และค่าใช้จ่ายผันแปรจะลดลงได้หมด เช่น วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ค่าวัสดุโรงงาน ค่าแรงงานทางอ้อม ค่าไฟฟ้าลดลงได้บางส่วนดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

สำหรับหลักเกณฑ์การพิจารณาการตัดสินใจว่าจะหยุดดำเนินงานปิดโรงงานชั่วคราวหรือไม่นั้น กิจการต้องเปรียบเทียบการขาดทุนที่เกิดขึ้นในการผลิตและขาย กับค่าใช้จ่ายในการปิดโรงงานชั่วคราว โดยปกติมักจะใช้ข้อมูลเชิงปริมาณในการตัดสินใจ โดยทำการเปรียบเทียบตัวเลขระหว่าง

“ผลขาดทุนจากการขายสินค้าในภาวะยอดขายตกต่ำ กับ ค่าใช้จ่ายในการปิดโรงงานชั่วคราว”

โดยเฉพาะการดำเนินงานของกิจการก่อสร้าง บางครั้งการก่อสร้างอาจจะเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ อันเกิดจากสาเหตุภายในและภายนอกกิจการ สาเหตุภายในกิจการอาจเกิดจากปัญหา เช่น การจัดหาวัสดุก่อสร้าง การขาดแคลนวัสดุก่อสร้างหรือวัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้าง ต้นทุนวัสดุก่อสร้างที่สูงขึ้น ปัญหาการจ้างแรงงานการก่อสร้าง ปัญหาการควบคุมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการผลิต ส่วนสาเหตุจากภายนอกกิจการอาจเกิดจากปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทัศนคติของลูกค้าเปลี่ยนแปลง ภาวะการแข่งขัน ภาวะการเมือง เกิดจากจลาจล เกิดสงคราม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้มีผลกระทบต่องานการก่อสร้างของกิจการ ทำให้ยอดรายได้ต่ำกว่าเป้าหมาย ดังนั้น เพื่อความอยู่รอดของกิจการฝ่ายบริหารจึงจำเป็นต้องทำการตัดสินใจว่าในระหว่างที่เกิดปัญหาเหล่านี้กิจการควรหยุดการดำเนินงานการก่อสร้างชั่วคราวหรือยังคงดำเนินการต่อไปแต่มีการปรับแผนงานการดำเนินงาน สำหรับข้อมูลที่นำมาใช้ในการพิจารณาตัดสินใจการปรับแผนการดำเนินงานหรือปิดโรงงานชั่วคราวได้แก่

1. ต้นทุนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และต้นทุนที่จะเกิดขึ้นเมื่อมีการหยุดการดำเนินงานการโรงงานชั่วคราว

2. ผลขาดทุนที่กิจการจะได้รับถ้ายังคงดำเนินการต่อไป

สำหรับต้นทุนที่กิจการสามารถหลีกเลี่ยงได้เมื่อปิดกิจการโรงงานชั่วคราว เช่น ค่าแรงงานคนงาน ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น ส่วนต้นทุนที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ เช่น ค่าเสื่อมราคาอาคาร ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร ค่าภาษีทรัพย์สิน ค่าเบี้ยประกันภัยทรัพย์สินต่างๆ ค่าเช่าอาคารโรงงาน เป็นต้น

ดังนั้น ผู้บริหารสามารถนำเทคนิคการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนมาประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจปัญหาการปิดโรงงานชั่วคราวได้ กล่าวคือ ณ จุดที่กิจการมีต้นทุนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเมื่อมีการหยุดการดำเนินงานในโรงงานชั่วคราวเท่ากับผลขาดทุนที่จะได้รับ ถ้ายังดำเนินการต่อไป จะเป็นจุดที่กิจการต้องทำการตัดสินใจว่าจะยังคงดำเนินการต่อไปหรือการปิดโรงงานชั่วคราว ดังนี้

1.กรณีที่การปิดโรงงานชั่วคราว กิจการมีต้นทุนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเนื่องจากการปิดโรงงานชั่วคราว รวมทั้งค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่กิจการต้องจ่ายเมื่อกลับมาดำเนินงานใหม่ หากต้นทุนเหล่านี้มีมากกว่าผลขาดทุนที่จะได้รับถ้ายังดำเนินการแล้ว กิจการควรตัดสินใจดำเนินการผลิตในโรงงานต่อไป เพราะผลขาดทุนของการดำเนินงานต่อไปจะมีน้อยกว่าการปิดโรงงานชั่วคราว

2.กรณีที่การปิดโรงงานงชั่วคราว มีต้นทุนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และต้นทุนที่จะเกิดเนื่องจากการปิดโรงงานชั่วคราวมีน้อยกว่าผลขาดทุนที่จะได้รับถ้ายังดำเนินการแล้ว กิจการควรปิดโรงงานชั่วคราว เพราะถ้าดำเนินการต่อจะขาดทุนมากกว่า

ผู้บริหารสามารถนำทฤษฎีจุดคุ้มทุนมาช่วยในการคำนวณเพื่อการตัดสินใจปัญหาปิดโรงงานชั่วคราวได้

$$Q^*_{\text{ปิดโรงงานชั่วคราว}} = \frac{\text{Fc - ค่าใช้จ่ายในการปิดโรงงานชั่วคราว}}{\text{P – Vc/unit}}$$

หรือ

$$S^*_{\text{ปิดโรงงานชั่วคราว}} = \frac{\text{Fc – ค่าใช้จ่ายในการปิดโรงงานชั่วคราว}}{\text{CMR}}$$

โดยที่

Q = Quantity จำนวนหน่วยที่กิจการคาดว่าจะขายได้

P = Price per unit ราคาขายต่อหน่วย

Fc = Fixed Cost ต้นทุนคงที่

Vc/unit = Variable Cost per unit ต้นทุนผันแปร

S = Sales Revenue ยอดขายที่กิจการคาดว่าจะขายได้ เกิดจาก จำนวนหน่วยที่กิจการคาดว่าจะขายได้ X ราคาขายต่อหน่วย

CMR = Contribution Margin Ratio อัตรากำไรส่วนเกิน

สำหรับหลักเกณฑ์หรือวิธีการตัดสินใจโดยการประยุกต์จากการใช้จุดคุ้มทุน เป็นดังนี้คือ

1. หากขายได้ต่ำกว่าจุดคุ้มทุนที่คำนวณได้ข้างต้น ควรปิดโรงงานชั่วคราว เพราะกิจการขายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ กิจการจะขาดทุนจากต้นทุนคงที่ซึ่งเป็นกิจการต้องรับภาระและยังคงเกิดขึ้นแม้ว่าจะไม่มีรายได้จากการขาย
2. หากขายได้มากกว่าจุดคุ้มทุนที่คำนวณได้ข้างต้น ไม่ควรปิดโรงงานชั่วคราว เพราะกิจการขายได้สูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ จะทำให้กิจการได้รับกำไรจากการไม่ปิดโรงงานชั่วคราว

การพิจารณาปัญหาที่เกี่ยวกับการดำเนินการต่อไปหรือปิดโรงงานชั่วคราวนั้น ผู้บริหารจำเป็นต้องทำการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพราะการปิดโรงงานจะไม่เกิดรายได้เลย แต่ยังคงมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นแม้ว่าจะหยุดการดำเนินงานชั่วคราวแล้วก็ตาม นอกจากนี้ผู้บริหารอาจใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพในการตัดสินใจปัญหาด้วย เช่น การพิจารณาความเสียหายแก่ชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการในกรณีประกาศปิดโรงงานชั่วคราว และปัญหาด้านกฎหมายคุ้มครองการจ้างแรงงานเนื่องจากคนงานในโรงงานจะไม่มีรายได้ในระหว่างที่กิจการประกาศปิดโรงงานชั่วคราว และหากเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัว กิจการอาจจำเป็นต้องปิดโรงงานอย่างถาวรและจะส่งผลกระทบอย่างมหาศาลอันเนื่องมาจากคนงานจะตกงานเป็นจำนวนมาก เมื่อไม่มีการจ้างงาน เศรษฐกิจจะฟื้นตัวได้ยากมาก จึงเป็นหน้าที่ของทุกฝ่ายที่ต้องช่วยกันกระตุ้นเศรษฐกิจในปัจจุบันให้ฟื้นตัวโดยเร็ว และในภาวะที่เศรษฐกิจชะลอตัว ธุรกิจต้องเผชิญกับแรงกดดันทั้งทางด้านยอดขายและต้นทุนที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจบางแห่งอาจเลือกที่จะลดค่าใช้จ่ายโดยการเลิกจ้าง ซึ่งเป็นการปิดโรงงานชั่วคราว พึงระลึกไว้ว่า แรงงานเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญในแง่ที่ว่าแรงงานที่ดีจึงจะให้ผลผลิตที่ดี ผู้บริหารควรพิจารณาการจ้างงานที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้นโดยการปรับลด/เพิ่มชั่วโมงหรือวันในการทำงานตามสภาพธุรกิจแทนการเลิกจ้างถาวร และใช้ช่วงเวลาของการปิดโรงงานชั่วคราวนี้ในการฝึกอบรมหรือพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพนักงาน อันนำสู่การพัฒนาคุณภาพของกิจการและสามารถลดค่าใช้จ่ายระยะยาวในอนาคตได้ รวมถึงเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน และเป็นการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กรอีกด้วย

สรุป

ผู้บริหารมีหน้าที่สำคัญในการวางแผนและตัดสินใจปัญหาระยะสั้นที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและกำหนดทางเลือกที่เหมาะสม อันนำไปสู่เป้าหมายตามแผนการดำเนินงานในอนาคตได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตัดสินใจปัญหาการปิดโรงงานชั่วคราวอันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวในปัจจุบันนี้ เพื่อให้ผู้บริหารทราบขั้นตอนในการตัดสินใจ การจำแนกต้นทุนที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการวิเคราะห์ต้นทุนในแต่ละทางเลือก เพื่อให้สามารถนำต้นทุนที่กี่ยวข้องมากำหนดทางเลือกในการตัดสินใจให้ถูกต้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมถึงผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในระยะยาวด้วย

เอกสารอ้างอิง

ธนิดา จิตรน้อมรัตน์, เพียรใจ โพธิ์ถาวร และชนิดา เชื้อสุวรรณชัย (2553). การบัญชีเพื่อการจัดการ.พิมพ์ครั้งที่ 4 ฉบับปรับปรุงใหม่. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. กรุงเทพ.

กนกพร นาคทับที.(2560). การบัญชีบริหาร: พิมพ์ครั้งที่ 1.บริษัท ส. เอเชียเพรส (1989) จำกัด. กรุงเทพ.

เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ, นิวัติ กุลศุภโชติ, กิ่งแก้ว บุญสุข และ ณิชฏา โกมุทรินทร์ .(2550). การบัญชีเพื่อการจัดการ. ไอเดียซอฟท์แวร์เทคโนโลยี. อุบลราชธานี.

ศศิวิมล มีอำพล. (2560). การบัญชีเพื่อการจัดการ: พิมพ์ครั้งที่ 24. สำนักพิมพ์เสมาธรรม. กรุงเทพ.

อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. ข้อมูลต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ (ออนไลน์). แหล่งที่มา : http://www.home.kku.ac.th> anuton.doc_03. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2563.

Maryanne M.Mowen, Don R. Hansen and Dan L. Heitger. (2017). Cornerstones of Managerial Accounting, Thailand Edition.

Garrison, Noreen, Brewer, Cheng &Yuen. (2015). Managerial Accountingใ McGraw-Hill Education.

Leiwy, D. and R. Perks Accounting: understanding and practice. (2013). Maidenhead: McGraw-Hill.

การออกแบบกราฟิกเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR : Augmented Reality) ผ่านหนังสือระบายสี สำหรับเด็กปฐมวัย

Graphic design of Mobile-Based Augmented Reality Colouring for Preschool Learning

กิรติ ศรีสุชาติ [1] ปรวรรณ ดวงรัตน์ [2] ธนเดช ธเนศกลจักร [3]

บทคัดย่อ

กิจกรรมภาพระบายสีสำหรับเด็กปฐมวัยเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่ส่งเสริมกระบวนการพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็ก และกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ บทความนี้มีเป้าหมายเพื่อศึกษาการออกแบบกราฟิกเทคโนโลยีความจริงเสริมผ่านหนังสือระบายสี สำหรับเด็กปฐมวัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบภาพระบายสีตามแนวการจัดประสบการณ์การเรียนรู้เด็กปฐมวัย ข้อมูลพฤติกรรมและการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัย หลักการออกแบบกราฟิกให้เหมาะกับการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัย และเทคโนโลยีการสร้างความจริงเสริม (AR : Augmented Reality) และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อสำหรับเด็ก จากนั้นจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการจัดทำโครงการ โดยได้จัดทำแบบร่าง และพัฒนาเป็นผลงานที่สมบูรณ์ในส่วนภาพระบายสี โดยสร้างงานกราฟิกทั้ง 2D และ 3D และนำไปพัฒนาเทคโนโลยีความจริงเสริมต้นแบบด้วยโปรแกรม Unity และ Vuforia พร้อมทั้งสร้างแอปพลิเคชันในงานนำไปใช้งาน โดยใช้ได้ทั้งโทรศัพท์มือถือหรือแทบเล็ตในระบบแอนดรอยด์

คำสำคัญ: การออกแบบกราฟิก; เทคโนโลยีความจริงเสริม; หนังสือภาพระบายสี; เด็กปฐมวัย

[1]ภาควิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ kirati.sri@dpu.ac.th

[2]ภาควิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ porrawan.dot@dpu.ac.th

[3]ภาควิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ tvis141@gmail.com

Abstract

Art has traditionally been an essential part of early childhood programs to practice and express their creative skills. Painting activities encourage preschoolers to develop the creative thinking process and promote the development of small muscles.

This article aims to study graphic design, augmented reality technology through coloring books for early childhood programs.

The researcher conducted a study on the design of drawing for the early childhood learning experience and learning behavior. Including the principle of graphic design that suitable for early childhood learning. Using augmented reality technology (AR) which related to media development for the children.

This work has been focused on creating drafts and developed a complete work of painting. Creating both of 2D and 3D graphics and developing augmented reality technology (AR) by Unity and Vuforia, developing mobile applications and tablets in the Android and ios platform.

Keywords: Graphic Design; Augmented Reality; Colouring Activity; Preschool Education

บทนำ

สมุดภาพระบายสีมีประโยชน์ทั้งในแง่วิชาการและด้านสังคม ในแง่วิชาการนั้น ช่วยพัฒนาการรับรู้เรื่องสี พื้นผิว คำศัพท์ เมื่อเริ่มระบายจะเพิ่มสมาธิ พาสมองเข้าสู่ช่วงผ่อนคลาย นำไปสู่การคิดสร้างสรรค์ โดยจะเห็นว่าเด็กๆ สามารถเลือกใช้สีได้แตกต่างมากขึ้น และเมื่อชิ้นงานสำเร็จเสร็จสิ้นก็จะนำไปสู่ความรู้สึกนับถือตนเอง ด้านสังคมคือช่วยลดช่องว่างระหว่างเด็กกับคนในครอบครัว ในจังหวะที่ผู้ใหญ่คุยเรื่องราวอื่นๆ ก็จะมีช่วงเวลาที่ผู้ใหญ่สามารถหันมาชวนคุยกับเด็กได้ โดยใช้การระบายสีเป็นสะพานเชื่อม กิจกรรมระบายสีเป็นกิจกรรมตามวัยและเป็นการสร้างประสบการณ์ที่สำคัญสำหรับเด็ก ๆ ในการฝึกฝนและแสดงทักษะความคิดสร้างสรรค์ของพวกเขา โดยการพัฒนาความเป็นจริงยิ่งเติมสีเพื่อแก้ปัญหานี้เราต้องเนื้อหาสมุดระบายสีที่เหมาะสมที่ออกแบบมาให้เหมาะกับเด็ก (Mokhtar, Mohamed, Sunar, Arshad, & Sidik, 2018)

การนำเทคโนโลยีเทคโนโลยีการสร้างความจริงเสริม (AR : Augmented Reality) มาผนวกเข้ากับสมุดภาพระบายสีทำให้ภาพวาดสองมิติของเด็กๆ มีชีวิตชีวา กลายเป็นภาพสามมิติเสมือนจริง เห็นชัดทุกด้าน เคลื่อนไหวได้ และอาจจะมีเสียงด้วย ข้อดีที่มีอยู่ในแล้วสมุดภาพระบายสีเมื่อบวกเทคโนโลยีเพิ่มเข้าไป จะทำให้

เด็กเกิดความตระหนักรู้ถึงโลกยุคสมัยที่ต้องปรับตัวให้ก้าวทัน เกิดความคิดกว้างไกลในการพัฒนางาน เกิดทักษะทางด้านมิติสัมพันธ์ เห็นความเชื่อมโยงระหว่างภาพสองมิติและภาพสามมิติ (ขัตติยดา ไชยโย, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 ที่เน้นจัดประสบการณ์ให้สอดคล้องกับจิตวิทยาพัฒนาการและการทำงานของสมอง ที่เหมาะกับอายุ วุฒิภาวะและระดับพัฒนาการ เพื่อให้เด็กทุกคนได้พัฒนาเต็มตามศักยภาพ ให้เด็กได้ลงมือกระทำ เรียนรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้เคลื่อนไหว สำรวจ เล่น สังเกต สืบค้น ทดลอง และคิดแก้ปัญหาด้วยตนเอง จุดดีของเทคโนโลยี AR คือความเป็นสามมิติที่เคลื่อนไหวได้ จะช่วยให้เด็กๆ เห็นเชิงประจักษ์ว่า ความตั้งใจ ความพยายามส่งผลแค่ไหนกับงานต่างๆ เพราะภาพที่เด็กๆ ระบายจะออกมาเคลื่อนไหวตามสีสันแบบเดียวกับที่เจ้าตัวระบาย เด็กๆ จะค่อยๆ ตระหนักว่า ตัวเขาเองเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยสร้างความมีชีวิตชีวาให้ภาพนั้นๆ ได้

ด้วยเหตุนี้จากข้อมูลทำให้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาการพัฒนากราฟิกสมุดภาพระบายสี ด้วยเทคโนโลยีการสร้างความจริงเสริม (AR : Augmented Reality) ผ่านขั้นตอนการออกแบบอย่างเป็นระบบและพัฒนาผลงานให้ตรงกับพัฒนาการเรียนรู้และสมวัยสำหรับเด็กปฐมวัย

ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดในการพัฒนากราฟิกสำหรับภาพระบายสี

ตามหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย (2560) ได้กำหนดรูปแบบการจัดประสบการณ์สำหรับเด็กปฐมวัย รวมถึงนวัตกรรมที่ต้องใช้สอดแทรกลงในการจัดประสบการณ์ โดยพิจารณา ตัวเด็ก สภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ให้เหมาะสมกับความสนใจและสิ่งแวดล้อม ซึ่งกำหนดการจัดประสบการณ์การเรียนรู้เด็กปฐมวัยจะแบ่งตามสาระ โดยแบ่งออกเป็น 4 สาระดังนี้ คือ 1) เรื่องราวเกี่ยวกับตัวเด็ก 2) บุคคลและสถานที่แวดล้อม 3) ธรรมชาติรอบตัวเด็ก 4) สิ่งต่างๆ รอบตัวเด็ก

จุดมุ่งหมายในการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์

ขนิษฐา บุนนาค (2562) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เด็กเรียนรู้อย่างมีความสุข อีกทั้งยังได้ใช้สมองทั้งซีกซ้ายและซีกขวาอย่างสมดุล ซึ่งจะไม่เน้นผลงานที่สวยงามหรือเหมือนของจริง แต่เน้นให้เด็กได้พัฒนาครบทุกด้านจากการทำกิจกรรม โดยมีจุดมุ่งหมายดังนี้

- เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ตามจินตนาการให้เด็กรู้จักสังเกตและแสดงออกตามความถนัด
- เพื่อพัฒนากล้ามเนื้อมัดใหญ่และมัดเล็ก
- เพื่อพัฒนาการประสานสัมพันธ์ระหว่างมือกับตา
- เพื่อฝึกให้เด็กได้ทำงานเป็นกลุ่ม ทำงานเป็นขั้นตอน และมีความประณีตในการทำงาน
- เพื่อส่งเสริมให้เด็กได้แสดงออกอย่างอิสระ และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
- เพื่อพัฒนาความมั่นใจ กล้าแสดงออกและส่งเสริมการใช้ภาษาในการอธิบายเกี่ยวกับผลงานของตนเอง

พฤติกรรมการวาดภาพระบายสีของเด็กปฐมวัย

Horovity, Lewis ; 1967 (อ้างถึงจาก ประสม จุมพรม, 2550) ได้ทำการศึกษาและสังเกตการวาดภาพของเด็ก พบว่าในการวาดภาพของเด็กนั้นเด็กได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวและได้แบ่งลักษณะภาพที่เด็กวาดออกเป็น 4 แบบ คือ

- ภาพวาดตามความสนใจ เด็กจะวาดภาพตามความคิดของตนเอง
- ภาพวาดอิสระเป็นการวาดภาพจากหัวข้อที่กำหนดให้แต่เด็กจะคิดสิ่งที่จะวาดเอง
- ภาพของจริง เด็กจะวาดภาพจากของจริงที่กำหนดให้
- ภาพวาดตามแบบที่กำหนดให้ภาพนี้เด็กจะวาดภาพเลียนแบบที่กำหนดให้ทุกประการ

นิยามของ AR : Augmented reality

AR : Augmented reality คือ การรวมสภาพแวดล้อมจริง กับ วัตถุเสมือน เข้าด้วยกันในเวลาเดียวกัน โดยวัตถุเสมือนที่ว่านั้น อาจจะเป็น ภาพ วิดีโอ เสียง ข้อมูลต่างๆที่ประมวลผลมาจากคอมพิวเตอร์ มือถือ เทปเล็ต หรืออุปกรณ์สวมใส่ขนาดเล็กต่างๆ และทำให้เราสามารถตอบสนองกับสิ่งที่จำลองนั้นได้ ตัวอย่างของการใช้งาน AR ก็คือ เกม Pokemon Go ถือเป็นปรากฏการณ์ครั้งสำคัญของนักเล่นเกมทั่วโลก (วิลาส สมิทธิฤทธา, 2559) ซึ่งสอดคล้องกับ Apple ที่ได้กล่าวไว้ว่าเทคโนโลยีความจริงเสริม ถือเป็นวิธีใหม่ในการใช้เทคโนโลยีที่เรียกได้ว่าจะเปลี่ยนวิธีการทำงาน เรียนรู้ เล่น รวมถึงเชื่อมต่อกับแทบทุกสิ่งรอบตัว มีประโยชน์อย่างเหลือเชื่อสำหรับการแก้ปัญหาประจำวันต่างๆ สร้างโลกที่สนุกสนาน จินตนาการใหม่ของเรื่องโปรดในวัยเด็ก สำรวจจักรวาลอันกว้างใหญ่ เดินเล่นกับไทแรนโนซอรัส ซึ่งประสบการณ์ตรงเป็นหนึ่งในวิธีที่ดีที่สุดในการเรียนรู้ ซึ่งด้วยเทคโนโลยีความจริงเสริมจะเรียนรู้ได้แทบทุกอย่างที่จินตนาการได้ ประหยัด จิระวรพงศ์ (2553) ระบบเสมือนจริงเสริมเป็นที่สนใจได้อย่างกว้างขวางในประเทศเราขณะนี้ เป็นลักษณะที่ดูได้โดยตรงและโดยอ้อมในสภาพแวดล้อมที่เป็นจริงซึ่งมีองค์ประกอบของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบเสมือนจริงที่มีความสัมพันธ์กับโลกแห่งความจริงมากอาจเรียกได้ว่าเป็นสื่อความจริงเพราะทำให้มองเห็นความเป็น จริงที่มีการปรับแต่งอย่างน่าพิศวงด้วยคอมพิวเตอร์

หลักการออกแบบ AR : Augmented reality

ศูนย์นวัตกรรมแห่งชาติ (2020) ได้กล่าวถึง ห้องเรียน AR เป็นการศึกษาที่เปิดโลกแห่งจินตนาการ นอกจากเทคโนโลยี AR จะมีประโยชน์ในด้านวิชาการแล้ว ก็ยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ได้อีกด้วย อย่างในแอปพลิเคชัน Quiver ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันสำหรับเด็กเล็ก ที่สามารถดาวน์โหลดมาให้เด็ก ๆ ระบายสีได้ แล้วภาพดังกล่าวก็จะกลายเป็นภาพเคลื่อนไหวสามมิติตรงตามสีที่เด็กระบายลงไป ภาพในแอปพลิเคชันจะครอบคลุมตั้งแต่ด้านวิทยาศาสตร์ไปจนถึงด้านสังคม หรือแม้กระทั่งตัวการ์ตูนต่าง ๆ ที่เด็ก ๆ ชื่นชอบก็มีเช่นเดียวกัน นอกจากจะช่วยเสริมสร้างจินตนาการของเด็กแล้ว ยังเป็นการช่วยส่งเสริมทักษะการพัฒนากล้ามเนื้อและการทำงานร่วมกันระหว่างมือและตาได้อีกด้วย Burch, A. (2016)

กล่าวว่าเด็กๆ สนใจเทคโนโลยีอยู่เสมอนั่นคือเหตุผลที่พวกเขามักจะเป็นผู้เริ่มต้นใช้เทคโนโลยีใหม่ ความจริงเสมือนและความเป็นจริงเสมือนได้เห็นการพัฒนาจำนวนมาก หลายบริษัทกำลังมองหาวิธีที่จะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีนี้อย่างชาญฉลาดเพื่อดึงดูดเด็กๆ สิ่งสำคัญคือพยายามที่ควบรวมระหว่างของเล่นและเทคโนโลยีแบบดั้งเดิม และ AR นั้นเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการรวมโลกทั้งสิ่งเข้าด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Maureen Hance (2020) ได้กล่าวว่า AR ที่น่าสนใจสำหรับเด็ก มี 3 หัวข้อดังนี้ 1) ควรเกี่ยวข้องกับชีวิตและวิทยาศาสตร์รอบตัว 2) ควรมีอนิเมชั่นเคลื่อนไหวและสามารถให้เด็กสามารถโต้ตอบได้ 3) ให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ของตัวเองได้ ตามพื้นฐานของแต่ละคน

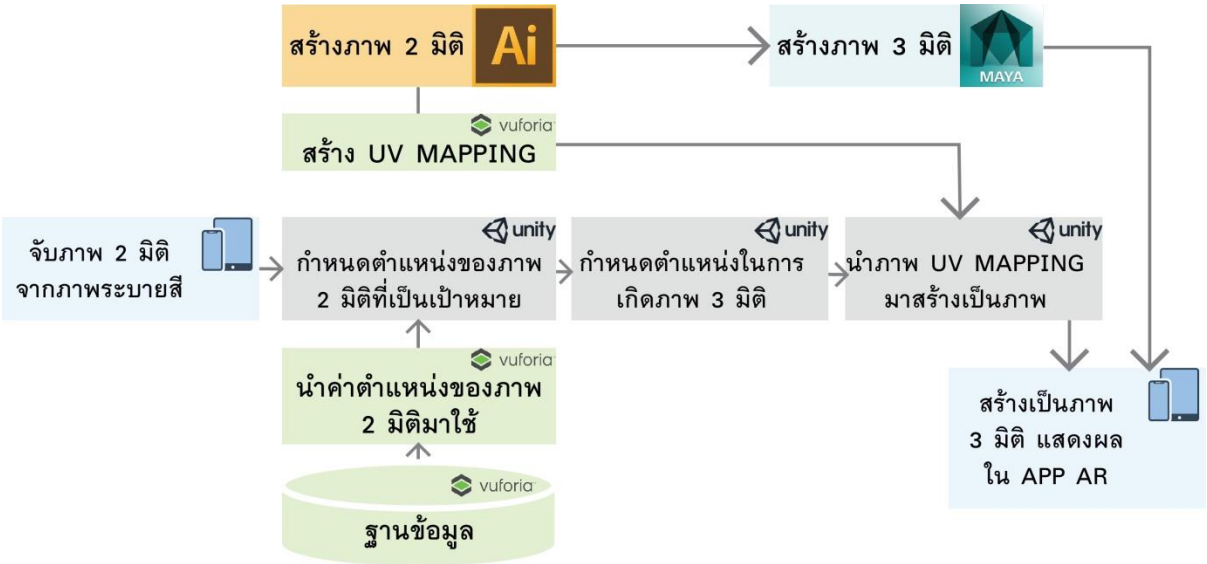
วัตถุประสงค์ในการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากราฟิกสมุดระบายสีในรูปแบบความจริงเสมือน (AR : Augmented reality) สำหรับเด็กปฐมวัย

กรอบแนวคิดและกระบวนการสร้างสรรค์

1. ขั้นตอนการดำเนินงาน

- ศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเด็กปฐมวัย
- ศึกษาลักษณะภาพกราฟิกที่เหมาะกับเด็กปฐมวัย
- ศึกษาข้อมูล AR : Augmented reality
- วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อดำเนินการออกแบบ และวางกรอบแนวคิด
- วางแผนเป็น flow ขั้นตอนในการออกแบบทั้งหมด
- ทดสอบความสมบูรณ์ของผลงาน



ภาพที่ 1 Flow chart ขั้นตอนการทำงาน

ชื่อโปรแกรม	ลักษณะการใช้งาน
Adobe Illustrator	ใช้สำหรับพัฒนาแบบร่างสำหรับสร้างงาน 2 มิติ
Autodesk Maya	ใช้สำหรับสร้างงานโมเดล 3 มิติ และแอนิเมชั่น
Vuforia Engine	เป็น Engine Code ที่ใช้สำหรับพัฒนางาน AR ที่สามารถจัดการกับรูปภาพ Marker ต่างๆ ที่ใช้ในการทำงานได้
UNITY	ใช้สำหรับพัฒนาเกมคอมพิวเตอร์ หรือสื่อโต้ตอบต่างๆ สามารถใช้พัฒนาแอพพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือระบบ Android และ IOS

ตารางที่ 1 ซอฟแวร์ที่ใช้ในการพัฒนาผลงาน

2. การพัฒนาผลงาน

- พัฒนาแบบร่างกราฟิกสำหรับภาพ 2 มิติ ด้วยการกำหนดรูปเลือกโดยการคำนึงถึงสาระการเรียนทั้ง 4 ของเด็กปฐมวัย

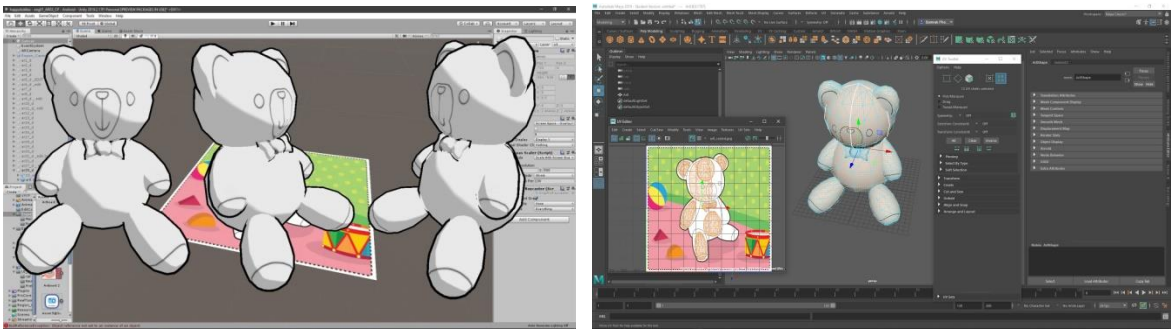


ภาพที่ 2 การพัฒนาแบบร่างผลงานภาพระบายสี



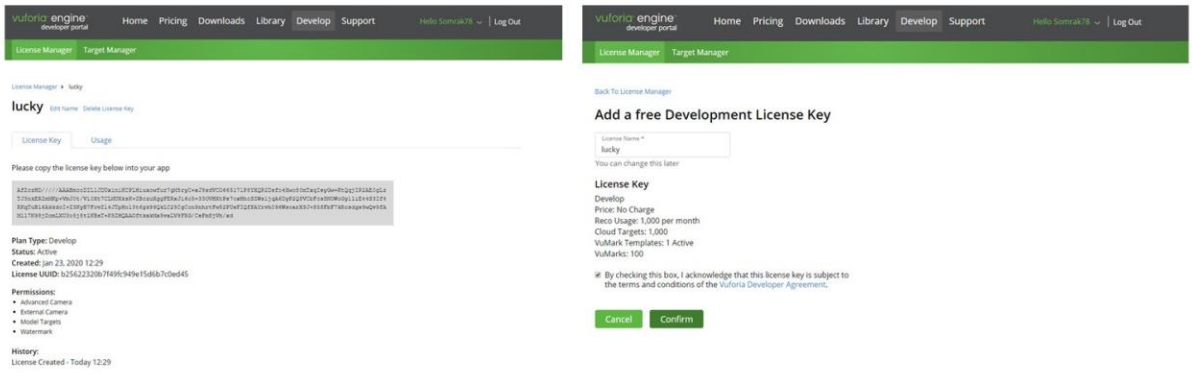
ภาพที่ 3 ผลงานภาพระบายสีสำหรับเลือกในการไปใช้จริง

- จากผลงาน 2 มิติ นำไปพัฒนาเป็นผลงาน 3 มิติ เพื่อนำไปใช้ในกระบวนการ AR : Augmented reality



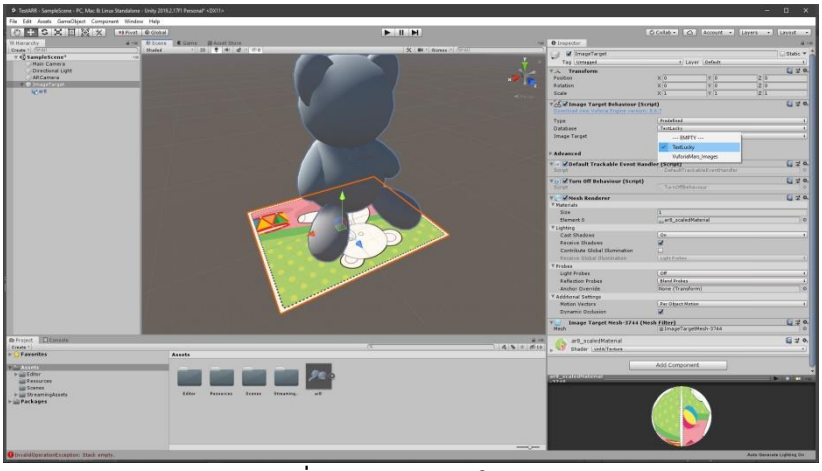
ภาพที่ 4 การพัฒนาผลงานจากภาพวาด 2 มิติ เป็นผลงาน 3 มิติ

- นำภาพ 2 มิติและ 3 มิติที่สร้างไปทำการ UV MAPPING (คือการทำให้โปรแกรมรู้จักขอบเขตของวัตถุ 2 มิติ เพื่อจะได้แสดงผลงาน 3 มิติ ขึ้นมาได้) ในโปรแกรม Vuforia



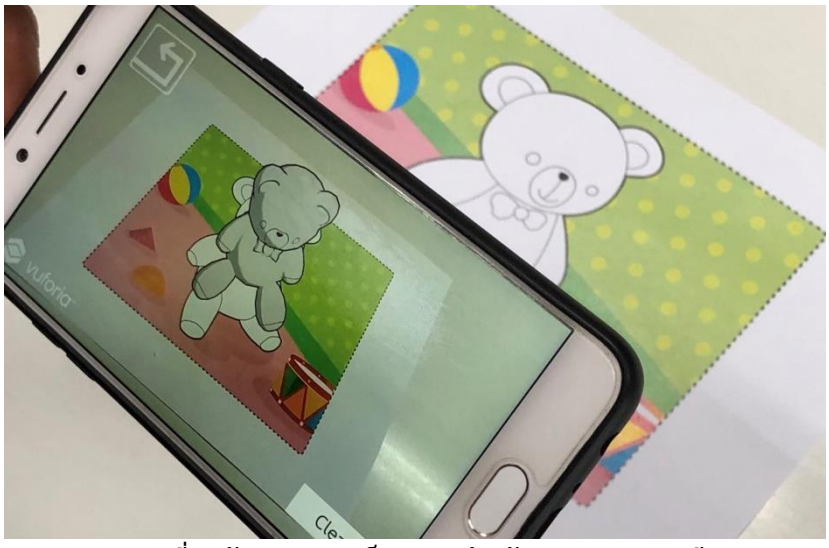
ภาพที่ 5 สร้าง Engine Code สำหรับผลงาน AR : Augmented reality

- นำ Code ที่ได้จาก Vuforia ไปพัฒนาต่อใน Unity เพื่อให้สามารถแสดงผลเวลาที่เด็กปฐมวัยระบายสีจากสมุดภาพระบายสี เป็นภาพ 3 มิติใน App โดยการส่องผ่อนโทรศัพท์มือถือหรือแทบเล็ต



ภาพที่ 6 พัฒนาผลงานใน Unity

- จาก Unity Export ออกมาเป็น App สำหรับภาพระบายสีได้ทั้งระบบ Android และ IOS
- ทดสอบกลับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดูความผิดพลาดของผลงาน



ภาพที่ 7 พัฒนาผลงานเป็น APP สำหรับส่องภาพระบายสี



ภาพที่ 8 ทดสอบกับเด็กปฐมวัย ดูข้อผิดพลาดเพื่อพัฒนาแก้ไข

สรุปผล

จากกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบกราฟิกเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR : Augmented Reality) ผ่านหนังสือระบายสี สำหรับเด็กปฐมวัย มีกระบวนการพัฒนาผลงานโดยคำนึงถึงกระบวนการเรียนรู้ การจัดประสบการณ์และสาระการเรียนรู้ 4 ประการที่เหมาะกับเด็กปฐมวัย ในส่วนการพัฒนากราฟิกภาพระบายสีมีการคำนึงถึงความน่าสนใจ ความชัดเจนและความสนใจของเด็กปฐมวัย มีการออกแบบร่างเพื่อเลือกผลงานที่เหมาะกับเด็กมากที่สุด

ในส่วนการพัฒนา AR : Augmented Reality ต้องใช้งานร่วมกับสมาร์ทโฟนหรือแทบเล็ตซึ่งมีหลายขั้นตอน ซึ่งเป็นการทดลองและแก้ปัญหาในกระบวนการออกแบบ และหลังจากผลงานสำเร็จได้นำไปทดลองกับกลุ่มเด็กปฐมวัย ซึ่งได้ประเด็นปัญหาในการผลิตผลงาน คือการใช้สีถ้าเป็นสีที่มีความโปร่ง เช่น สีไม้ สีน้ำ จะไม่มีผลต่อการสแกนภาพ 3 มิติ แต่ถ้าเป็นสีที่ความทึบ เช่น สีเทียน สีชอล์ค หรือ สีเมจิก จะบังลายเส้นทำให้สแกนภาพ 3 มิติ ไม่ขึ้น ซึ่งส่งผลต่อประสบการณ์ความอยากใช้งานของเด็กปฐมวัยที่รอการเกิดวัตถุ 3 มิติของตัวผู้ระบายสี

ข้อเสนอแนะ

จากโครงการออกแบบกราฟิกเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR : Augmented Reality) ผ่านหนังสือระบายสี สำหรับเด็กปฐมวัย ในขั้นตอนของการพัฒนากราฟิกเป็นผลงานเสร็จสมบูรณ์ แต่ในส่วนต่อควรมีการประเมินผลงานจากเด็กปฐมวัย ผู้ปกครอง หรือครูชั้นอนุบาล ถึงความเหมาะสมของผลงาน อีกทั้งควรมีการวัดประเมินทักษะที่ได้จากผลงานชิ้นนี้ จะทำให้ผลงานชิ้นนี้มีประโยชน์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). คู่มือหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

ขนิษฐา บุนนาค. (2562). การจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์สำหรับเด็กปฐมวัย. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2563, https://www.youngciety.com/article/journal/arts-for-kids.html .

ขัตติยดา ไชยโย. (2561). ทุกสีสันแห่งความตั้งใจ ส่องสะท้อนเด่นชัดผ่านภาพสามมิติ. Kid Club, 1(2), 160.

ประสน จุมพรม. (2550). ทักษะทางการวาดภาพของเด็กปฐมวัย ที่ไดรับการจัดกิจกรรมวาดภาพอิสระ . วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย , มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ประหยัด จิระวรพงศ์. (2553). เทคโนโลยีผสานความจริง . วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 12(3), 189-194.

วิลาส สมิทธิฤทธา. (2559) . รายงานสภาพตลาดกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ . ตุลาคม.

สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ. ห้องเรียน AR การศึกษาที่เปิดโลกแห่งจินตนาการ. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2563, https://www.nia.or.th/AR.

Apple. (2020). Augmented Reality. Retrieved from https://www.apple.com/ios/augmented-reality/

Burch, A. (2016). 12-companies-working-on-ar-technology-for-kids. Retrieved from https://touchstoneresearch.com/12-companies-working-on-ar-technology-for-kids/

Hance, M. (2020). 3 Ways Augmented Reality Is Wowing Teachers and Students. Retrieved from https://mdreducation.com/2018/03/23/3-ways-augmented-wows-teachers-students/?utm_campaign=elearningindustry.com&utm_source=%2Fdigital-trends-in-2019-shape-education-5&utm_medium=link

Mokhtar, M. K., Mohamed, F., Sunar, M. S., Arshad, M. A. M., & Sidik, M. K. M. (2018). *Development of Mobile-Based Augmented Reality Colouring for Preschool Learning.* Paper presented at the 2018 IEEE Conference on e-Learning, e-Management and e-Services (IC3e).

การพัฒนาแหล่งโคลนบำบัดเป็นชุมชน OTOP วิถีสุขสบายแบบไทย: การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

Developing the Resource of Mud Therapy into Thai Wellness OTOP Village: A Participatory Action Research

โสนัชดา ปานชี
Sohnadda Panchee
รองคณบดีฝ่ายบริหาร วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Deputy Dean for Administration, College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University
อีเมล์: sohnatda.pan@dpu.ac.th

บรรจบ ชุณหสวัสดิกุล
Banchob Junhasavasdikul
คณบดี วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Dean, College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University
อีเมล์: dr.banchob@outlook.com

พญ.อัมพร กรอบทอง
Dr.Amporn Krobthong,M.D.
อาจารย์ประจำหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการแพทย์บูรณาการ

บทคัดย่อ

โคลนบำบัดมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์จากหลายชนชาติ มีการวิจัยจำนวนมากว่าด้วยผลของโคลนบำบัดทางคลินิก และยังพบการเปลี่ยนแปลงในระดับสารชีวโมเลกุลหลายชนิดจากผลของโคลนบำบัด โคลนบำบัดมีอยู่ในการแพทย์แผนไทยด้วย แต่ยังไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ของโคลนบำบัดในการแพทย์แผนไทย

บ้านโคกไคร ต.มะรุ่ย อ.ทับปุด จ.พังงา มีแหล่งโคลนร้อนที่ดูแลและจัดการโดยชุมชนและมีบริการอยู่แล้วในลักษณะท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ยังมีศักยภาพจำกัด

งานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมชิ้นนี้คณะสำรวจประกอบด้วยนักศึกษาหลักสูตรมหาบัณฑิตการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ 8 คน และอาจารย์ผู้ควบคุมหลักสูตรกับอาจารย์จาก คณะนิเทศศาสตร์อีกคณะละ 1 ท่าน เดินทางเข้าไปสำรวจในพื้นที่ ใช้การเก็บข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีโครงสร้าง โดยเข้ารับบริการโคลนบำบัดทั้งคณะ หลังจากนั้นจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้นำชุมชน 2 คนเป็นเวลา 3 วัน

รวมใช้เวลาเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 18 ชั่วโมง เมื่อรวบรวมความคิดเห็นจากรายงานของนักศึกษา ร่วมกับการทำบทความปริทัศน์ สรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาแหล่งโคลนบำบัดดังกล่าวให้เป็นชุมชน OTOP วิถีสุขสบายแบบไทย โดยมีข้อเสนอในการพัฒนาดังนี้คือ: 1.จัดตั้งศูนย์โคลนบำบัดวิถีสุขสบายแบบไทยขึ้นบนแผ่นดินที่อยู่ใกล้กับหมู่บ้านเพิ่มเติมจากบริการที่หาดโคลน 2.ออกแบบบริการวิถีสุขสบายแบบไทย ให้เหมาะสมกับศักยภาพของสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนและทรัพยากรในพื้นที่ 3.การเตรียมความพร้อมของศูนย์โคลนบำบัด ได้แก่: การออกแบบศูนย์และก่อสร้าง การฝึกอบรมพนักงาน เตรียมโคลนที่จะใช้บำบัด 4.วิจัยคุณสมบัติของโคลนและสมุนไพร 5.การผลิตและพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ของสินค้า OTOP 6.การสร้างเส้นทางท่องเที่ยว 7.การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งออฟไลน์ (offline) และออนไลน์ (online)

โครงการจะสำเร็จได้ต้องมี 1.Uniqueness 2. Health related 3.Story and standardized 4.Hospitality ทั้งนี้ต้องการความร่วมมือและงบประมาณจากภาครัฐได้แก่: กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย และกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา

คำสำคัญ โคลนบำบัด โครไคร วิถีสุขสบายแบบไทย

Abstract

Mud therapy has long historical evidences in many nationalities. Many researches on mud therapy proved its clinical benefits. Researches also proved changing of bio-molecular substances to the better aspects. Thai traditional medicine (TTM) also had mud therapy, but there was still no evidence based proving.

Kokkrai village, Marui sub-district, Tubpud district, Pang-nga province has mud therapy resource. It has been looked after and managed by the community as a health tourism with a limited potency.

This participatory action research composed of eight master degree students of Integreative Medicine, Dhurakij Pundit University, one curriculum supervisor and one master from the Faculty of Communication Art. They took a three days trip survey, taking no structural observational data, got the mud therapy services and did a knowledge sharing meeting with the community leaders. Reports were collected and extracted from students in accompany with article reviews. Then the suggestion for developing Kokkrai resource of mud therapy into Thai Wellness OTOP village was as following: 1.Founding a Thai Wellness Mud Therapy on a land to add on the mud beach service 2.Desigh the Thai Wellness services which is suitable to the socio-cultural and natural circumstance 3.Prepare the services: architecture design and building the

center, personnel training, prepare the mud 4.Researches on the mud and local herb 5.Production and packaging of OTOP products 6.Desigh the touristic route 7.Advertising and public relation both offline and online.

In order to success, this project should have 1.Uniqueness 2. Health related 3.Story and standardized 4.Hospitality. The co-operation and budget supported from any governmental organizations such as the Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, Ministry of Public Health, the Department of Local Administration, Ministry of Interior and the Ministry of Tourism and Sport are also needed.

Key Word Mud therapy, Kokkrai, Thai wellness

บทนำ

ประโยชน์ของโคลนร้อนบำบัด

โคลนบำบัดมีประวัติความเป็นมายาวนานในประวัติศาสตร์โลก พระราชินีคลีโอพัตราได้รับการยกย่องในด้านความงามคนเป็นที่มาของคำว่า “สาวสองพันปี” ก็เพราะสูตรลับการประทินโฉมของพระนางมีบทบาทของโคลนบำบัดอยู่ด้วย มีงานวิจัยจำนวนมากพิสูจน์บทบาทของโคลนบำบัดทางคลินิก เช่น โคลนบำบัดรักษาข้อเข่าเสื่อมอักเสบ งานทบทวนอย่างเป็นระบบการรักษาข้อเข่าเสื่อมอักเสบด้วยโคลนบำบัด โดย Luis Espejo-Antunez, Maria A. Cardero-Duran, Elisa M. Garrido-Ardila, Silvia Torres-Piles, Berta Caro-Puertolas (2013, p.659-668) ช่วยลดปวด เพิ่มสมรรถนะข้อและคุณภาพชีวิต การทบทวนอย่างเป็นระบบของ Fraioli A., Mennuni G., Fontana M., Nocchi S., Ceccarelli F., Perricone C., Serio A. (2018, eCollection 2018) ผลของสปาบำบัด โคลนบำบัด น้ำแร่บำบัด และการอาบโคลนต่อการรักษาข้อเข่าเสื่อมอักเสบ พบว่ามีประสิทธิผลในการรักษาและมีผลป้องกันการกลับเป็นซ้ำ โดยลดปวด ลดการอักเสบโดยไม่ต้องกินสตีรอยด์ ช่วยพัฒนาข้อยึดให้ดีขึ้นและเพิ่มคุณภาพชีวิต Sang Hee Lee, Ji Hoon Han, Sung Jae Lee, Hwi Young Cho, Jung Heum Beek, Jae Gyoon Kim (2019, p.22-31) ศึกษาเปรียบเทียบผลของการพอกสาหร่ายและพอกโคลนในข้อเสื่อมอักเสบ โดยพอกครั้งละ 20 นาทีต่อเนื่องกัน 5 วันแล้วติดตามผลจนถึง 4 สัปดาห์พบว่าทั้งสองวิธีมีผลดีต่ออาการต่างๆของหัวเข่า และเพิ่มสารคล้ายอินซูลินที่กระตุ้นการแบ่งตัวของเซลล์-1(Insulin like growth factor-IGF-1) ส่วนกลุ่มที่พอกสาหร่ายสามารถลดทูเมอร์นิโครสิสแฟกเตอร์อัลฟา (Tumor necrosis factor-alpha- TNF-alpha) ที่เป็นตัวบ่งชี้ระดับการอักเสบได้และผลดีอยู่ยาวได้ 4 สัปดาห์

ผลต่อการรักษาสะเก็ดเงิน มีบทความปริทัศน์ว่าด้วยโคลนบำบัดที่ทะเลสาปเดดซีอย่างรอบด้านโดย Shirley Telles, Sachin Kumar Sharma, Savita Agnihotri, Acharya Balkrishna (2017, p.33) ผลทางเคมีคือแมกนีเซียมออกฤทธิ์ควบคุมสมดุลระหว่างสารซัยคลิกอะดีโนซีนโมโนฟอสเฟต (cyclic Adenosine

Monophosphate (cAMP) กับซัยคลิกกวาโนซีนโมโนฟอสเฟต (cyclic Guanosine Monophosphate (cGMP) เพราะถ้า cGMP เพิ่มขึ้นจะทำให้การแบ่งเซลล์มากเกินไปซึ่งเป็นปัญหาหลักของโรคสะเก็ดเงินดังที่ระบุไว้โดย Voorhees JJ., Duell EA. (1975, p.735-58) แมกนีเซียมยับยั้งการสังเคราะห์สารโพลีเอมีน (polyamine) ซึ่งเกี่ยวข้องกับสะเก็ดเงินรายงานโดย Lowe NJ., Breeding J., Russell D. (1982, p.21-5) ประโยชน์อีกอย่างหนึ่งของแมกนีเซียมยังเป็นสารสร้างความชุ่มชื้นช่วยดึงน้ำไว้กับผิว แถมยังช่วยเซลล์เคราติโนซัยต์(keratinocyte) พัฒนาตัวเองและเปลี่ยนตัวเองไปทำหน้าที่เฉพาะของตนระบุโดย Riyaz N., Arakkal FR. (2011, p.128-34) การประคบแมกนีเซียมจากภายนอกร่างกายก็ไม่มีผลร้ายใดๆอีกด้วย น้ำทะเลเดดซียังมีสารประกอบโบรไมด์ ซึ่งมีฤทธิ์ต้านคลอไรด์ เกลือโพแทสเซียมโบรไมด์จึงยับยั้งคลอไรด์ที่ดี แมกนีเซียมโบรไมด์และแมกนีเซียมคลอไรด์มีผลยับยั้งการแบ่งตัวของเซลล์ไฟโบรบลาสต์ พิสูจน์จากการตรวจชิ้นเนื้อของผู้ป่วยสะเก็ดเงินเทียบกับผิวคนปกติรายงานโดย Levi-Schaffer F., Shani J., Politi Y., Rubinchik E., Brenner S. (1996, p.321-8) ผลทางความร้อนในหนูพบว่ามีการลดลงของ mRNA ของ IL17A และ IL-23 ในกลุ่มที่รับน้ำแร่ร้อน หนูกลุ่มนี้ยังลดระดับ IL-4 และ IL-5 ใน T cell รายงานโดย Lee YB., Lee JY., Lee HJ., Yun ST., Lee JT., Kim HJ., Kim JW. (2014, p.221-30) ส่วนการวิจัยในคน (Franco Cozzi, 1995) พบว่าการอาบโคลนมีผลลดของคอร์ติโซลในซีรั่มในผู้ที่รับบำบัดด้วยการอาบโคลนจึงส่งผลลดการอักเสบ ในแง่อุตุวิทยาพื้นที่ใกล้ทะเลเดดซีมีสารเซเลเนียมมากในน้ำดื่ม เซเลเนียมมีประโยชน์ในการควบคุมสะเก็ดเงินเพราะเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ต้านอักเสบและป้องกันผลจาก Ultraviolet UV-A และ UV-B โดย Moysan A., Morliere P., Marquis I., Richard A., Dubertret L. (1995, p.139-48)

ผลต่อความเครียดและการอักเสบ Antonelli M., Donelli D (2018, p.913-924) ทบทวนอย่างเป็นระบบเรื่องผลของสปาบำบัด และโคลนบำบัดต่อความเครียดซึ่งตรวจวัดระดับคอร์ติโซลทางน้ำลายพบงานวิจัย 15 ชิ้นมีประชากรในการวิจัย 684 คน มี 10 งานวิจัยศึกษาสปาบำบัดร่วมหรือไม่ร่วมกับโคลนบำบัด 8 ใน 10 พบคอร์ติโซลเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น Franco Cozzi, Paolo Lazzarin, Silvano Todesco, Lorenzo Cima (1995, p.724-725) จดหมายถึงบรรณธิการ สังเกตผลของโคลนบำบัดมีผลลดระดับคอร์ติโซลในคนปกติ 6 คนอายุระหว่าง 20-39 ปีเมื่อใช้การอาบโคลนร้อนทั้งตัวที่ 40-42 องศาเซลเซียสครั้งเดียวเป็นเวลา 15 นาที ตามการแช่น้ำแร่อุ่น 37-38 องศาเซลเซียสเป็นเวลา 10 นาทีจากนั้นตรวจเลือด พบการเพิ่มขึ้นของ ACTH และการลดของคอร์ติโซลอย่างชัดเจนทั้ง 6 ราย ส่วนในปัสสาวะพบคอร์ติโซลลดลงกับ 11-hydroxycorticoid เพิ่มขึ้นหลังการบำบัด 2 ชั่วโมงและพบปรากฏการณ์เช่นนี้ทุกวันที่รักษาเป็นเวลา 11 วัน ก่อนหน้านั้นยังพบว่าการอาบโคลนเพิ่มเบต้าเอนดอร์ฟิน (Beta-endorphin) และสารสื่อนำประสาทกลุ่มสารฝิ่น (opioid peptide) ที่กระทำต่อ Adrenal cortex ทำให้ไม่ต้องหลั่งคอร์ติโซล การลดลงของคอร์ติโซลมีผลทั้งลดความเครียดและทั้งลดการอักเสบอีกด้วย

สำหรับการแพทย์แผนไทย แม้จะยังไม่มีผลวิจัยเชิงประจักษ์จากผลของโคลนบำบัด แต่แพทย์แผนไทยแต่โบราณมีกรรมวิธีและคำอธิบายผลของโคลนบำบัดได้อย่างรอบด้าน คมสัน ทินกร ณ อยุธยา (2563) เขียนไว้เป็น

ตำราอยู่ในระหว่างตีพิมพ์ว่า "ดิน" ถือเป็นตัวยาธาตุวัตถุชนิดหนึ่ง มีรสเย็น เป็นตัวยาที่ทำให้ธาตุไฟหย่อนตัวลง และทำให้ธาตุน้ำเฟื่องขึ้น มีการนำดินหลากหลายชนิดมาเข้าตำรับยา

การพอกโคลนยา ใช้ฤทธิ์เย็นแลสรรพคุณของเครื่องยาเข้าไปลดกำเดาในบริเวณที่เกิดอาการนั้นลดอาการบวมอักเสบภายในได้,ใช้เพื่อนำลมตีขึ้นเบื้องบนให้ลงล่าง เป็นต้น ลดอาการลมตีขึ้นเบื้องบน เช่นปวดหัวบ่อยครั้ง มึนงงในศีรษะ ชอบวิงเวียนหน้ามืด ลดอาการตาพร่าตามัว ลดอาการปวดลมปะกัง(ไมเกรน),ลดอาการลมแน่นเข้าอกเข้าคอจากความร้อน ลดกำเดาภายในกายทำให้เย็นตัวลงอันมีเหตุมาจากตับร้อน ตับแลบ ตับหย่อน นำพิษความร้อนออกจากระบบตับ ลดพิษปิตตะ พิษวาตะ พิษเสมหะได้ ช่วยลดการหลั่งน้ำย่อยที่มากเกินในผู้ไข้ที่มีอาการเรอเหม็นเปรี้ยว(กรดไหลย้อน) ลดภาวะบวมอักเสบเช่นปวดบวมกล้ามเนื้อ ตึงคอบ่าไหล่อย่างมากจนเกิดอาการบวมแดง ปวดหัวเข่าจากภาวะน้ำเลี้ยงรอบเข่าแห้ง เป็นต้น ใช้พอกลดอาการแผลเริม,แผลงูสวัสดิ์ได้ (ในกรณีที่แผลยังไม่ฉ่ำด้วยน้ำเหลืองเสีย) ลดอาการสิวอักเสบ ผดผื่น คันตามผิวหนัง ช่วยทำให้ผิวพรรณเปล่งปลั่งชุ่มชื่น ถ้าพอกทั้งตัวช่วยลดอาการปวดเมื่อย ช่วยลดอาการเหน็บ ชา ตะคริว เราสามารถนำเลนโคลนจากป่าชายเลนหรือเลนโคลนจากบริเวณริมหาดริมชายฝั่ง ซึ่งมีคุณสมบัติเค็มมาใช้พอกในหัตถการนี้ก็ได้ แต่ควรผ่านการทำความสะอาดคือประสะ การฆ่าพิษคือสะตุ ก่อนนำไปใช้ในหัตถการพอกยาต่อไป

กลไกของโคลนเย็น ในการพอกนั้นโคลนยาใช้กลไกความเย็นเข้าไปนำเอาพิษความร้อนออกทำให้ความร้อนในกายลดลง เมื่อความร้อนคือรูปธาตุไฟลดลง ถ้าหากมีภาวะอักเสบของอวัยวะภายในจะลดลงตาม มัดกล้ามเนื้อต่างๆที่เขม่งเกลียวจะหย่อนลง ผิวเนื้อผิวหนังที่ร้อนก็จะลดลงตามไปด้วย นั้นว่าด้วยรูปธาตุดิน และเมื่อรูปธาตุไฟลดลงรูปธาตุลมที่เกิดแต่ความร้อนนั้นจะลดลงด้วย ทำให้ช่วยลดอาการมึน เวียน งง ในศีรษะได้ ช่วยลดอาการปวดหัว อาการปวดหัวข้างเดียว อาการเดินโคลงเคลงได้ นั้นว่าด้วยรูปธาตุลม ส่วนรูปธาตุน้ำภายในกายที่เหือดแห้งไปจากความร้อนก็จะกลับมาชุ่มชื้นเหมือนเดิมได้ ในการแพทย์แผนไทยนั้นถือว่าระบบปิตตะเป็นต้นระบบเสมหะเป็นที่สุด จึงใช้ลดอาการทางตับที่ทำให้ตับที่ร้อนเกินไปหย่อนตัวลง หากมีอาการอกแห้งก็จักมีความชุ่มชื้นมากขึ้น ใช้ได้ดีกับอาการที่ห้ามใช้ยาลดไข้ทุกชนิดได้ดีเช่นไข้เลือดออก เพราะเป็นเพียงหัตถการภายนอกเท่านั้น

สูตรตำรับโคลนยาในการแพทย์แผนไทย *<u>ดินจากธรรมชาติ</u> ส่วนประกอบ*: 1)ดินท้องนา/ดินจอมปลวก/ดินรังหมาล่า/ดินบ่อเกลือ/ดินน้ำแร่ผ่าน/ดินเค็มริมหาด/ดินป่าชายเลน/ดินโป่งเค็ม ใช้ดินหลายชนิดตามนี้นำมาผสมกันก็ได้ หรือดินชนิดใดชนิดหนึ่งชนิดเดียวก็ได้ นำไปประสะและสะตุก่อนนำไปใช้ต่อไป 2)ใบหญ้านาง/ใบฟ้าทะลายโจร/เถาบอระเพ็ด/ลูกกระดอม ทั้งหมดบดละเอียด*วิธีทำ*: นำตัวยาข้างต้นส่วนหนึ่งไปต้มเป็นกระสายทำยาเติมน้ำดอกเกลือลงไปพอควรผสมดินกับตัวยาที่บดละเอียดจนนัวเข้ากัน เติมน้ำกระสายข้างต้นจนดินนิ่มตัวล ง บรรจุในภาชนะแก้วที่สะอาด แช่เก็บไว้ในช่องเย็นปกติ *วิธีใช้*: นำมาแบ่งผสมกับน้ำสะอาดหรือไข่ขาวของไข่เป็ดใช้กระทำหัตถการพอกยาเย็น

ความสำคัญของปัญหาวิจัย

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) มีกรอบแนวคิด ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน โดยรัฐบาลปัจจุบัน มีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งเน้นสร้างรายได้และความเจริญ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สอดคล้องกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ทั้งนี้การพัฒนา OTOP ในรูปแบบเดิมจะเป็นไปในลักษณะที่ขายสินค้าออกจากชุมชน ปรากฏผลคือ 1.มีผลิตภัณฑ์ที่พ้นเกณฑ์มาตรฐานรัฐได้จำนวนน้อย (15,000 จาก 83,538 ผลิตภัณฑ์) 2.ยกระดับผลิตภัณฑ์แบบผู้ใหญ่ใจดีรุมอุ้มใส่ทรัพยากรทุกอย่างให้ 3.ผู้ประกอบการขาดความพร้อมปรับตัวสู่การค้าสากล 4.สร้างช่องทางการตลาดแบบขายงาน Event 5.เกิดการขาย 10 ครั้งพัก 3 เดือน จำเป็นที่จะต้องหันมาพัฒนาแบบ OTOP นวัตวิถี คือเปลี่ยนผ่านยุคการผลักดันขายสินค้า OTOP ออกจากชุมชนเพียงด้านเดียว สู่การเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ตามความต้องการ (Demand Driven Local Economy) โดย 1.ดึงกำลังซื้อขายสินค้ามาอยู่ในชุมชน 2.ใช้การท่องเที่ยวนำเอาเสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์แปลงเป็นรายได้ 3.ครอบครัวและลูกหลานยังอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ชุมชนท่องเที่ยวเป็นเจ้าบ้านที่ดี ชวนกันคิด ชวนกันทำ ผลิตสินค้าและบริการ 4.รายได้จะกระจายอยู่กับคนในชุมชน และเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชน ที่มีเสน่ห์ดึงดูด และมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนและใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน เป็นการสร้าง ความเข้มแข็งให้กับชุมชน (Strength with in) และเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2561,หน้า 2-3)

ประเทศไทยมีแหล่งโคลนร้อนธรรมชาติอยู่ 2 แหล่งคือที่อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช และบ้านโคกไคร ต.มะรุ่ย อ.ทับปุด จ.พังงา แหล่งโคลนที่บ้านโคกไครมีความโดดเด่นกว่าเพื่อน มีการดูแลและจัดการโดยชุมชนและมีบริการอยู่แล้วในลักษณะนำเที่ยวอย่างจริงจัง ถือได้ว่าเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีได้แหล่งหนึ่ง แต่ก็ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ทำให้เกิดเป็นโจทย์วิจัยว่า แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีจุดแข็งจุดอ่อนอย่างไร? ชุมชนมีความต้องการอย่างไร? ถ้าจะพัฒนาต่อยอดบริการด้านโคลนบำบัดให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในแนวทางของวิถีสุขสบายแบบไทยจะทำได้ด้วยประการใดบ้าง?

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.เพื่อศึกษาสภาพทางภูมิประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมของชุมชนในแหล่งโคลนร้อนโคกไคร

2.เพื่อศึกษาบริการโคลนบำบัดที่ชุมชนโคกไครดำเนินการอยู่

3.เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวทางพัฒนาโคลนบำบัดกับผู้นำชุมชน

4.เพื่อวิเคราะห์และเสนอข้อคิดเห็นในการพัฒนาแหล่งโคลนบำบัดโคกไคร

อุปกรณ์และวิธีการดำเนินการวิจัย

ทำการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ใช้การเก็บข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีโครงสร้าง โดย:

1.จัดทีมสำรวจซึ่งเป็นนักศึกษาหลักสูตรมหาบัณฑิต การแพทย์บูรณาการ ของวิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์จำนวน 8 คน อาจารย์เจ้าของหลักสูตร 1 คน และอาจารย์ที่ปรึกษาจากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ 1 คน

2.ทำการสำรวจโดยเดินทางเข้าไปในพื้นที่ จากเข้ารับบริการโคลนบำบัดทั้งคณะ หลังจากนั้นจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้นำชุมชน 2 คน รวมทั้งหมดเป็นเวลา 3 วัน ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 18 ชั่วโมง

3.นักศึกษาทำรายงาน

4.รวบรวมความคิดเห็นจากรายงาน ร่วมกับการทำบทความปริทัศน์ เพื่อทำเป็นข้อเสนอแนะ

ผลของการวิจัย

1.ข้อมูลทั่วไป จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้นำชุมชม และหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเวปไซต์ Thaitambon.com (2020)

1.1 สภาพทางภูมิประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมของโคกไคร

ผู้นำชุมชนให้ความรู้ว่า โครไครเป็นหมู่บ้าน ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 ตำบลมะรุ่ย อ.ทับปุด จ.พังงาน เป็นหนึ่งในหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวของพังงา “โคก” หมายถึงที่สูงเหนือน้ำหรือที่เป็นเนินสูง พื้นที่ของหมู่บ้านติดทะเลเมื่อเวลาน้ำทะเลลดก็จะยิ่งดูว่าพื้นที่นั้นสูงเหนือระดับน้ำทะเลมาก กอปรกับในหมู่บ้านมีการปลูกพืชสวนครัวโดยเฉพาะต้นตะไคร้ เป็นต้นตะไคร้กรูด ลำต้นใหญ่และสูง ไม่นิยมนำมาประกอบอาหารเพราะกลิ่นคล้ายใบมะกรูด แต่คนในอดีตจะใช้ใบไว้ใส่ในท้องแพะเพื่อดับกลิ่น จะพบเห็นในหมู่บ้าน ตะไคร้นั้นภาษาพื้นานจะเรียกสั้นๆว่า “ไคร” เลยกลายที่มาของชื่อหมู่บ้านว่า “โคกไคร”

บ้านโคกไครเป็นชุมชนชาวประมงที่มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมทีเข้มแข็งและเป็นหนึ่งในชุมชนที่มีฐานทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์และยึดหลักวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือองค์ความรู้ มีทักษะในด้านต่างๆ มีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา พร้อมกันนี้ยังมีกฎกติการในการจัดการ มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อการจัดการท่องเที่ยว มีการกระจายผลประโยชน์รวมถึงมีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันด้วยทุนทางธรรมาติที่มีอย่างหลากหลาย ไม่ว่า ถ้ำงามตา ภูผาแปลก หินงอก หินย้อย ชวนให้จินตนาการและป่าโกงกางอุดมสมบูรณ์ ทั้งสมุนไพรป่าชายเลน สัตว์น้ำนานาชนิด จึงทำให้มีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยงทั้งชาวไทยและต่างประเทศ โดยอยู่ภายใต้การดำเนินการงานของคณะกรรมการบริหารของชุมชน พร้อมกันนี้ยังได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและ OTOP License No.33-03899 ไว้แล้ว

1.2 ผลิตภัณฑ์เด่น

ผู้นำชุมชนให้ความรู้ว่า วิถีชีวิตประมงชายฝั่งพื้นบ้านออกอวนหาปู ปลา ดักไซปลา ปู และตกปลา สิ่งที่ได้จึงถูกนำมาสร้างสรรเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูป อาหารทะเล ซึ่งมีผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทะเล ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ติดอันดับ 5 ดาว ได้แก่ กุ้งย่าง ทรัพย์สมุทร (กุ้งเสียบ) กะปิตำมือ ปลาเชียงและปลารมควัน

1.3 แหล่งท่องเที่ยว

ข้อมูลจากเวปไซต์มีเพิ่มเติมและคณะวิจัยได้ลงสำรวจเองพบว่า หาดทรายร้อนซึ่งเกิดจากรอยแยกของเปลือกโลก จะพบได้ตอนน้ำทะเลลดระดับทำให้บริเวณดังกล่าวเกิดน้ำทะเลร้อน ทรายร้อนและโคลนร้อน ชาวบ้านในพื้นที่ใช้บำบัดโรคเหน็บชา ปวดเมื่อย หากได้ไปเยือนในตอนเช้าจะพบหมอกควันสีขาอยู่รายรอบบริเวณหาด

หาดตั้งเลน หรือ เขาตั้งเลน เป็นหาดทรายขาวบริสุทธิ์ทอดยาวอยู่กลางทะเล พบได้ในช่วงที่น้ำทะเลลดเท่านั้น กับทัศนียภาพที่งดงาม ทั้งยังเป็นพื้นที่ของ “ปูมดแดง” นับแสนตัว จะออกมาปรากฏกายให้เราได้สัมผัสอย่างใกล้ชิด

ดอนหอยตลับ หรือ หอยปากหนา จะนำมาต้มตะไคร้หรือผัดน้ำพริกเผา เป็นเมนูที่แสนอร่อยหรือชาวบ้านนำมาทำหอยดองหรือหอยเปรี้ยวซึ่งเป็นอาชีพของคนในชุมชนที่เลี้ยงชีพมาอย่างยาวนาน นักท่องเที่ยวก็สามารถเก็บหรืองมหอยตลับได้ด้วยตนเอง

1.4 ประเพณีวัฒนธรรม

มีพิธีกรรมทางศาสนา เช่น การละหมาดในมัสยิด และวิถีชีวิตประมงชายฝั่งพื้นบ้าน

1.5 สิ่งอำนวยความสะดวก

มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีระบบการสื่อสารพื้นฐาน มีเรือหางยาว เรือคายักพร้อมเสื้อชูชีพสำหรับกิจกรรมนำเที่ยว

1.6 การเดินทาง

ถ้าจะเดินทางไปโคกไคร เวปไซต์จะให้คำแนะนำว่า การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวจากกรุงเทพมหานครใช้ทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ถึงชุมชนบ้านโคกไคร รวมระยะทางจากกทม.ถึงชุมชน ประมาณ 788 กม. ใช้เวลาเดินทางประมาณ 10-12 ชม.

การเดินทางโดยเครื่องบิน ลงที่สนามบินภูเก็ตและเดินทางต่อด้วยรถยนต์หรือรถตู้ถึงชุมชนโคกไคร

2.ผลการสำรวจของนักศึกษาและข้อคิดเห็น

SWOT Analysis **ชุมชนโคกไคร**	
จุดเด่น ***S**trengths*	1. มีทุนทางธรรมชาติ มีแหล่งธรรมชาติสวยงามน่าอัศจรรย์ นำมาสู่การยกระดับให้เป็น “หมู่บ้านโอทอปท่องเที่ยว” เปิดรับแขกภายนอกเข้ามาสัมผัส สามารถสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น โดดเด่นที่สุดจะเป็นเรื่องของ Balneotherapy คือการอาบแช่ในน้ำพุร้อนหรือโคลนจากแหล่งธรรมชาติ โดยลักษณะพิเศษของน้ำร้อนที่โคกไครคือ เป็นน้ำเค็มซึ่งเข้ากันกับ Thalasso Therapy ทำให้การปรับสมดุลของร่างกายมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 2. มีความงามแห่งอัตลักษณ์ชุมชน ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยเสน่ห์จากวิถีชีวิตชาวประมงพื้นบ้านแหล่งเลี้ยง “หอยนางรม” สำคัญของประเทศ 3. มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง มีทรัพยากร ธรรมชาติที่สมบูรณ์ และยึดหลักการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน 4. มีปราชญ์ ที่มีองค์ความรู้ มีทักษะในด้านต่างๆ มีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา พร้อมกันนี้ยังมีกฎกติกาในการจัดการ สามารถรักษาความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมและสิ่งแวดล้อมที่สมบูรณ์ไว้ได้ 5. มีผลิตภัณฑ์จากวิถีชีวิตประมงชายฝั่งที่ออกทะเลนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทะเลเป็น OTOP ติดอันดับ 5 ดาว 6. มีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน มีคณะกรรมการบริหารของชุมชุมกระจายผลประโยชน์ มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน
จุดด้อย ***Weaknesses***	1. การทำตลาดท่องเที่ยวชุมชนต้องช่วยตัวเอง แม้จะได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงมหาดไทยส่งเสริมยกระดับให้เป็น “หมู่บ้านโอทอปท่องเที่ยว” แต่ไม่ได้มีส่วนช่วยทำการตลาดอย่างจริงจัง 2. การเดินทาง จากกรุงเทพฯจะต้องไปพักค้างคืน ซึ่งห่างจากจุดที่จะลงเรือ 3. ที่พัก แม้จะมีการประชาสัมพันธ์ โฮมเสตย์ริมคลองมะรุ่ยที่บ้านโคกไคร จ.พังงา แต่ที่ได้ไปสัมผัสมายังไม่สามารถนับได้ว่า เป็นที่พักพิงของนักท่องเที่ยวได้อย่างจริงจัง อีกทั้งยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน อาจกล่าวได้ว่ายังไม่มีความพร้อมเรื่องที่พัก ส่วนที่พักอื่นในบริเวณใกล้เคียงยังมีจำนวนน้อย 4. บริการ “สปาโคลน” ที่เป็นอีกหนึ่งจุดขายยังขาดความเป็น Professional ทั้งพนักงานผู้ให้บริการและอุปกรณ์ของใช้ หากได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้ดีขึ้นย่อมสร้างรายได้แก่ชุมชน

	5. ชุมชนยังขาดองค์ความรู้เรื่องทางสาธารณสุขที่ถูกต้องในการทำสปา ข้อควรระวังในด้านสุขภาพของนักท่องเที่ยว ถ้าสามารถอบรมให้องค์ความรู้เชิงสุขภาพบูรณาการกับองค์ความรู้ทางแพทย์แผนไทยในการทำสปาโคลนร้อน ก็จะช่วยเพิ่มศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน
โอกาส *Opportunities*	1. สามารถส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) และสามารถทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน ทั้งกลุ่มลูกค้าชาวไทย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวต่างชาติที่นิยมมาพำนักระยะยาว เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมากกว่าการท่องเที่ยวแบบ Day Trip 2. สามารถสร้างรายได้ให้ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น ด้วยการพัฒนาอบรมให้องค์ความรู้เชิงสุขภาพบูรณาการกับองค์ความรู้ทางแพทย์แผนไทยในการทำสปาโคลนร้อน ก็จะช่วยเพิ่มศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนและต่อยอดภูมิปัญญาเดิมของชุมชนที่ใช้พื้นที่นี้ในการบำบัดโรคเหน็บชา ปวดเมื่อย ซึ่งจังหวัดพังงาได้ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านโคกไคร โดยได้ชูเรื่องสปาโคลนร้อน (Mud Spa) หาดทรายร้อนและน้ำเค็มร้อน เป็นไฮไลท์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด 3. สามารถทำเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับพื้นที่ใกล้เคียง เนื่องจากมีแหล่งน้ำพุร้อนอีกมากมาย Thai onsen โดยทำความร่วมมือกับสถาบันวิจัยออนเซนประเทศญี่ปุ่น 4. สามารถสร้างเป็นธุรกิจเวลเนสที่มีลักษณะเฉพาะ ที่ช่วยเติมพลังกายพลังใจ จากแช่น้ำแร่-พอกโคลน-นวดล้างพิษ เสริมด้วยอาหารท้องถิ่นออร์แกนนิกเพิ่มภูมิต้านท้าน 5. สามารถนำของดีที่มีอยู่มาสร้างเป็นองค์ความรู้ เพื่อให้คนเข้าใจถึงประโยชน์และความสำคัญของโคลนร้อน ความสะอาดของอาหารทะเล(หอยนางรมณ์) วิถีชาวเลย์ว่ามีสุขภาพดีอย่างไรเป็นต้น
ปัญหาและอุปสรรค *Threats*	1. ข้อจำกัดของช่วงเวลาการเข้าไปท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไคร สำหรับกิจกรรมพอกโคลนร้อน “สปาโคลนร้อน” ซึ่งอยู่ในบริเวณหาดทรายร้อน คลองมะรุ่ย จะสามารถท่องเที่ยวได้เฉพาะช่วงน้ำลงและในช่วงเวลาเช้ามืดประมาณ เวลา 05.00 น.ไปถึงช่วงสายๆ ของวันแรมหรือขึ้น 3 ถึง 7 ค่ำ โดย 1 เดือนจะทำกิจกรรมนี้ได้เพียง 10 วันเท่านั้น

	2. ช่องทางการรับจองโปรแกรมท่องเที่ยวมีจำกัด ทำให้ชุมชนบ้านโคกไครมีรายได้กับการจัดการท่องเที่ยวไม่สม่ำเสมอ ไม่ต่อเนื่อง จำนวนนักท่องเที่ยวจึงมีเป็นช่วง ๆ เนื่องจากการติดต่อจำกัดอยู่กับบุคคลเพียง 2 คน คือ นายสมพร สาระการ โทร. 08 - 7886-0465 โทรสาร 076-406547 Email: SOMPON_KCT@HOTMAIL.COM และ Facebook ท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไคร นายนิกร (บังอิบ) สาระการ โทร. 08-9290-9265
ข้อเสนอแนะ	ภายใต้หลักการของการอนุรักษ์ทั้งวิถีชีวิต วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมแบบธรรมชาติดั้งเดิม และความมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนสร้าง Thai Wellness Model จากทุนทางธรรมชาติที่มีอยู่ ให้เป็น “Thai Wellness OTOP Village Model ” สนับสนุนให้หมู่บ้านมีองค์ความรู้เชิงสุขภาพบูรณาการกับองค์ความรู้ด้านแพทย์แผนไทยในการนำหัตถการต่าง ๆ มาให้บริการร่วมกับการทำสปาโคลนร้อน และองค์ความรู้เรื่องชาสมุนไพรกับสมดุลของร่างกายตามธาตุ สามารถนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามจากพืชสมุนไพรในท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นกระแสมาแรงทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ขั้นตอนการดำเนินงานมีดังนี้ 1. จัดเวทีให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในแนวคิดการสร้าง Thai Wellness Model ระดมความคิดเห็นของคนในชุมชน เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมและวางแผนงานการดำเนินงานร่วมกัน 2. ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับชุมชนตามความเหมาะสมกับศักยภาพของคนในชุมชน ได้แก่ ความรู้เชิงสุขภาพบูรณาการกับองค์ความรู้ทางแพทย์แผนไทย และการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการให้บริการสปาเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน พัฒนาโคลนที่มีอยู่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทุกคนต้องไม่พลาดที่จะซื้อกลับไป /และสามารถอุ่นให้ร้อนได้อีก 3. จัดทำโปรแกรม Thai Wellness Model เพื่อการพำนักระยะยาว เช่น 3 วัน, 7 วัน หรือมากกว่ากรณีเป็นชาวต่างชาติ โดยพิจารณาโปรแกรมให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า เช่น คนวัยทำงาน คนสูงวัย หรือ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ ecotourism ตอบโจทย์กลุ่มคนรักสิ่งแวดล้อมเป็นต้น 4. วิเคราะห์คุณภาพและสารประกอบในโคลนร้อนและน้ำเค็มร้อน เพื่อพัฒนาให้เป็นสินค้า OTOP ที่ลูกค้าสามารถซื้อไปใช้เองที่บ้านได้ เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

	5. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ให้คนเข้าถึงได้ง่าย 6. สำรวจพืชสมุนไพรในท้องถิ่นที่จะสามารถใช้ทำชาและน้ำมันนวดสปา ซึ่งจะสามารถทำเป็นบรรจุภัณฑ์ขายปลีกได้ด้วย พัฒนาผลิตภัณฑ์บ้านๆ สู่สินค้าที่ทุกคนต้องซื้อกลับบ้าน สร้างให้ผลิตภัณฑ์มีจุดขายเป็น Signature 7. ให้คำแนะนำแก่ชุมชนในการขอรับงบประมาณสนับสนุนการดำเนินจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาน ในการสร้าง “Thai Wellness OTOP Village” ให้เป็นต้นแบบสำหรับการท่องเที่ยว 8. ให้คำแนะนำด้านการตลาด ทั้งการจัดทำเอกสารและสื่อการตลาดเพื่อการนำเสนอ Thai Wellness Model ต่อสาธารณชน 9. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรชุมชนบ้านโคกไคร ในรูปแบบส่งต่อรุ่นต่อรุ่น โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ในชุมชนให้ได้มีโอกาสทางการศึกษาความรู้เชิงสุขภาพบูรณาการกับองค์ความรู้ทางแพทย์แผนไทย เพื่อจะได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและจัดโปรแกรมนำเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ 10. นอกเหนือจากการท่องเที่ยวแบบ day trip ที่มีรอบเวลาจำกัด แล้วบ้านโคกไครสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เพียงแค่ลงทุนอาคารสถานที่ และนำจุดขายคือ สปาโคลนร้อนให้เป็นบริการที่โดดเด่นร่วมกับกิจกรรมอื่น ๆ จัดสภาพแวดล้อมให้ดูว้าว เพื่อส่งเสริมธรรมชาติที่มีอยู่แล้วให้น่าสนใจขึ้น

สรุป

จากผลการสำรวจของนักศึกษาและข้อคิดเห็นพอสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ว่า โอกาสของการพัฒนาแหล่งโคลนบำบัดที่ชุมชนโคกไคร มีความเป็นไปได้สูง ทั้งนี้โดยมีประเด็นที่พึงพัฒนาดังต่อไปนี้:

1. จัดตั้งศูนย์โคลนบำบัดวิถีสุขสบายแบบไทย (Thai Wellness Center) ให้เป็นศูนย์บริการโคลนบำบัดแบบชุมชน OTOP โดยจัดตั้งขึ้นบนแผ่นดินที่อยู่ใกล้กับหมู่บ้านเพิ่มเติมจากบริการที่หาดโคลน เพื่อเปิดโอกาสให้บริการโคลนบำบัดได้ทุกวัน ซึ่งแต่เดิมสามารถให้บริการเพียงเดือนละ 10 วัน เพราะเป็นการบริการที่ชายหาด

2. ออกแบบบริการวิถีสุขสบายแบบไทย ให้เหมาะสมกับศักยภาพของสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนและทรัพยากรในพื้นที่ เช่น

2.1 การทำหัตถการแผนไทยด้วยโคลนบำบัด ได้แก่ การพอกหน้าด้วยโคลนบำบัดผสมสมุนไพรแผนไทย การพอกผิวด้วยโคลนบำบัดผสมสมุนไพรแผนไทย การอาบโคลนผสมสมุนไพร ฯลฯ

2.2 การสร้างตำรับอาหารพื้นบ้านให้สอดคล้องกับธาตุเจ้าเรือน จัดทำเป็นสูตรบำบัดหลากหลายเมนูเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ เช่น “สูงวัยแต่อ่อนเยาว์” “คืนวัยสาวแม้ผ่านประจำเดือน”

“สุขภาพชายเพื่อครอบครัว”

3. การเตรียมความพร้อมของศูนย์โคลนบำบัดวิถีสุขสบายแบบไทย ประกอบด้วย:

3.1 การออกแบบศูนย์บริการและก่อสร้าง

3.2 การฝึกอบรมคนในหมู่บ้านที่จะทำหน้าที่ให้บริการ ได้แก่

- อบรมด้านการบริหาร การประชาสัมพันธ์และการทำตลาด
- อบรมการให้บริการนวดบำบัด การประคบโคลน การอาบโคลน

3.3 การเตรียมโคลนบำบัดที่พร้อมใช้ในศูนย์บริการ โดยต้องเป็นโคลนที่สะอาด ปราศจากสิ่งเจือปน การปรุงโคลนโดยเข้าเครื่องยาสมุนไพรไทย

4. การศึกษาวิจัย ประเด็นที่ต้องวิจัยได้แก่

4.1 สารประกอบของโคลนโคกไคร

4.2 สมุนไพรในเขตป่าพรุร้อน

4.3 ผลต่อสุขภาพ

5. การผลิตและพัฒนา Packaging ของสินค้า OTOP จากชุมชนโคกไคร นอกจากสินค้าอาหารทะเลแล้ว ยังอาจพัฒนาผลิตภัณฑ์ความงามจากสัตว์วัตถุและพืชวัตถุ เช่น เปลือกหอยนางรม ต้นขลู่ สาหร่ายและไม้น้ำอีกหลายชนิด

6. การสร้างเส้นทางท่องเที่ยว ที่ใช้ความรู้ความสนุกสนานที่มีสาระด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

7. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้ง offline และ online

อภิปราย

หลักของการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มีหลักการ 1. ดึงกำลังซื้อขายสินค้ามาอยู่ในชุมชน 2. ใช้การท่องเที่ยวนำเอาเสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม แปลงเป็นรายได้ 3. ครอบครัวและลูกหลานยังอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ชุมชนท่องเที่ยวเป็นเจ้าบ้านที่ดี ผลิตสินค้าและบริการ 4. รายได้จะกระจายอยู่กับคนในชุมชน และเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวระหว่างชุมชน

หลักการที่ 4 ประการนี้ชุมชนโคกไครมีอยู่พรักพร้อมทั้ง 4 ข้อ แต่การที่จะทำให้สำเร็จ โครไครยังต้องมีอีก 4 ประการคือ 1. Uniqueness มีความโดดเด่นเป็นโคลนร้อนบำบัด หนึ่งเดียว ดีสุดในประเทศไทยหรือในโลก 2. Health related อ้างอิงสุขภาพและพิสูจน์ผลได้ 3. Story and Standardized มีเรื่องราวตกทอดแต่บริการอย่างมีหลักวิชาการ คือ พัฒนาให้เป็นสุขสบายแบบไทย (Thai Wellness) 4. Hospitality บริการประทับใจ สร้างสถานโคลนบำบัดที่ผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญ และดูแลประดุจญาติ

ข้อเสนอแนะ

การจะดำเนินแผนพัฒนาดังกล่าวได้ ต้องประกอบด้วยความร่วมมือจากภาครัฐและมีงบประมาณสนับสนุน งานนี้หน่วยราชการที่น่าจะให้ความร่วมมือได้คือ :

- กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข
- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ซึ่งดูแลองค์การบริการส่วนตำบล
- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งดูแลการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ณ ปัจจุบันวิทยาลัยการแพทย์บูรณาการได้ลงนามความร่วมมือ MOU กับกรมการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข จึงอยู่ในวิสัยที่จะร่วมมือกันได้

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, คู่มือบริหารโครงการชุมนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี, พ.ศ.2561, หน้า 2-3, สืบค้น 10 มีค. 2562
http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER051/GENERAL/DATA0000/00000042.PDF

คมสัน ทินกร ณ อยุธยา, *ดินโคลนในการแพทย์แผนไทย,* ตำราหัตถการ การแพทย์แผนไทย รอตีพิมพ์, 2563.

Admin, (2020), https://www.thaitambon.com สืบค้นวันที่ 23 มกราคม 2563

Antonelli M., Donelli D (2018), Effects of balneotherapy and spa therapy on levels of cortisol as a stress biomarker: a systemic review, *Int J Biometeorol,* 62(6): 913-924.

Fraioli A., Mennuni G., Fontana M., Nocchi S., Ceccarelli F., Perricone C., Serio A (2018), Efficacy of Spa Therapy, Mud-Pack Therapy, Balneotherapy, and Mud-Bath Therapy in the Management of Knee Osteoarthritis. A Systematic Review. *Biomed Res Int,* eCollection 2018.

Franco Cozzi, Paolo Lazzarin, Silvano Todesco, Lorenzo Cima (1995), Hypothalamic-pituitary-adrenal axis dysregulation in healthy subjects undergoing mud-bath application, *Arthritis & amp; Rheumatism,* Wiley online library; V. 38, Iss. 5, p.724-725.

Lee YB., Lee JY., Lee HJ., Yun ST., Lee JT., Kim HJ., Yu DS., Woo SY., Kim JW. (2014), Immunomodulatory effects of balneotherapy with hae-un-dae thermal water on imiquimod-induced psoriasis-like murine model, *Ann Dermatol*; 26 (2): 221-30.

Levi-Schaffer F., Shani J., Politi Y., Rubinchik E., Brenner S. (1996), Inhibition of proliferation of psoriatic and healthy fibroblasts in cell culture by selected Dead-sea salts, *Pharmacology*;

52 (5): 321-8.

Lowe NJ., Breeding J., Russell D (1982), Cuteneous polyamines in psoriasis, Br J Dermatol; 107 (1): 21-5.

Luis Espejo-Antunez, Maria A. Cardero-Duran, Elisa M. Garrido-Ardila, Silvia Torres-Piles, Berta Caro-Puertolas (2013), Clinical effectiveness of mud pack therapy in knee osteoarthritis, *Rheumatology,* V. 52, Iss 4, p.659-668.

Moysan A., Morliere P., Marquis I., Richard A., Dubertret L. (1995), Effects of selenium on UVA-induces lipid peroxidation in cultured human skin fibroblasts, *Skin Pharmacol*; 8 (3): 139-48.

Riyaz N., Arakkal FR. (2011), Spa therapy in dermatology, *Indian J Dematol Venereol Leprol*; 77 (2): 128-34.

Sang Hee Lee, Ji Hoon Han, Sung Jae Lee, Hwi Young Cho, Jung Heum Beek, Jae Gyoon Kim (2019), Comparison of seaweed pack and mudpack as treatment for knee osteoarthritis: a prospective randomized controlled study, *Physical therapy rehabilitation science,* 2019, 8 (1), 22-31.

Shirley Telles, Sachin Kumar Sharma, Savita Agnihotri, Acharya Balkrishna (2017), A critical evaluation of Dead Sea Therapy in the management of psoriasis, *J Altern Complement Integr*, 3:033

Voorhees JJ., Duell EA (1975), Imbalanced cyclic AMP-cyclic GMP levels in psoriasis, *Adv Cyclic Nucleotide Res.,* 5:735-58.

การจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์

Foreign language learning management that the undergraduate student desires

ผศ.ดร.สมพร โกมารทัต*
Assistant Professor Dr. Somporn Gomaratut*
วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Program in Education Management, College of Education Sciences, Dhurakij Pundit University
อีเมล์ somporng@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนพึงประสงค์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 3และ4 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวน 200 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ .92 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตราฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนพึงประสงค์ เป็นการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended Learning) กล่าวคือ การเรียนรู้ที่เน้นผู้สอนถ่ายทอดความรู้และผู้เรียนต่อยอดความรู้นั้นๆ การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลาย และการเรียนรู้ด้วยตนเองจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล

คำสำคัญ : การจัดการเรียนรู้ ภาษาต่างประเทศ

Abstract

The objective of this research was to study the foreign language learning management that satisfies students' desires. The population used in this study was 200 third and fourth year students studying in the Faculty of Arts, Dhurakij Pundit University. The research instrument was a validated questionnaire developed by the researcher. The reliability of the questionnaire was .92. The data were analyzed by using percentages, mean scores and standard deviation.

The research results showed that the foreign language learning management that satisfies students' desires is blended learning. To illustrate, it is the method that focuses on transferring knowledge from a teacher to learners so they can extend that knowledge, independent learning through a variety of learning management and independent learning through electronic and digital media.

Keywords: Learning management, foreign languages

บทนำ

ภาษาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารและถ่ายทอดความคิดของมนุษย์และมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความคิดในระดับสูงของมนุษย์ แนวคิดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศมีหลากหลายทฤษฎี ขอกล่าวถึงแนวคิดการเรียนตามทฤษฎีพฤติกรรมนิยมของ Littlewood (1996)ที่เน้นการเรียนรู้ด้วยการใช้ความรู้ ความเข้าใจ การเลียนแบบและฝึกฝนจนเคยชินเป็นนิสัยจนสามารถสื่อสารและถ่ายทอดความคิดด้วยภาษาที่เรียนได้ ซึ่งเป็นแนวคิดเชิงปฏิบัติที่ผู้เรียนต้องทำพฤติกรรมการเรียนรู้ให้ประสบความสำเร็จจนสามารถสื่อสารและถ่ายทอดความคิดได้

สมพร โกมารทัต (2562) กล่าวว่า การเรียนรู้ภาษาต่างประเทศมีความแตกต่างจากการเรียนรู้ภาษาแม่ กล่าวคือ การเรียนรู้ภาษาแม่ที่เรียนตอนเด็ก ๆจะเรียนรู้โดยธรรมชาติและโดยอัตโนมัติก่อนที่จะเรียนรู้เรื่องเสียง ลักษณะเสียง หลักไวยากรณ์และโครงสร้างภาษา ส่วนการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศผู้เรียนต้องใช้วิธีการเรียนที่เป็นระบบเพื่อจะเรียนรู้ลักษณะเสียง หลักไวยากรณ์ และโครงสร้างภาษาก่อนที่จะพัฒนาทักษะทางภาษาให้คล่องแคล่ว ดังนั้นการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศไม่ได้เกิดขึ้นง่ายกับทุกคนเหมือนเรียนภาษาแม่ การจัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญ

การจัดการเรียนรู้ (Learning Management) หมายถึง กระบวนการการเลือกแนวคิด รูปแบบ วิธีสอน และกิจกรรมที่เหมาะสมที่จะช่วยให้ผู้เรียนได้เกิดการพัฒนาตนในทุกด้านอย่างเต็มศักยภาพ (Moore,1992: 4) จากการศึกษารูปแบบการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เป็นการจัดการเรียนรู้ที่มีหลากหลายรูปแบบ เน้นผลลัพธ์ทางการเรียน (Learning Outcome) เป็นหลัก ได้แก่ การเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Jones,

2007) การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Markham, 2011) การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Barrelt, 2010) การเรียนรู้โดยใช้วิจัยเป็นฐาน (พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์และคณะ, 2559) การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมเป็นฐาน (ปริญญา เทวานฤมิตรกุล, 2560) การเรียนรู้อย่างกระตือรือร้น (Active Learning) (วิทวัส คุมภุมเมศ, 2561:1) การเรียนรู้เชิงผลิตภาพ (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2561) การเรียนรู้แบบผสมผสาน (Heather and Michael, 2012) และจากผลการศึกษาการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษให้กับผู้เรียนยุคประเทศไทย 4.0 ของสมบัติ คชสิทธิ์และคณะ (2560) พบว่า แนวคิดการสอนภาษาอังกฤษทั่วโลกในปัจจุบันให้ความสำคัญกับสมรรถนะทางการสื่อสาร (Communicative Competency) การจัดการเรียนการสอนจะมุ่งเน้นให้ผู้เรียนภาษาสามารถใช้ภาษาสื่อสารในสังคมโลกได้จริง พัฒนาผู้เรียนภาษาให้มีความรู้หลักภาษา (Form) ควบคู่กับการใช้ภาษาสื่อสาร (Use) ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ การคิดวิเคราะห์ (Analytical Thinking) การคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ทักษะการแก้ปัญหา (Problem Solving) และการทำงานร่วมกันเป็นทีม (Collaboration and Team Work) ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ขึ้นเองจากการเรียนภาษาและการใช้ภาษาในสถานการณ์สื่อสารได้เหมาะสม

ที่กล่าวมาข้างต้นและจากประสบการณ์การสอนของผู้วิจัย ผู้สอนจะทำหน้าที่จัดการเรียนรู้ จัดวิธีสอน จัดกิจกรรมการเรียนรู้เป็นส่วนใหญ่ ผู้เรียนเป็นฝ่ายรับการจัดการ เมื่อเป้าหมายการเรียนเป็นเป้าหมายของผู้เรียน ผู้เรียนควรได้ออกแบบการจัดการเรียนรู้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์ เพื่อสะท้อนให้ผู้สอนได้ทราบและอาจเป็นแนวโน้มให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จทางการเรียนได้รวดเร็วขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์

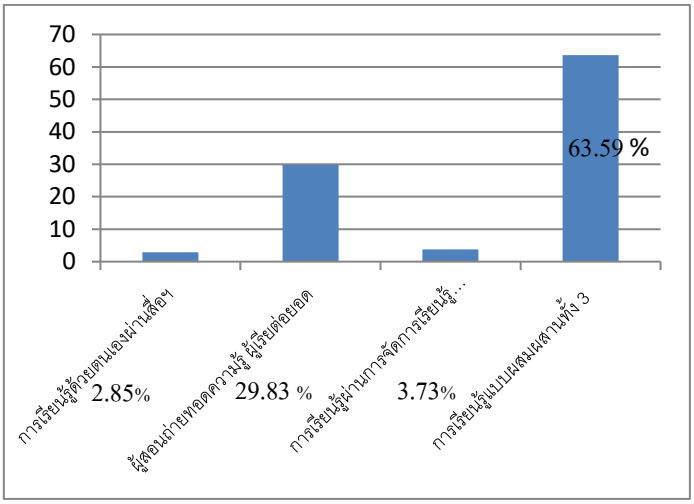
อุปกรณ์และวิธีการดำเนินงานวิจัย

1. ประชากรในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น ชั้นปีที่ 3และ4 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวน 200 คน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนพึงประสงค์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.80-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ .92
3. การเก็บข้อมูลผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับอาจารย์ประจำวิชา และทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเองในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 200 ชุด
4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์



ภาพที่ 1 ค่าร้อยละของการจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นการจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์ พบว่า ร้อยละ 63.59 เป็นการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน กล่าวคือ การเรียนรู้ที่เน้นผู้สอนถ่ายทอดความรู้และผู้เรียนต่อยอดความรู้นั้นๆ การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลาย และการเรียนรู้ด้วยตนเองจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดการจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์ (n = 200)

แนวคิดการจัดการเรียนรู้	($\bar{X}$)	(SD)	ระดับความเห็น
แนวคิดที่เน้นกฎเกณฑ์ของภาษา	4.27	.86	มาก
แนวคิดที่เน้นการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสาร	4.39	.79	มาก
แนวคิดที่เน้นความเหมาะสมในการใช้ภาษา	4.33	.74	มาก
แนวคิดที่เน้นบรูณาการเนื้อหาและภาษา	4.21	.78	มาก
แนวคิดที่เน้นสมรรถนะทางภาษาเพื่อพัฒนาอาชีพ	4.49	.77	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดการจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์ทุกรายการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ แนวคิดที่เน้นสมรรถนะทางภาษาเพื่อพัฒนาอาชีพ ($\bar{X}$= 4.49) แนวคิดที่เน้นการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสาร($\bar{X}$= 4.39) แนวคิด

ที่เน้นความเหมาะสมในการใช้ภาษา ($\overline{X}$= 4.33) เน้นกฎเกณฑ์ของภาษา ($\overline{X}$= 4.27) และแนวคิดที่เน้นบรูณาการเนื้อหาและภาษา ($\overline{X}$= 4.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวการสอนภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์ (n = 200)

แนวคิดการสอน	($\overline{X}$)	(SD)	ระดับความเห็น
1.สอนให้ผู้เรียนรู้โครงสร้างไวยากรณ์หรือโครงสร้างภาษา กลวิธีการเรียนและการสื่อสารภาษา	4.26	.82	มาก
2.สอนให้ผู้เรียนเรียนรู้การใช้ภาษา ฟัง พูด อ่าน เขียนตามธรรมชาติ โดยเน้นการลงมือทำ	4.51	.72	มาก
3.สอนด้วยวิธีการสอนที่หลากหลาย และใช้สื่อเทคโนโลยีที่หลากหลาย	4.37	.81	มาก
ผสมผสานข้อ1, 2, และ 3	4.56	.72	มาก

จากตารางที่ 2พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวการสอนภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์ทุกรายการอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาจากระดับความเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากสุด คือ แนวการสอนแบบผสมผสาน ($\overline{X}$= 4.56) กล่าวคือ สอนให้ผู้เรียนเรียนรู้การใช้ภาษา ฟัง พูด อ่าน เขียนตามธรรมชาติ โดยเน้นการลงมือทำ สอนด้วยวิธีการสอนที่หลากหลาย และใช้สื่อเทคโนโลยีที่หลากหลาย สอนให้ผู้เรียนรู้โครงสร้างไวยากรณ์หรือโครงสร้างภาษา และกลวิธีการเรียนและการสื่อสารภาษา

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์ (n = 200)

กิจกรรมการเรียนรู้	($\overline{X}$)	(SD)	ระดับความเห็น
การเรียนรู้ด้วยการลงมือปฏิบัติ (Practice Based Learning)	4.48	.78	มาก
การเรียนรู้โดยอาศัยกระบวนการวิจัย (Research process Based Learning)	3.52	.89	ค่อนข้างมาก
การเรียนรู้จากสถานการณ์จำลอง (Simulation Based Learning)	4.28	.82	มาก
การเรียนรู้จากโจทย์สถานการณ์ (Scenario Based Learning)	4.21	.85	มาก
การเรียนรู้จากกิจกรรม (Activity Based Learning)	4.41	.79	มาก
การเรียนรู้จากภาระงาน (Task Based Learning)	2.71.	.95	ปานกลาง

การเรียนรู้จากโครงงาน (Project Based Learning)	2.69	.96	ปานกลาง
การเรียนรู้จากปัญหา (Problem Based Learning)	3.99	.86	ค่อนข้างมาก
การเรียนรู้เชิงผลิตภาพ (Productivity Based Learning)	3.76	.90	ค่อนข้างมาก
การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง (On the Job Learning)	4.47	.79	มาก
การเรียนรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล	4.24	.85	มาก
การเรียนรู้จากการบรรยาย (face to face) กับ การเรียนรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล	4.39	.81	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การเรียนรู้ด้วยการลงมือปฏิบัติ (Practice Based Learning) ($\overline{X}$= 4.48) การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง (On the Job Learning) ($\overline{X}$= 4.47) การเรียนรู้จากกิจกรรม (Activity Based Learning) ($\overline{X}$= 4.41) การเรียนรู้จากการบรรยายกับการเรียนรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล ($\overline{X}$= 4.39) การเรียนรู้จากสถานการณ์จำลอง (Simulation Based Learning) ($\overline{X}$ 4.28) การเรียนรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล($\overline{X}$= 4.24) และการเรียนรู้จากโจทย์สถานการณ์ (Scenario Based Learning) ($\overline{X}$= 4.21) ในขณะที่กิจกรรมการเรียนรู้แบบอื่นๆ ได้แก่ การเรียนรู้จากปัญหา (Problem Based Learning) การเรียนรู้เชิงผลิตภาพ (Productivity Based Learning) และการเรียนรู้โดยอาศัยกระบวนการวิจัย (Research process Based Learning) มีความพึงประสงค์ในระดับค่อนข้างมาก และการเรียนรู้จากภาระงาน (Task Based Learning) การเรียนรู้จากโครงงาน (Project Based Learning) มีความพึงประสงค์ในระดับปานกลาง

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. การจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์ จากผลการวิจัย พบว่า เป็นการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended Learning) กล่าวคือ การเรียนรู้ที่เน้นผู้สอนถ่ายทอดความรู้และผู้เรียนต่อยอดความรู้นั้นๆ การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลาย และการเรียนรู้ด้วยตนเองจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับBernath (2012) ที่กล่าวว่า การเรียนแบบผสมผสาน หรือ Blended Learning หมายถึง โปรแกรมทางการเรียนรู้ที่ใช้วิธีการผสมผสานระหว่างการสอนในชั้นเรียน การเรียนรู้นอกชั้นเรียน และการเรียนรู้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือสื่อดิจิทัล และMoore (2004) กล่าวว่า การเรียนแบบผสมผสานเป็นการผสมผสานระหว่างการเรียนแบบเผชิญหน้ากับการเรียนแบบออนไลน์เข้าด้วยกันซึ่งมีทั้งส่วนประกอบที่เป็นการเรียนในห้องเรียนและการเรียนแบบออนไลน์ โดยใช้องค์ประกอบของการเรียนแบบออนไลน์เติมเต็มช่องว่างของการเรียนในห้องเรียน ในขณะที่Singh (2003) ได้กล่าวถึงคุณค่าของการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานว่า เป็นการเรียนโดยใช้วิธีสอนที่หลากหลายเข้าด้วยกันจะช่วยให้ผู้เรียนเกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับBonk & Graham (2006) ที่กล่าวว่าการเรียนการสอนแบบผสมผสานเป็น

การผสมผสานระบบการเรียนรู้ (learning systems) ที่หลากหลายเข้าด้วยกันเพื่อเป็นการแก้ปัญหาที่หลากหลายในการเรียนรู้ของผู้เรียน อีกทั้งทำให้ผู้เรียนเรียนรู้อย่างสนุกสนาน นอกจากผู้เรียนได้เรียนรู้ภาษายังฝึกทักษะความคิดต่างๆตามกระบวนการจัดเรียนรู้ที่หลากหลาย และสามารถเรียนรู้เพิ่มเติม และฝึกสมรรถนะทางภาษาจากการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัลอันเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ที่สร้างปัญญาที่เป็นการเรียนรู้ในศตวรรษที่21ที่การเรียนรู้เป็นกระบวนการเรียนรู้เนื้อหาไปสู่ความเข้าใจแท้จริงในระดับที่นำไปใช้ได้ในสถานการณ์จริง เรียนรู้เนื้อหาพร้อมๆ กับการใช้ประโยชน์ในสถานการณ์จริง ผลการเรียนรู้คือจำได้(remember) เข้าใจ(understand) ประยุกต์ใช้ (apply) วิเคราะห์ (analyze) ประเมิน (evaluate) และสร้างสรรค์(create)ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางการสร้างสรรค์ปัญญา เช่นแนวคิดพุทธินิยม (Cognitivism) แนวคิดพฤติกรรมนิยม (Behaviorism) และแนวคิดสร้างสรรค์นิยม (Constructivism) นอกจากนี้การเรียนแบบผสมผสานจะนำผู้เรียนไปสู่เป้าหมายและผลลัพธ์ทางการเรียนภาษาต่างประเทศของคนในศตวรรษที่ 21 คือ สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศ (ฟัง พูด อ่าน เขียน) ระดับบุคคล (Interpersonal Communication) สามารถตีความและวิเคราะห์ภาษาต่างประเทศสิ่งที่ได้รับรู้และสื่อสาร (Interpretive Communication) และสามารถนำเสนอข้อมูลและแนวคิดต่างๆที่ต้องการสื่อสารภาษาต่างประเทศ (Presentation Communication) ในประเด็นแนวการจัดการเรียนรู้เป็นการเน้นสมรรถนะเพื่ออาชีพซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษให้กับผู้เรียนยุคประเทศไทย 4.0 ของสมบัติ คชสิทธิ์และคณะ (2560) พบว่า แนวคิดการสอนภาษาอังกฤษทั่วโลกในปัจจุบันให้ความสำคัญกับสมรรถนะทางการสื่อสาร (Communicative Competency) และผลการศึกษาแนวการสอนภาษาต่างประเทศที่ผู้เรียนพึงประสงค์ คือสอนด้วยวิธีการสอนที่หลากหลาย และใช้สื่อเทคโนโลยีที่หลากหลาย สอนให้ผู้เรียนรู้โครงสร้างไวยากรณ์หรือโครงสร้างภาษาซึ่งก็สอดคล้องกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นสมรรถนะจะมุ่งเน้นให้ผู้เรียนภาษาสามารถใช้ภาษาสื่อสารในสังคมโลกได้จริง พัฒนาผู้เรียนภาษาให้มีความรู้หลักภาษา (Form) ควบคู่กับการใช้ภาษาสื่อสาร (Use) ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ การคิดวิเคราะห์ (Analytical Thinking) การคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ทักษะการแก้ปัญหา (Problem Solving) และการทำงานร่วมกันเป็นทีม (Collaboration and Team Work) ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ขึ้นเองจากการเรียนตัวภาษาและการใช้ภาษาในสถานการณ์สื่อสารได้เหมาะสม (สมบัติ คชสิทธิ์และคณะ, 2560)

2. งานวิจัยนี้สะท้อนความพึงประสงค์ของผู้เรียนที่ต้องการให้ผู้สอนถ่ายทอดความรู้ สอนให้ผู้เรียนรู้โครงสร้างไวยากรณ์หรือโครงสร้างภาษา กลวิธีการเรียนและการสื่อสารภาษา สอนให้ผู้เรียนเรียนรู้การใช้ภาษาฟัง พูด อ่าน เขียนตามธรรมชาติ โดยเน้นการลงมือทำ สอนด้วยวิธีการสอนที่หลากหลาย และใช้สื่อ เทคโนโลยีที่หลากหลาย อีกทั้งสะท้อนให้เห็นว่าแนวคิดการจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่พึงประสงค์ คือ แนวคิดที่เน้นสมรรถนะทางภาษาเพื่อพัฒนาอาชีพ กล่าวคือ ต้องการเรียน และใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการประกอบอาชีพและพัฒนาอาชีพ

3. จากผลการวิจัยเรื่องกิจกรรมการเรียนรู้ พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้จากภาระงาน (Task Based Learning) กิจกรรมการเรียนรู้จากโครงงาน (Project Based Learning) มีความพึงประสงค์ในระดับปานกลาง

ในขณะที่รายการอื่นมีความพึงประสงค์ในระดับมากและค่อนข้างมาก ในประเด็นนี้ผู้วิจัยขออภิปรายว่า จากผลการวิจัยส่วนใหญ่ผู้เรียนพึงประสงค์ในกิจกรรมการเรียนรู้ที่ฝึกทักษะ(Skill) ทางการฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาต่างประเทศในชั้นเรียน แต่การจัดการเรียนรู้แบบภาระงาน วิธีการสอนนี้มุ่งเน้นภาระงานหรือกิจกรรมที่ผู้เรียนจำเป็นต้องใช้กระบวนการคิด การปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ภาษา และการใช้ภาษาเป็นสำคัญ และทำให้ผู้เรียนหาวิธีการและหนทางเรียนรู้ภาษาด้วยตนเอง Willis (1996) อธิบายว่าภาระงาน (Task) ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาทักษะภาษาสู่เป้าหมายของผู้เรียน ผู้เรียนต้องใช้ความรู้ทางภาษา ทักษะการคิด การแก้ปัญหา ก่อให้เกิดความเข้าใจและสร้างผลผลิตทางภาษาขึ้น ภาระงานเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อใช้ภาษาในสถานการณ์สื่อสารจริง และมีความคิดในการนำเสนอผลงานด้วยภาษาต่างประเทศได้ และโครงงานก็เป็นวิธีการสอนที่ทำให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง การทำโครงงานต้องเริ่มต้นจากผู้เรียนเป็นผู้คิด ลงมือปฏิบัติ หาทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น อันเป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่สร้างความสำเร็จในการเรียนภาษาต่างประเทศอย่างมาก ดังนั้นผู้สอนในฐานะที่เป็นผู้จัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนจึงควรสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้เรียนในกิจกรรมการเรียนที่สร้างกระบวนการคิด และการสร้างผลงานด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในทางปฏิบัติ จากผลการวิจัยนี้ทำให้ผู้สอนได้ทราบการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนผู้เรียนระดับปริญญาตรีพึงประสงค์ และเป็นแนวปฏิบัติในการจัดการเรียนรู้ของผู้เรียนภาษาต่างประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรา 22 ของพระราชบัญญัติการศึกษา พ.ศ. 2542 ที่ว่า การจัดการศึกษาเพื่อให้ทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด

2. ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนพึงประสงค์ในสาขาวิชาอื่นๆในระดับปริญญาตรี

2.2 ควรศึกษารูปแบบการจัดการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศเพื่อผู้เรียนในระดับปริญญาตรี

เอกสารอ้างอิง

พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์และคณะ. (2559). *การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย.

ไพฑูรย์ สินลารัตน์. (2561). แนวคิดการศึกษา 4.0 สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2561, จาก http://www.dpu.ac.th/ces/

ปริญญา เทวานฤมิตรกุล. (2560). เอกสารประกอบการบรรยายการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพอาจารย์เพื่อการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

วิทวัส คุมภุมเมศ. (2561). การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อส่งเสริมความสามารถในการสื่อสาร. วารสารมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส). 3(3), 144-156.

สมบัติ คชสิทธิ์และคณะ. (2560). การจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษให้กับผู้เรียนยุค THAILAND 4.0. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*. 7(2), 175-186.

สมพร โกมารทัต (2562). กลยุทธ์การเรียนภาษาต่างประเทศของผู้เรียนศตวรรษที่ 21. *วารสารสุทธิปริทัศน์*. 33(105), 187-197.

Barrett, Terry. (2010). "The problem-based learning process as finding and being in flow". *Innovations in Education and Teaching International*. 47 (2): 165–174.

Bernath , R. (2012).). *Effectives Approaches to Blended Learning for Independent Schools*. Retrieved onOctober27,2019, from http://www.testden.com/partner/blended%

Bonk, C. J., & Graham, C. R. (2006). *The handbook of blended learning: global perspectives, local designs*. San Francisco, CA: Pfeiffer publishing.

Brew, A. (2006). *Research and Teaching: Beyond the divide* . London: Palgrave Macmillan.

Heather Fry. A. (2007). *Handbook for Teaching & Learning in Higher Education*. London: Routledge.

Heather,S. and Michael,B,. (2012). *Classifying Blended Learning*. Retrieved on October 20, 2019, from www.innosightinstitute.org.

Jones, Leo. (2007). *The Student-Centered Classroom*. Cambridge University Press.

Littlewood, W. (1996). *Communicative language teaching: An introduction. Cambridge*: Cambridge University Press.

Markham, T. (2011). “Project Based Learning”. *Teacher Librarian*. 39(2), 38-42.

Moore, K.D. (1992). *Classroom teaching skills*. New York: McGraw-Hill.

Moore, M. (2006). *The handbook of blened learning*. San Fransisco: John wiley and sons.

Singh, H. (2003). *Building effective blended learning programs*. Educational Technology, 43, 51-54.

Willis, J. (1996). *A Framework for Task-Based Learning.* Essex: Longman.

ความคิดเห็นของนักศึกษาชาวจีนระดับปริญญาตรี ในสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่มีต่อการเรียนวัฒนธรรมไทย

The Opinions of undergraduate Chinese students in P.R. China towards Thai Culture Learning

ดร.ไพทยา มีสัตย์[1], ผศ. ดร. อัญชลี ทองเอม[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคิดเห็นของนักศึกษาชาวจีนเกี่ยวกับการเรียนการสอนวัฒนธรรมไทย ด้วยการใช้แบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามคือ นักศึกษาชาวจีนชั้นปีที่ 2 ที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ จำนวน 60 คน จากมหาวิทยาลัยในสาธารณรัฐประชาชนจีนจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยท่องเที่ยวกุ้ยหลิน จำนวน 20 คน มหาวิทยาลัยภาษาต่างประเทศกวางสี จำนวน 20 คน และ มหาวิทยาลัยชน-ชาติกวางสี จำนวน 20 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามีความสนใจเรียน*วัฒนธรรมพฤติกรรม* ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = 0.32) ความสนใจรองลงมาคือ *วัฒนธรรมข้อมูล* ($\overline{X}$ = 3.85, S.D. = 0.39) และ*วัฒนธรรมเชิงสัมฤทธิผล* ($\overline{X}$ = 3.51, S.D. = 0.29) ตามลำดับ โดยหัวข้อในหมวด*วัฒนธรรมพฤติกรรม* ที่สนใจมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ 1) การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ 2) การใช้ภาษาสุภาพ 3) มารยาทในการสนทนา 4) การทักทาย 5) การปฏิเสธ อันแสดงถึงการที่ผู้เรียนต้องการที่จะเรียนรู้ภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ เพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้ นอกจากนี้ผลสำรวจเรื่องความคาดหวังที่จะได้รับ ก็พบว่านักศึกษาคาดหวังในการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = 0.17) โดยความคาดหวังที่สำคัญคือที่เมื่อมีความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรมไทย แล้วจะสามารถพัฒนาทักษะสื่อสารภาษาไทย เพื่อการทำงานในอนาคตได้ สำหรับความคิดเห็นเรื่องวิธีการเรียนวัฒนธรรมและสื่อ จากผลสำรวจความคิดเห็นพบว่า ผู้เรียนมีความสนใจที่จะเรียนวัฒนธรรมผ่าน การทำกิจกรรมมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.75, S.D. = 0.43) รองลงมาคือ การไปทัศนศึกษา ($\overline{X}$ = 4.65, S.D. = 0.48) ผลการสำรวจที่ได้นี้ แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนชื่นชอบการเรียนแบบลงมือปฏิบัติ (Active Learning) และเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning)

คำสำคัญ: การเรียนการสอนวัฒนธรรม ภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ความคิดเห็น

Abstract

This survey research aimed to explore opinions of undergraduate Chinese students towards Thai culture learning by using questionnaires. The participants were 60 undergraduate Chinese students in year 2 studying Thai language as a foreign language. Sixty participants and three universities (namely Guilin Tourism University, Guangxi University of Foreign Languages and Guangxi University for Nationalities) were selected by purposive sampling.

The questionnaires indicated that the students had a high level of interest in *behavioral culture* ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = 0.32) followed by *information culture* ($\overline{X}$ = 3.85, S.D. = 0.39), and *information about artistic and literary accomplishments* ($\overline{X}$ = 3.51, S.D. = 0.29), respectively. The five most favorite topics of *behavioral culture* were: 1) business negotiation; 2) politeness; 3) conversation etiquette; 4) greetings; and 5) refusal. These topics reflected that the students desired to improve their Thai ability for coping with their future careers. Moreover, the questionnaires shown that the students had a high level of expectancy on learning Thai culture ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = 0.17). They expected that with knowledge and understanding on Thai culture, they could improve their Thai communication skills. That led to succeed in their careers in future

For the questions on techniques and Instructional Media for learning Thai cultures, it was found that the Chinese students were interested most in learning culture through activities ($\overline{X}$ = 4.75, S.D. = 0.43), and fieldtrips ($\overline{X}$ = 4.65, S.D. = 0.48). This survey research demonstrated that the students preferred Active Learning and Experiential Learning.

Key words: Thai culture learning Thai as foreign language opinions

ความเป็นมาของปัญหา

ภาษาและวัฒนธรรมถือเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดและยากที่จะแยกออกจากกันได้ เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นบ่อเกิดของภาษา ในขณะเดียวกันภาษาก็เป็นเครื่องที่ช่วยถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด และวัฒนธรรม (Wardhaugh, 2010)

ผู้เรียนภาษาในฐานะต่างประเทศ ที่มีความเข้าใจในสังคมและวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาย่อมสื่อสารภาษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เนื่องจากระบบภาษาไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของกฎและคำศัพท์ไวยากรณ์เท่านั้น หากยังอยู่บนพื้นฐานของบริบททางวัฒนธรรม ที่ว่าเรากำลังจะสื่อสารกับใคร เมื่อไร และอย่างไร (Shrum & Glisan, 2009) ฉะนั้นการสอนวัฒนธรรมควบคู่กับการสอนภาษาจึงมีบทบาทสำคัญต่อการเรียนรู้ภาษาในด้าน

อรรถศาสตร์ วัจนกรรม และ วัจนปฏิบัติศาสตร์ เพราะช่วยเพิ่มพูนความเข้าใจของผู้เรียนภาษาต่างประเทศให้ตระหนักว่า ในสถานการณ์หนึ่ง ๆ ทำไมเราจึงพูดอย่างนั้นและไม่ใช่อย่างอื่น (McKay, 2009)

ยิ่งไปกว่านั้น Purba (2011) ยังได้ชี้ให้เห็นประโยชน์ของการเรียนวัฒนธรรม โดยเสนอว่า การสอดแทรกความรู้ทางวัฒนธรรมในการสอนภาษา ช่วยสร้างแรงจูงใจแก่ผู้เรียน ช่วยให้ผู้เรียนใช้ภาษาได้ใกล้เคียงกับเจ้าของภาษา เนื่องจากผู้เรียนเข้าใจความหมายของคำ และวลี และรู้จักเลือกใช้ตามความแตกต่างทาง อายุ เพศ สถานภาพทางสังคม รวมถึงใช้คำ และวลีที่เจ้าของภาษาใช้จริง และยังช่วยให้ผู้เรียนมีข้อมูลด้านเนื้อหาเชิงลึกในการที่จะสื่อสารกับเจ้าของภาษา ที่มีวัฒนธรรมต่างจากผู้เรียน

ช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา จำนวนนักศึกษาชาวจีนในระดับอุดมศึกษาในมหาวิทยาลัย ในสาธารณรัฐประชาชนจีน เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ปีละไม่ต่ำกว่า 10,000 คน การจะช่วยให้นักศึกษาจีน ซึ่งอยู่ในฐานะผู้เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ สามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์การเรียนภาษา และพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาไทยให้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องให้ผู้เรียนเข้าใจวัฒนธรรมไทย ดังที่ งานวิจัยของ Khanthuwan (2007) ในเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางวัฒนธรรมไทยกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ช่วยยืนยันว่า เมื่อผู้เรียนชาวต่างชาติมีความรู้ทางวัฒนธรรมไทย ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาไทยก็สูงขึ้นด้วย

Brown (2014) และ Wardhaugh (2010) ยังได้เน้นย้ำเกี่ยวกับการสอนวัฒนธรรมว่า เราไม่สามารถแยกการเรียนภาษาออกจากการศึกษาในเรื่องของวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาได้ และครูสอนภาษาก็คือครูสอนวัฒนธรรมในคนคนเดียวกันนั่นเอง

ความสำคัญของการเรียนวัฒนธรรมกับภาษาควบคู่กัน ดังที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยตั้งคำถามว่า แล้วเราจะสอนวัฒนธรรมอย่างไรให้น่าสนใจ และก่อประโยชน์ต่อการเรียนภาษาสูงสุด ดังนั้นการที่ผู้วิจัยสำรวจและศึกษาความคิดเห็นของผู้เรียนว่าเนื้อหาด้านวัฒนธรรมใดที่ผู้เรียนสนใจ วิธีการนำเสนอวัฒนธรรมแบบใดที่ผู้เรียนชื่นชอบ และต้องการให้นำอะไรนำมาประยุกต์ใช้ในการเรียนวัฒนธรรมกับภาษา รวมทั้งมีความคาดหวังใดบ้าง ที่ผู้เรียนต้องการจะได้รับจากการเรียนวัฒนธรรมกับภาษา ก็น่าจะเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะช่วยออกแบบการเรียนการสอนวัฒนธรรมไทยได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาคิดเห็นของนักศึกษาชาวจีนระดับปริญญาตรี ในสาธารณรัฐประชาชนจีนเกี่ยวกับการเรียนสอนวัฒนธรรมไทย

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายของวัฒนธรรม

Tylor (1871 อ้างใน Bennett, 2015) อธิบายว่าวัฒนธรรม คือ ผลรวมของระบบความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ จริยธรรม ตลอดจนความสามารถและอุปนิสัยต่างๆ ของสมาชิกในสังคม วัฒนธรรม เป็นระบบความเชื่อ ค่านิยม กฎเกณฑ์และระเบียบ หรือมาตรฐานของวิธีการดำรงชีวิต (Way of Life) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำกิจกรรมและทำให้ปฏิสัมพันธ์ของผู้คนในสังคมเป็นไปด้วยดีของคนในกลุ่มจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง

วัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือวัฒนธรรมข้อมูล วัฒนธรรมพฤติกรรม และวัฒนธรรมสัมฤทธิผล (Hammerly, 1982 อ้างใน Purba, 2011) วัฒนธรรมข้อมูล หมายถึง วัฒนธรรมที่แสดงถึงความรู้ทั่วไปที่เกี่ยวกับข้อมูลของเจ้าของภาษา เช่น เทศกาล สถานที่ท่องเที่ยว อาชีพ วัฒนธรรมพฤติกรรม หมายถึง วัฒนธรรมของเจ้าของภาษาที่สอดแทรกอยู่ในชีวตประจำวัน และการดำเนินชีวิต เช่น การสนทนา การแสดงออกทางภาษาท่าทาง มารยาทในการรับประทานอาหาร และวัฒนธรรมเชิงสัมฤทธิผล หมายถึงวัฒนธรรมที่เป็นผลผลิต ชิ้นงาน การแสดง เช่น เพลง ดนตรี ภาพยนตร์ วรรณกรรม

2. แรงจูงใจ

แรงจูงใจ คือ สภาวะที่ผู้เรียนเกิดความสนใจอยากรู้ อยากเห็น มองเห็นประโยชน์ เห็นคุณค่า และใช้ความมานะพยายามของตนในการเรียน เพื่อให้ตนเองบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยแรงจูงใจในการเรียนภาษาเป็นปัจจัยที่ทำให้การเรียนรู้ภาษาง่ายขึ้น และนำไปสู่ความสำเร็จ (Abdelrahim & Humaida, 2012) นอกจากนี้แรงจูงใจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ แรงจูงใจภายใน หมายถึง การที่ผู้เรียนสนใจที่จะเรียนรู้ภาษาที่สอง หรือภาษาต่างประเทศเพราะความชอบ ส่วนแรงจูงใจอีกประเภท คือ แรงจูงใจภายนอก หมายถึง การที่ผู้เรียนต้องการที่จะเรียนรู้ภาษาที่สอง หรือภาษาต่างประเทศ เพราะต้องการผลตอบแทนภายนอก เช่น การสอบผ่าน หรือโอกาสการได้งาน (Tamimi & Shuib, 2009)

Brown (2014) ยังได้เสนอแนะว่า การจะสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้เรียน ผู้สอนต้องมีความตระหนักองค์ประกอบของแรงจูงใจด้านเนื้อหารายวิชา องค์ประกอบนั้น ได้แก่ ความน่าสนใจ (Interest) ความเหมาะสม (Relevance) ความคาดหวัง หรือความต้องการของผู้เรียน (Expectancy) และ ความพึงพอใจ (Satisfaction)

ดังนั้นก่อนจะออกแบบเนื้อวิชา และวิธีการสอน เพื่อสร้างแรงจูงใจ เราจำเป็นต้องวิเคราะห์ ความคิดเห็นอันได้แก่ความสนใจ และความต้องการของผู้เรียนก่อนเป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นที่จะสำรวจข้อมูลความเห็น เพื่อเป็นแนวทางการตอบโจทย์การสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนมีความสนใจ และพอใจเนื้อหาและวิธีการเรียนการสอนวัฒนธรรมไทย ที่จะนำใช้ในการออกแบบรายวิชา หรือหลักสูตรในอนาคตต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกที่แสดงออกในประเด็นหรือคำถามในแบบสอบถามที่ถามถึงความคิดเห็นต่อการเรียนวัฒนธรรมไทย โดยในที่นี้ความคิดเห็น ประกอบด้วย ความสนใจ ความเห็นด้วย และความ

คาดหวัง หรือ ความต้องการ การคาดการณ์ถึงสิ่งที่นักศึกษาปรารถนาจะเป็น หรือจะได้มาในอนาคต หลังจากที่ได้เรียนวัฒนธรรมไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาชาวจีนระดับปริญญาตรี ในสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่มีต่อการเรียนการสอนวัฒนธรรมไทย โดยได้ใช้วิธีการศึกษาแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและตัวอย่าง ประชากร คือ นักศึกษาชาวจีน เอกภาษาไทย ชั้นปีที่ 2 ปีการศึกษา 2561 จากมหาวิทยาลัยในมณฑลกวางสี สาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 3 แห่ง โดยการเลือกมหาวิทยาลัยเป็นการสุ่มแบบเจาะจง คือเป็นมหาวิทยาลัยที่มีการสอนภาษาไทยเป็นวิชาเอก มีการสอนภาษาไทยให้นักศึกษาที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมาแล้วไม่ต่ำกว่า 200 ชั่วโมง ส่วนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ก็ใช้การเลือกแบบเจาะจงเช่นกัน (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัย 3 แห่ง แห่งละ 20 คน

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 60 คน มีรายละเอียดดังนี้

1. มหาวิทยาลัยท่องเที่ยวกุ้ยหลิน จำนวน 20 คน
2. มหาวิทยาลัยภาษาต่างประเทศกวางสี จำนวน 20 คน
3. มหาวิทยาลัยชนชาติกวางสี จำนวน 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม โดยใช้ภาษาจีน เนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลในด้านการประเมินตนเอง ได้แก่ การประเมินความสามารถตนเอง ในด้านการสื่อสารภาษาไทย การประเมินตนเองในด้านการมีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย และจำนวนความถี่ของการเรียนวัฒนธรรมไทยทั้งในห้องเรียน นอกห้องเรียน และด้วยตนเอง

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการเรียนวัฒนธรรมไทยของนักศึกษาชาวจีนกลุ่มตัวอย่าง โดยประเด็นคำถามได้แก่ ความสนใจของนักศึกษานักศึกษาในประเด็นทางวัฒนธรรม วิธีการเรียนวัฒนธรรม รวมถึงสื่อ และความคาดหวังที่จะได้รับจากการเรียนวัฒนธรรม ทั้งนี้รูปแบบการวัดเป็นแบบใช้มาตราส่วนประมาณค่า (5 Rating Scale) ตามวิธีของ Likert Scale

การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักศึกษา ที่มีต่อการเรียนการสอนวัฒนธรรมไทย ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยกับกฎเกณฑ์ที่กำหนดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.20 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61– 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องทั้งทางด้านความตรงเชิงโครงสร้างและเนื้อหา รวมทั้งความถูกต้องของภาษาที่ใช้ และดำเนินการปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ แล้วจัดทำเครื่องมือฉบับสมบูรณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามดังกล่าวยังได้นำมาคำนวณค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยมีค่า IOC เท่ากับ 0.66-1

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้แก่นักศึกษาชาวจีน เอกภาษาไทย ชั้นปีที่ 2 ปีการศึกษา 2561 จากมหาวิทยาลัย 3 แห่ง ที่ระบุข้างต้น ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 10 วัน ตั้งแต่วันที่ 15-24 มกราคม 2562

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ สถิติเชิงพรรณนา ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ตอนที่ 1 ข้อมูลการประเมินตนเองด้านการเรียนภาษาไทย

1.1 ผลการประเมินความสามารถตนเองทางการสื่อสารภาษาไทย พบว่านักศึกษาประเมินความสามารถตนเองอยู่ในระดับดี มี 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45 ระดับพอใช้ มี 28 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 และระดับน้อย 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.66 ทั้งนี้ไม่มีนักศึกษาคนใดประเมินความสามารถตนเองทางการสื่อสารภาษาไทย ในระดับดีมาก และระดับน้อยสุด

1.2 การประเมินตนเองในด้านการมีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย พบว่า การประเมินตนเองในด้านการมีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยระดับดี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 31.66 ประเมินความรู้ของตนเองในระดับพอใช้ มี 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ประเมินความรู้ตนเองในระดับอ่อน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33 ทั้งนี้ไม่มีนักศึกษาคนใดประเมินความสามารถตนเองทางการสื่อสารภาษาไทย ในระดับดีมาก และระดับน้อยสุด

1.3 จำนวนความถี่ของการเรียนวัฒนธรรมไทยทั้งในห้องเรียน นอกห้องเรียน และเรียนด้วยตนเอง จำนวนครั้งของการเรียนวัฒนธรรมไทยบ่อยมาก (4-6 วัน ต่อสัปดาห์) มี 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15 เรียนบ่อย (1-3 วัน ต่อสัปดาห์) มี 17 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33 เรียนเป็นบางครั้ง (น้อยกว่า 1 วัน ต่อสัปดาห์) 34 คน คิดเป็นร้อยละ 56.66 ทั้งนี้ไม่มีนักศึกษาคนใดตอบว่า ความถี่ของการเรียนวัฒนธรรมไทยบ่อยมากที่สุด (เรียนทุกวัน) และ ไม่เคยเรียนวัฒนธรรมไทย

2. ตอนที่ 2 ผลความคิดเห็นต่อการเรียนวัฒนธรรมไทย ของนักศึกษาชาวจีนระดับปริญญาตรี ที่เรียนใน มหาวิทยาลัย ในสาธารณรัฐประชาชนจีน

2.1 ความสนใจของนักศึกษาในประเด็นทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 1 แสดงระดับความสนใจต่อประเด็นทางวัฒนธรรม

ข้อที่	หัวข้อ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสนใจ
ประเด็นทางวัฒนธรรม โดยจัดตามหมวดหมู่				
วัฒนธรรมข้อมูล				
1.	ความรู้เกี่ยวกับอาชีพ	3.81	0.78	มาก
2.	สถานที่ท่องเที่ยว	4.56	0.69	มากที่สุด
3.	วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี่	3.21	0.41	ปานกลาง
4.	ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์	3.58	0.61	มาก
5.	ความรู้เกี่ยวกับภูมิศาสตร์	3.35	0.74	ปานกลาง
6.	ความรู้เกี่ยวกับการค้า และเศรษฐกิจ	4.18	0.93	มาก
7.	เหตุการณ์ประจำวัน	4.01	0.53	มาก
8.	ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย	3.83	0.45	มาก
9.	ความรู้เกี่ยวกับอาหาร และขนมไทย	3.95	0.56	มาก
10.	ความรู้ด้านเทศกาล และประเพณี	4.06	0.51	มาก
คะแนนเฉลี่ยความสนใจด้านวัฒนธรรมข้อมูล		**3.85**	**0.39**	**มาก**
วัฒนธรรมพฤติกรรม				
11	การทักทาย	4.26	0.44	มากที่สุด
12.	การสื่อสารทางโทรศัพท์	3.96	0.48	มาก
13.	การเขียนจดหมาย อีเมล	3.83	0.37	มาก
14	มารยาทในการสนทนา	4.53	0.50	มากที่สุด
15.	มารยาทแต่งกายในโอกาสต่างๆ	3.93	0.60	มาก
16.	มารยาทบนโต๊ะอาหาร	4.01	0.53	มาก
17.	การใช้ภาษาสุภาพ	4.66	0.47	มากที่สุด
18.	การแสดงออกทางสีหน้า และภาษาท่าทาง	4.18	0.59	มาก
19.	ความเชื่อโชคลาง	3.88	0.45	มาก

ข้อที่	หัวข้อ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสนใจ
20.	การต่อรอง และเจรจาทางธุรกิจ	4.75	0.43	มากที่สุด
21.	การปฏิเสธ	4.21	0.4	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยความสนใจด้านวัฒนธรรมพฤติกรรม		**4.19**	**0.32**	**มาก**
วัฒนธรรมเชิงสัมฤทธิผล				
22.	เพลง ดนตรี	3.53	0.41	มาก
23.	ละคร ภาพยนตร์	4.03	0.44	มาก
24.	นิทานพื้นบ้าน ตำนาน	3.66	0.47	มาก
25.	วรรณคดี และวรรณกรรม	3.53	0.53	มาก
26.	ศิลปหัตถกรรม	3.21	0.41	ปานกลาง
27.	จิตรกรรม และประติมากรรม	3.30	0.46	ปานกลาง
28.	สถาปัตยกรรม	3.30	0..46	ปานกลาง
29.	การรำ และการเต้น	3.26	0.44	ปานกลาง
30.	การแสดง	3.24	0.43	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยความสนใจด้านวัฒนธรรมเชิงสัมฤทธิผล		**3.51**	**0.29**	**มาก**

จากตารางที่ 1 แสดงระดับความสนใจต่อประเด็นทางวัฒนธรรม พบว่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.85, S.D. = 0.47) และยังพบว่า นักศึกษาสนใจที่จะศึกษาวัฒนธรรมพฤติกรรมมากที่สุดคืออยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = 0.32) ความสนใจรองลงมาคือ วัฒนธรรมข้อมูล และวัฒนธรรมเชิงสัมฤทธิผล อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.85, S.D. = 0.39) และ ($\overline{X}$ = 3.51, S.D. = 0.29) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายหัวข้อของวัฒนธรรมข้อมูล พบว่า หัวข้อที่นักศึกษาสนใจ ในระดับมาก 5 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 4.56, S.D. = 0.69) ความรู้เกี่ยวกับการค้า และเศรษฐกิจ ($\overline{X}$ =4.18, S.D. = 0.93) ความรู้ด้านเทศกาล และประเพณี ($\overline{X}$ = 4.06, S.D. =0.51) และเหตุการณ์ประจำวัน ($\overline{X}$ = 4.01, S.D. = 0.53)

วัฒนธรรมพฤติกรรม หัวข้อที่นักศึกษาสนใจในระดับมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การต่อรอง และเจรจาทางธุรกิจ ($\overline{X}$ = 4.75, S.D. = 0.43) การใช้ภาษาสุภาพ ($\overline{X}$ =4.66, S.D. = 0.47) มารยาทในการสนทนา ($\overline{X}$ = 4.53, S.D. = 0.50) การทักทาย ($\overline{X}$ = 4.26, S.D. = 0.44) และการปฏิเสธ ($\overline{X}$ = 4.21, S.D. = 0.40)

สำหรับวัฒนธรรมผลสัมฤทธ์ หัวข้อที่นักศึกษาจีนสนใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับได้แก่ ละคร ภาพยนตร์ ($\overline{X}$ = 4.03, S.D. = 0.44) เพลง ดนตรี ($\overline{X}$ = 3.66ม S.D. = 0.47) นิทานพื้นบ้าน ตำนาน ($\overline{X}$ = 3.53, S.D. = 0.41) และ วรรณคดี และวรรณกรรม ($\overline{X}$ = 3.53, S.D. = 0.47)

2.2 วิธีการเรียนวัฒนธรรม และสื่อการเรียน

ตารางที่ 2 แสดงระดับความสนใจในด้านวิธีการเรียนวัฒนธรรม และสื่อการเรียน

วิธีการเรียนวัฒนธรรม และสื่อการเรียน				
ข้อที่	**หัวข้อ**	**ค่าเฉลี่ย**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**ระดับความสนใจ**
1.	อาจารย์บรรยายเฉพาะวิชาวัฒนธรรม	4.08	0.46	มาก
2.	อาจารย์อธิบายความรู้ทางวัฒนธรรมในวิชาทักษะภาษาไทย	4.58	0.61	มากที่สุด
3.	การอภิปราย และเปลี่ยนความคิดเห็นในห้องเรียน	4.13	0.50	มาก
4.	การนำเสนอผลงานของเพื่อนร่วมชั้น	3.95	0.53	มาก
5.	หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร	3.73	0.60	มาก
6.	เนื้อหาวัฒนธรรมในตำราเรียนภาษาไทย	3.80	0.68	มาก
7.	หนังสือเฉพาะด้านวัฒนธรรม	3.80	0.63	มาก
8	หนังสือการ์ตูน	3.73	0.60	มาก
9.	ความรู้วัฒนธรรมผ่านวรรณกรรม วรรณคดี	3.63	0.66	มาก
10.	ความรู้วัฒนธรรมผ่านนิทานพื้นบ้าน และตำนาน	3.63	0.60	มาก
11.	สื่อวิดีทัศน์ประกอบการสอน	3.83	0.55	มาก
12.	ละคร ภาพยนตร์	4.30	0.49	มากที่สุด
13.	ข่าวทางโทรทัศน์ หรือทางอินเทอร์เน็ต	4.1	0.65	มาก
14.	เพลง	3.31	0.70	ปานกลาง
15.	ทัศนศึกษา	4.65	0.48	มากที่สุด
16.	สมุดภาพ และรูปภาพ	3.13	0.53	ปานกลาง

วิธีการเรียนวัฒนธรรม และสื่อการเรียน				
ข้อที่	**หัวข้อ**	**ค่าเฉลี่ย**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**ระดับความสนใจ**
17.	กิจกรรมด้านวัฒนธรรม เช่น การทำอาหาร การจัดนิทรรศการ การประกวด	4.75	0.43	มากที่สุด
18.	การสนทนาซักถามเรื่องวัฒนธรรมกับคนไทยนอกห้องเรียน	3.9	0.79	มาก
19.	การสังเกตพฤติกรรมของคนไทย	4.18	0.53	มาก
20.	การหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	4.5	0.50	มากที่สุด
21.	อื่นๆ โปรดระบุ - เข้าร่วมโครงการ 3+1 เพื่อไปเรียนที่ประเทศไทย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65			

จากตารางที่ 2 แสดงระดับความสนใจในด้านวิธีการเรียนวัฒนธรรม และสื่อที่ใช้ พบว่า ความสนใจของนักศึกษาที่ต่อวิธีการเรียนวัฒนธรรม และสื่อที่ใช้ 5 อันดับแรก ที่มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ กิจกรรมด้านวัฒนธรรม เช่น การทำอาหาร การจัดนิทรรศการ การประกวด ($\overline{X}$ = 4.75, S.D. = 0.43)ทั ศนศึกษา ($\overline{X}$ = 4.65, S.D. = 0.48) อาจารย์อธิบายความรู้ทางวัฒนธรรมในวิชาทักษะภาษาไทย ($\overline{X}$ = 4.58, S.D. = 0.61) การหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ($\overline{X}$ = 4.50, S.D. = 0.50) ละคร ภาพยนตร์ ($\overline{X}$ = 4.30, S.D. = 0.49)

นอกจากนี้ จากแบบสอบถามยังพบว่า นักศึกษาจำนวน 39 คน จาก 60 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ได้ระบุว่า การเข้าร่วมโครงการแลกเปลี่ยนที่ประเทศไทย เป็นวิธีการหนึ่งที่นักศึกษาสนใจใช้ในการหาโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรม

2.3 ความคาดหวังที่จะได้รับจากการเรียนวัฒนธรรม

ตารางที่ 3 แสดงระดับความคาดหวังจากการเรียนวัฒนธรรม

ความคาดหวังที่จะได้จากการเรียนวัฒนธรรม				
ข้อที่	**หัวข้อ**	**ค่าเฉลี่ย**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**ระดับความคาดหวัง**
1.	สามารถเลือกใช้คำ วลี ประโยคได้เหมาะสม	3.63	0.79	มาก
2.	พัฒนาความสามารถในสื่อสาร ทั้งทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน	4.36	0.48	มากที่สุด

ความคาดหวังที่จะได้จากการเรียนวัฒนธรรม				
ข้อที่	**หัวข้อ**	**ค่าเฉลี่ย**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**ระดับความคาดหวัง**
3.	สามารถสื่อสารภาษาไทยกับเจ้าของภาษาได้	4.26	0.44	มากที่สุด
4.	สามารถใช้ภาษาไทยในการประกอบอาชีพในประเทศของตนเองได้ดี	4.10	0.60	มาก
5.	เข้าใจและยอมรับความแตกต่างทางวัฒนธรรม	4.01	0.34	มาก
6.	เข้าใจและรู้จักคนไทยได้ดีขึ้น	3.88	0.58	มาก
7.	สามารถปรับตัวให้เข้ากับคนไทยได้ง่ายขึ้น	3.96	0.18	มาก
8.	สามารถประกอบอาชีพที่ประเทศไทยได้	4.12	0.61	มาก
9.	อื่นๆ โปรดระบุ -พัฒนาความสามารถการแปล และล่าม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 -สามารถไปเรียนหรือทำงานที่ไทยได้อย่างมีความสุข จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 11.66 -สามารถทำธุรกิจกับคนไทยได้ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 5			
คะแนนเฉลี่ยรวมความคาดหวัง		**4.19**	**0.17**	**มาก**

จากตารางที่ 3 แสดงระดับความคาดหวังในการเรียนวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = 0.17) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคาดหวังในเรื่องการพัฒนาความสามารถในสื่อสาร ทั้งทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.36, S.D. = 0.48) และลำดับที่รองลงมา 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถสื่อสารภาษาไทยกับเจ้าของภาษาได้ ($\overline{X}$ = 4.26, S.D. = 0.44) สามารถใช้ภาษาไทยในการประกอบอาชีพในประเทศของตนเองได้ดี ($\overline{X}$ = 4.10, S.D. = 0.60) และสามารถประกอบอาชีพที่ประเทศไทยได้ ($\overline{X}$ = 4.10, S.D. = 0.61) ตามลำดับ

นอกจากนี้ผลจากแบบสอบถามในข้อคำถามความเห็นอื่นๆ นักศึกษายังได้เสนอความเห็น ด้านความคาดหวังเพิ่มเติม ได้แก่ พัฒนาความสามารถการแปล และล่าม จำนวน 11 คน จาก 60 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 สามารถไปเรียนหรือทำงานที่ไทยได้อย่างมีความสุข จำนวน 7 คน จาก 60 คน คิดเป็นร้อยละ 11.66 และ สามารถทำธุรกิจกับคนไทยได้ จำนวน 3 คน จาก 60 คน คิดเป็นร้อยละ 5

อภิปรายผล

ผลการสำรรวจ ความคิดเห็นต่อการเรียนวัฒนธรรมไทย ของนักศึกษาชาวจีนระดับปริญญาตรี ที่เรียนในมหาวิทยาลัยในสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า นักศึกษาจีนมีความสนใจเรียนวัฒนธรรมพฤติกรรม ในระดับมากที่สุด โดยหัวข้อที่สนใจมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ 1) การต่อรอง และเจรจาทางธุรกิจ 2) การใช้ภาษาสุภาพ 3) มารยาทในการสนทนา 4) การทักทาย 5) การปฏิเสธ อันแสดงถึงการที่ผู้เรียนต้องการที่จะเรียนรู้ภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ เพื่อนำไปใช้ในชีวิตจริง และประกอบอาชีพได้ นอกจากนี้ผลสำรวจเรื่องความคาดหวังที่จะได้รับ ก็พบว่านักศึกษาคาดหวังที่จะให้การเรียนวัฒนธรรมไทยเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยพัฒนาความสามารถในสื่อสาร เพื่อการทำงานในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นแสดงความสนใจในเรื่องประเด็นและหัวข้อทางวัฒนธรรมที่เป็นประเด็นวัฒนธรรมพฤติกรรมดังที่กล่าวข้างต้น ดังที่ Larsen-Freeman (2011) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ผู้เรียนจะเลือกเรียนในสิ่งที่เขาสนใจ และได้รับประโยชน์ ฉะนั้นสิ่งที่ผู้เรียนจะเรียน และสิ่งที่ผู้เรียนจะต้องนำไปใช้ในอนาคต ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ การออกแบบหลักสูตร เนื้อหาวิชาจึงต้องคำนึงที่หลักการนี้เป็นสำคัญ

สำหรับการแสดงความคิดเห็นเรื่องวิธีการเรียนวัฒนธรรมและสื่อการเรียน จากผลสำรวจความคิดเห็นพบว่า ผู้เรียนมีความสนใจที่จะเรียนวัฒนธรรมผ่านการทำกิจกรรม มากที่สุด รองลงมาคือ ทัศนศึกษา ผลการสำรวจที่ได้นี้ แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนชื่นชอบการเรียนแบบลงมือปฏิบัติ หรือ (Active Learning) และเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning) กระบวนการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ และจากประสบการณ์นั้น ผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้ เมื่อได้ทำกิจกรรมอื่น ๆ เว้นการฟังแต่เพียงอย่างเดียว วิธีการนี้เป็นวิธีที่ผู้เรียนจะมีส่วนร่วมกับกระบวนการเรียนโดยตรงและช่วยสร้างเสริมประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียน โดยยึดหลักสอนน้อยลง แต่เรียนรู้ให้มากขึ้น (Teach Less, Learn More) นอกจากนี้การเรียนรู้นอกห้องเรียน ผ่านทัศนศึกษา ก็ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ เนื่องจากเป็นวิธีสอนที่ช่วยให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ตรง การฝึกการสังเกต การรับรู้ที่ผ่านหลายช่องทาง การเสริมสร้างเจตคติเชิงบวก และสร้างความตระหนักเห็นความสำคัญของเนื้อหาบทเรียนช่วยให้เรียนรู้และจดจำคำศัพท์ได้ (Behrendt & Franklin, 2014)

การศึกษาความคิดเห็นของผู้เรียนในบทความนี้ ถือเป็นความพยายามที่จะให้แนวคิดการออกแบบการเรียนการสอนวัฒนธรรมไทย ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (student-centered learning) การตั้งคำถามเพื่อหาคำตอบว่า ผู้เรียนสนใจ และต้องการอะไร มีความคาดหวังอย่างไร ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในชีวิตจริง หรือในการทำงานในอนาคตได้หรือไม่ มากน้อยเพียงไร เป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้เนื่องจาก เมื่อผู้เรียนมีแรงจูงใจเชิงบวกต่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ผู้เรียนก็จะสามารถใช้ความรู้ความเข้าใจทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทย และสามารถใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารเสมือนเจ้าของภาษา อันนำไปสู่การทำงานที่ใช้ภาษาไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งต่อไป สามารถศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาไทย หรือความสามารถการใช้ภาษาไทยของนักศึกษา หลังจากการเรียนวัฒนธรรม ว่า มีผลเชิงบวกต่อคะแนนผลสัมฤทธิ์ หรือผลต่อการพัฒนาความสามารถการใช้ และการสื่อสารภาษาไทยหรือไม่ อย่างไร

เอกสารอ้างอิง

Abdelrahim, I., & Humaida, I. (2012). Research on: motivation to learn English among college students in Sudan. English Language Teaching, 5, 49-56.

Allami, H. &Naeimi. A. (2011). A cross-linguistic study of refusals: An analysis of pragmatic competence development in Iranian EFL learners. Journal of Pragmatics, 43, 385-406.

Behrendt, M.& Teresa, F.(2014) A review of research on school field trips and their value in education. International Journal of Environmental and Science Education, 9 (3), 235-245.

Bennett, T. (2015). Cultural studies and the culture concept, Cultural Studies, 29:4, 546-568.

Brown, H. D. (2014). Principles of language learning and teaching (6th ed.). East Lansing, MI: Longman Publishing.

Kramsch, C. (2001). Language and Culture. Oxford: Oxford University Press.

Larsen-Freeman, D. (2011). Techniques and principles in language teaching (3d ed.). New York, NY: Oxford University Press.

McKay, S.L. (2009). Pragmatics and EIL Pedagogy. In F. Sharifian (ed.), English as an International Language: Perspectives and Pedagogical Issues. Bristol:Multilingual Matters, 227-241

Nault, D. (2006). Going global: rethinking culture teaching in ELT contexts. Language, Culture and Curriculum, 19 (3), 314-328.

Purba, H. (2011)The Importance of Including Culture in EFL Teaching. Journal of English Teaching 1 (1), 44-56.

Shrum, J. L., & Glisan, E. (2009). Teacher's Handbook (4th ed.). Boston, MA: Heinle Cengage Learning.

Tamimi & Shuib. (2009). Motivation and Attitude towards Learning English. Hadramout: Hadramout University.

Khanthuwan, W. (2007), A Study of relationships between knowledge of Thai culture and achievement in studying Thai as a foreign language. Electronic Journal of Foreign Language Teaching 4 (2), 235–256.

Wardhaugh, R. (2010) An Introduction to Sociolinguistics, 6th edition, Oxford: Basil Blackwell.

ผลสัมฤทธิ์ของการเรียนโดยใช้ Project Based Learning ผ่านโครงการ Asia Young Designer Awards 2019 ในรายวิชาการออกแบบภายใน 3 สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการออกแบบภายใน

Learning Achievements of Interior Design Students Learning through a Project-based Method, Asia Young Designer Awards 2019 in a Course on Interior Design III

นลินา องคสิงห
Nalina Angasinha
อาจารย์ประจำภาควิชาออกแบบภายใน คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Instructor in Interior Design Program, Faculty of Fine and Applied Arts
อีเมล์: nalina.ana@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่เรียนโดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project Based Learning) ผ่านโครงการ Asia Young Designer Awards 2019 ของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาการออกแบบภายใน จำนวน 11 คน ที่ลงทะเบียนรายวิชา ID324 การออกแบบภายใน 3 ภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบวัดระดับทักษะจากตัวแบบของภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการสอนแบบ Project Based Learning และการสังเกตุพฤติกรรม

ผลการศึกษาพบว่าระดับการพัฒนาทักษะ สูงสุดคือ นักศึกษาสามารถสร้างวิกฤติให้เป็นโอกาสต่อการเรียนรู้และสามารถนำเอาข้อผิดพลาดมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนางานได้อย่างต่อเนื่อง, นักศึกษาได้พัฒนาความคิดอย่างมีระบบ จากประสบการณ์และกระบวนการเรียนรู้ รองลงมาคือ ด้านการเปิดใจกว้างและยอมรับในมุมมองหรือโลกทัศน์ใหม่ๆ ที่ส่งผลต่อการทำงานเพิ่มขึ้น, นักศึกษาได้ใช้สื่อนวัตกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการค้นคว้า วิเคราะห์และการสร้างผลงานออกแบบและแสดงภาพทัศนียภาพจำลองผลงาน

ผลสรุปความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการสอนแบบ Project Based Learning พบว่านักศึกษาชอบการเรียนโดยใช้โครงงานเป็นฐาน ได้เลือกพื้นที่เอง เรียนรู้ถึงปัญหาจริงจากการลงสำรวจพื้นที่และการสัมภาษณ์คนในชุมชน ได้รับความรู้และประสบการณ์โดยตรง ทั้งในด้านเอกลักษณ์รูปแบบทางสถาปัตยกรรม หลักการออกแบบเพื่อความยั่งยืน ทำให้วิเคราะห์ข้อมูลและสังเคราะห์ และสร้างสรรค์ผลงานออกแบบภายในได้เหมาะสมกับบริบทและสภาพแวดล้อม ได้มีส่วนร่วมเพื่อประโยชน์แก่ชุมชน

คำสำคัญ: การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน, กรอบงานการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21, ตัวแบบของภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21, การออกแบบเพื่อความยั่งยืน

Abstract

This research aims to study learning achievements by implementing Project Based Learning, Asia Young Designer Awards 2019 for 11 cases of third-year interior design students studying ID 324: Interior Design III in the first semester of 2019 academic year. The scale questionnaire is used for gathering data and the model of questionnaire is based on the partnership for 21st century skills. In addition, the semi-structure interview is adopted for surveying opinions of students towards the Project Based Learning and observation.

The findings indicate that the highest skill development level is create learning opportunities from crises and improve their work continuously, develop systematic thinking from experience and learning processes, followed by opening mind and accepting new perspectives, use various innovative media to research, analyze, create and present Interior Architectural Design.

The summary of student opinions towards Project Based Learning proves that students prefer the Project Based Learning as they can chose the interested location, learn problems from field survey and interview with the users. As they gain direct experiences and knowledge, both terms of architectural styles and sustainable design.

Keywords: Project Based Learning, Framework for 21st Century Learning, Partnership for 21st Century Skills, Sustainable Design

บทนำ

การศึกษาเป็นสิ่งสำคัญ ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้น ในปัจจุบันรูปแบบการเรียนการสอนด้านสถาปัตยกรรมเน้นการฝึกปฏิบัติด้วยการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง ซึ่งมีข้อจำกัดและรายละเอียดหลายมิติต่างจากการเรียนในห้องเรียน ประกอบกับสภาพแวดล้อมโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสภาวะโลกร้อน ทำให้สังคมโลกตระหนักและตื่นตัวเป็นอย่างมากในการหาหนทางแก้ไข แนวคิดนี้สะท้อนไปถึงหน่วยงานต่าง ๆ ที่ต้องการช่วยเหลือเพื่อให้โลกของเรามีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น ทางบริษัทนิปปอนเพ้นท์เป็นหน่วยงานหนึ่งที่เห็นความสำคัญ โดยจัดโครงการประกวด Asia Young Designer Awards 2019 สำหรับนักศึกษาสถาปัตยกรรมทั่วโลก ในปีนี้ทางบริษัท กำหนดธีม Forward a Sustainable Future งานออกแบบเน้นด้านการออกแบบเพื่อความยั่งยืน

ทางภาควิชาการออกแบบภายในและทีมผู้สอนเห็นว่าโครงการนี้เป็นประโยชน์แก่นักศึกษาและชุมชน เพื่อให้นักศึกษาได้ความรู้ในการประยุกต์การออกแบบเพื่อความยั่งยืน ผ่านโครงการประกวดระดับนานาชาติ โดยใช้การเรียนการสอนแบบ Project Based Learning โดยลงพื้นที่จริงตามแผนการสอนรายวิชา ID324 การออกแบบภายใน 3

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project Based Learning) จากการศึกษาผ่านการประกวดผลงานออกแบบโครงการ Asia Young Designer Awards 2019

2. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ของการเรียนโดยใช้ Project Based Learning ในรายวิชาการออกแบบภายใน 3 สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการออกแบบภายใน แบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

2.1) วัดระดับการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ด้วยแบบวัดระดับการพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ตามกรอบความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมตามแบบภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21

2.2) สรุปความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการสอนแบบ Project Based Learning จากการประกวดผลงานออกแบบโครงการ สำหรับรายวิชาการออกแบบภายใน 3 ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและการสังเกตุพฤติกรรม

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

“ในการเตรียมคนเพื่อศตวรรษต่อไป Partnership for 21st Century Skills ซึ่งประกอบขึ้นด้วยหลายหน่วยงานจากต่างประเทศ ได้ร่วมกันศึกษาวิจัยข้อมูลเพื่อกำหนดกรอบการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 สรุปผลว่ามีทักษะหลัก 3 ประการ ที่จำเป็นต้องพัฒนาให้เกิดขึ้นในตัวคนรุ่นใหม่ ได้แก่ 1) ทักษะชีวิตและอาชีพ 2) ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม 3) ทักษะสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี โดยให้เชื่อมโยงการพัฒนาทักษะเหล่านี้ในทุกวิชาที่เรียน” รสสุคนธ์ มกรมณี (2557)

การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และการพัฒนาการเรียนการสอนตามแนวคิดของไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2555) ได้แก่การเรียนที่มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Student Center Learning) การเรียนรู้โดยชี้นำตนเอง (Self-direct Learning) การเรียนรู้ร่วมกัน (Collaborative Learning) การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน

(Project Based Learning) การเรียนรู้โดยใช้ปัญญาเป็นหลัก (Problem Based Learning) และการใช้ e-portfolio ในการเรียนการสอน

การเรียนรู้โดยการใช้โครงงานเป็นฐาน Project Based Learning

วิจารณ์ พานิช (2555) กล่าวว่า “ครูต้องไม่สอน แต่ต้องออกแบบการเรียนรู้และอำนวยความสะดวก (Facilitate) การเรียนรู้ ให้นักเรียนเรียนรู้จากการลงมือทำ หรือปฏิบัติ แล้วการเรียนรู้ก็จะเกิดจากภายในใจและสมองของตนเอง การเรียนรู้แบบนี้เรียกว่า PBL (Project-Based Learning)”

วิจารณ์ พานิช (2555, น.77-80) สรุปไว้ว่า การจะเรียนรู้ได้ลึกและเชื่อมโยง นักเรียนต้องได้เรียนแบบ PBL (Project-Based Learning) และครูก็ต้องจัดการเรียนรู้แบบนี้เป็นเพราะ การเรียนรู้แบบ PBL มีผลให้เกิดการเรียนรู้ในมิติที่ลึก เด็กเกิดแรงจูงใจ (Motivation) ในการเรียนและจดจ่ออยู่กับการเรียนที่เรียกว่า Student Engagement การที่จะเรียนให้เกิดทักษะเพื่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 นั้นมีผลการวิจัยผลสัมฤทธิ์ของ PBL ต่อการเรียนรู้ของเด็ก สรุปได้ดังนี้ 1) เด็กนักเรียนเรียนได้ลึกขึ้นเมื่อเขามีโอกาสประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้รับจากห้องเรียนเข้ากับสถานการณ์ในชีวิตจริง 2) ตัวแปรที่ให้ผลกับการเรียนรู้สูงสุดคือการได้ลงมือปฏิบัติ และได้ร่วมทีมเรียนรู้ เป็นตัวแปรที่มีผลมากกว่าพื้นฐานของนักเรียน และสูงกว่าผลสัมฤทธิ์ในอดีต 3) นักเรียนจะเรียนได้ดีหากได้รับการสอนเรื่อง how to learn และ what to learn ข้อสรุปทั้งสามข้อ ได้มาจากผลงานวิจัยของกลุ่มวิจัยที่นำโดยศาสตราจารย์ลินดา ดาร์ลิง แฮมมอนด์ (Prof. Linda Darling-Hammond แห่งมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ดและพิมพ์เผยแพร่ในหนังสือ Powerful Learning: What We Know About Teaching for Understanding

เดิมการจัดการเรียนการสอนรายวิชา ID324 การออกแบบภายใน 3 เป็นการบรรยายความรู้, มอบหมายให้ศึกษากรณีศึกษานอกสถานที่จริง, สรุปผลการศึกษาเพื่อนำมาประยุกต์ในการออกแบบ, การทำงาน Sketch Design เพื่อสร้างแนวคิดเบื้องต้น ก่อนการลงมือทำโปรเจค เมื่อมอบหมายโปรเจคให้นักศึกษาจะต้องประมวลความรู้มาออกแบบงานสถาปัตยกรรม ผ่านการให้คำปรึกษาของอาจารย์ เพื่อนำความรู้มาสร้างสรรค์ผลงานตามแนวความคิดที่วางไว้ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทที่กำหนด นำเสนอการจัดวางแปลนอาคาร และสร้างทัศนียภาพจำลอง ซึ่งนักศึกษาสามารถทำได้ดีในระดับหนึ่ง แต่นักศึกษาจะไม่เห็นภาพรวมทั้งหมด และไม่รู้รอบ เท่ากับการได้เป็นผู้กำหนดโครงการของตนเอง

การจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานจริงมาเป็นฐานในการเรียนรู้ผ่านโครงการประกวด Asia Young Designer Awards 2019 นี้ ทางบริษัท นิปปอนเพ้นท์ กำหนดธีมงาน Forward a Sustainable Future ทำให้นักศึกษาตื่นตัว และได้ฝึกการสร้างโปรแกรมด้วยตนเอง เพราะเปิดโอกาสให้นักศึกษามีอิสระในการออกแบบโครงการ ตั้งแต่การเลือกโครงการเอง ฝึกการบริหารจัดการระบบด้วยตนเอง ได้เห็นปัญหาของการออกแบบจากการศึกษาสถานที่จริงที่มีบริบทที่แตกต่างกัน ได้ศึกษาพื้นที่ใช้สอย องค์ประกอบ และเรียนรู้จากประสบการณ์ วิถีชีวิต พฤติกรรมของคนในชุมชนจากการลงพื้นที่ ได้เรียนรู้วัฒนธรรมและรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันไป ได้เรียนรู้ทฤษฎีการออกแบบเพื่อความยั่งยืน ได้ฝึกการทำงานจริงโดยได้ใช้ความถนัดและความสนใจอย่างเต็มที่ ทำให้ผู้เรียนได้นำความรู้ความสามารถและทักษะ

ต่าง ๆ ที่ได้เรียนมาเป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์ผลงานอันเป็นประโยชน์แก่สังคม ตลอดจนนำเสนอผลงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นโครงการปัจเจกของตนเอง สร้างความภาคภูมิใจให้แก่นักศึกษาอีกด้วย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงทดลองนี้ทำเพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ของการเรียนการสอนรายวิชาการออกแบบภายใน 3 โดยใช้โครงงานเป็นฐานผ่านโครงการประกวดดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดกระบวนการวิจัยตามลำดับ คือ กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ตัวแปรที่ศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้นปีที่ 3 ภาควิชาการออกแบบภายใน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ที่ลงทะเบียนรายวิชา ID324 การออกแบบตกแต่งภายใน 3 ในภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 11 คน ที่ลงทะเบียนและเรียนจนจบเทอม เนื่องจากนักศึกษาได้เคยเรียนวิชาการออกแบบภายใน 1-2 มีพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ในการออกแบบภายในอาคารพักอาศัย และอาคารเพื่อการพาณิชยกรรม มีศักยภาพเพียงพอในการประมวลความรู้เพื่อออกแบบผลงานในบริบทที่แตกต่างกัน ทั้งนี้นักศึกษายังได้ประโยชน์ในการนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดในการทำศิลปนิพนธ์ในปีการศึกษาถัดไป และนำไปใช้ในการทำงานสายวิชาชีพในอนาคตได้อีกด้วย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยคือ เนื้อหารายวิชา ID324 การออกแบบภายใน 3 เพื่อศึกษาด้านการออกแบบภายใน ผ่านโครงการ Asia Young Designer Awards 2019 ธีมงาน Forward a Sustainable Future

2.2 กิจกรรม Project Based Learning นักศึกษาทำงานเดี่ยว เลือกโครงการและสำรวจพื้นที่จริง ติดต่อ ประสานงาน วางแผนเพื่อทำการออกแบบและสร้างผลงานออกแบบที่แก้ไขปัญหาที่ตรงและสนองความต้องการตามธีมที่ทางโครงการกำหนด ส่งผลงานการออกแบบเพื่อคัดเลือกในระดับประเทศต่อไป

2.3 เป็นการวิจัยเชิงทดลอง ที่มีการเก็บข้อมูลเป็นเชิงคุณภาพโดยใช้เครื่องมือ ดังนี้ 1) แบบวัดระดับการพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ตามกรอบความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมตามแบบภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 2) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการสอนแบบ Project Based Learning 3) การสังเกตุพฤติกรรม (Observation) และการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย

3. ระยะเวลาในการศึกษา

จัดการเรียนการสอนโดยบรรจุไว้ในแผนการสอนในรายวิชา ID324 การออกแบบภายใน 3 ในภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 เป็นเวลา 6 สัปดาห์

4. ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย

4.1 ตัวแปรอิสระ คือการจัดการเรียนการสอนแบบ Project Based Learning

4.2 ตัวแปรตาม คือระดับการพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ตามกรอบความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมตามแบบภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 และความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการสอนแบบ Project Based Learning

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรม ตามกรอบแนวคิดที่จะศึกษา วางแผน กำหนดแผนการสอน ประมวลการสอน แล้วนำมาสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดขอบเขตงานวิจัย กำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจงนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 ภาควิชาการออกแบบภายใน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ที่ลงทะเบียนรายวิชา ID324 การออกแบบภายใน 3 ในภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 11 คน ที่ลงทะเบียนและเรียนจนจบเทอม เพื่อความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 การสอนใช้รูปแบบการสอนโดยใช้โครงงานเป็นฐาน เลือกและลงพื้นที่สำรวจด้วยตนเอง การให้คำแนะนำ การให้ความรู้ในเนื้อหาที่ตรงกับสิ่งที่นักศึกษาควรรู้ ระดมความคิด วิเคราะห์ข้อมูล การตรวจความก้าวหน้าของผลงานออกแบบ การพัฒนาแบบ การนำเสนอ และส่งผลงานออกแบบให้โครงการ





ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ด้วย 1) แบบวัดระดับการพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ตามกรอบความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมตามแบบภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 2) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและทำการวิเคราะห์ข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของนักศึกษา และการสังเกตุพฤติกรรม

ขั้นตอนที่ 5 สรุปผลการวิจัยเรื่องระดับการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ตามกรอบความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมตามแบบภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และผลความคิดเห็นของนักศึกษา

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลจากผลสรุปความคิดเห็นจากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การสังเกตุพฤติกรรมและคุณภาพผลงานออกแบบ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ Project Based Learning ผ่านโครงการ Asia Young Designer Awards 2019 สำหรับรายวิชา ID324 การออกแบบภายใน 3 ภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 พบว่านักศึกษาชอบการเรียนโดยใช้โครงงานเป็นฐาน เพราะได้รู้ถึงปัญหาจริงจากการลงสำรวจพื้นที่

และการสัมภาษณ์ผู้ใช้อาคารจริง ได้ความรู้และประสบการณ์โดยตรง ทำให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูล สังเคราะห์และสร้างสรรค์ผลงานออกแบบตกแต่งภายในได้ตรงประเด็นเหมาะสมกับบริบทและสภาพแวดล้อมที่ได้ลงพื้นที่ เป็นการช่วยยกระดับและส่งเสริมคุณค่าให้กับชุมชนเพื่อความยั่งยืน สร้างความรู้สึกภาคภูมิใจให้กับนักศึกษาที่ได้ออกแบบและได้ทำประโยชน์ให้กับสังคม

ผลการวัดระดับการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ตามกรอบความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมตามแบบภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 โดยใช้ Project Based Learning ผ่านโครงการประกวดของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และผลความคิดเห็นของนักศึกษา สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1) การจัดการเรียนรู้โดยใช้การเรียนการสอนโดยใช้ Project Based Learning ในรายวิชา ID324 การออกแบบภายใน 3 นักศึกษาได้มีการลงพื้นที่เพื่อสำรวจหาปัญหาและเก็บข้อมูลจริง ได้เห็นองค์ประกอบต่าง ๆ ในการออกแบบ รูปแบบและโครงสร้างงานสถาปัตยกรรมของจริง ทำให้เข้าใจโครงสร้าง ส่งผลให้นักศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลได้ง่ายขึ้น วางแผนการทำงานด้วยตนเอง โดยใช้กระบวนการออกแบบเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาผลงานออกแบบที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้ใช้งาน ผ่านแนวคิดการออกแบบเพื่อความยั่งยืน โดยนักศึกษาได้ออกแบบผลงาน มีการตรวจผลงาน ให้คำแนะนำในการปรับแก้ผลงาน จนกระทั่งได้ผลงานออกแบบ นำเสนอและส่งผลงานประกวดตามกำหนดเวลา ทำให้นักศึกษาได้มีความรู้ ความเข้าใจ เห็นปัญหาจริงและออกแบบเพื่อแก้ปัญหาได้ตรงประเด็น สังเคราะห์และเชื่อมโยงความรู้จากการเห็นสภาพแวดล้อมและบริบทจริงได้ดีกว่าการบรรยาย หรือให้โจทย์สมมุติ สอดคล้องกับแนวคิดของไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2555) “การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และการพัฒนาการเรียนการสอน ได้แก่ การเรียนที่มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Student Center Learning) การเรียนรู้โดยชี้นำตนเอง (Self-direct Learning) การเรียนรู้ร่วมกัน (Collaborative Learning) การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project Based Learning) การเรียนรู้โดยใช้ปัญญาเป็นหลัก (Problem Based Learning) และการใช้ e-portfolio ในการเรียนการสอน”

การทำโครงการนี้ใช้ระยะเวลา 6 สัปดาห์ ในระหว่างสัปดาห์มีการให้คำแนะนำผลงานออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำประเด็นไปปรับแก้ พัฒนาผลงานออกแบบ และได้เพิ่มความรู้ในประเด็นปัญหาต่าง ๆ เช่น การเลือกโครงการ สภาพบริบทของพื้นที่ การออกแบบเพื่อความยั่งยืน เอกลักษณ์ของงานสถาปัตยกรรมเฉพาะถิ่น เทคนิคการสร้างภาพจำลอง 3 มิติเพื่อให้ผลงานดูเหมาะสมกับสภาพบรรยากาศจริง

2) ผลการศึกษาระดับการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ตามกรอบความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมตามตัวแบบภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 ภาคการออกแบบภายใน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ที่ลงทะเบียนรายวิชา ID324 การออกแบบภายใน 3 จากผลในตารางที่ 1 พบว่า

2.1 ค่าระดับการพัฒนาทักษะ สูงสุดคือ ด้านการสร้างวิกฤติให้เป็นโอกาสต่อการเรียนรู้และสามารถนำเอาข้อผิดพลาดมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนางานได้อย่างต่อเนื่อง, ด้านการพัฒนาความคิดอย่างมีระบบ จากประสบการณ์และกระบวนการเรียนรู้ รองลงมาคือ ด้านเปิดใจกว้างและยอมรับในมุมมองหรือโลกทัศน์ใหม่ ๆ ที่ส่งผลต่อการทำงานเพิ่มขึ้น, ด้านการใช้สื่อนวัตกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการค้นคว้า วิเคราะห์และการสร้าง

ผลงานออกแบบและแสดงภาพทัศนียภาพจำลองผลงาน สอดคล้องตามข้อสรุปของวิจารณ์ พานิช (2555) “ครูต้องไม่สอน แต่ต้องออกแบบการเรียนรู้และอำนวยความสะดวก (Facilitate) การเรียนรู้ให้นักเรียนเรียนรู้จากการลงมือทำหรือปฏิบัติ แล้วการเรียนรู้ก็จะเกิดจากภายในใจและสมองของตนเอง การเรียนรู้แบบนี้เรียกว่า PBL (Project-Based Learning)”

2.2 ทักษะระดับการพัฒนาน้อยที่สุด คือ นักศึกษาได้ฝึกความเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ผลงาน, นักศึกษาได้พัฒนาความสามารถในการสังเคราะห์และการเชื่อมโยงข้อมูล รวมทั้งบทสรุปเพื่อการออกแบบได้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยของระดับการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ตามกรอบความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมตามตัวแบบภาคีเครือข่ายเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาครั้งนี้

หัวข้อประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการพัฒนา
1. ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม			
นักศึกษาได้พัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ที่เปิดกว้าง เช่น การระดมสมอง	3.91	0.7006	มาก
นักศึกษาได้พัฒนาทักษะการสร้างเสริมคุณค่าทางความคิดและปัญญาผ่านกระบวนการออกแบบ	3.91	0.8312	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.91**	**0.7659**	มาก
2. การทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างสร้างสรรค์			
นักศึกษาเปิดใจกว้างและยอมรับในมุมมองหรือโลกทัศน์ใหม่ ๆ ที่ส่งผลต่อการทำงานเพิ่มขึ้น	4.00	0.7746	มากที่สุด
นักศึกษาได้ฝึกความเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ผลงาน	3.73	0.9045	มาก
นักศึกษาได้เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจในสภาพการณ์ พร้อมยอมรับความคิดหรือสภาพการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นได้	3.82	0.8738	มาก
นักศึกษาสามารถสร้างวิกฤติให้เป็นโอกาสต่อการเรียนรู้และสามารถนำเอาข้อผิดพลาดมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนางานได้อย่างต่อเนื่อง	4.09	0.8312	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.91**	**0.8460**	มาก
3. กระบวนการออกแบบและการแก้ไขปัญหา			
นักศึกษาได้พัฒนาความสามารถในการค้นคว้า การวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์	3.91	0.9434	มาก
นักศึกษาได้พัฒนาความสามารถในการสังเคราะห์และการเชื่อมโยงข้อมูล รวมทั้งบทสรุปเพื่อการออกแบบได้	3.73	0.7863	มาก
นักศึกษาได้พัฒนาความคิดอย่างมีระบบ จากประสบการณ์และกระบวนการเรียนรู้	4.09	0.8312	มากที่สุด

นักศึกษาได้เรียนรู้เอกลักษณ์รูปแบบทางสถาปัตยกรรม หลักการออกแบบเพื่อความยั่งยืน เพื่อนำมาประกอบการออกแบบ	3.82	0.7507	มาก
นักศึกษาได้ใช้สื่อนวัตกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการค้นคว้า วิเคราะห์และการสร้างผลงานออกแบบและแสดงภาพทัศนียภาพจำลองผลงาน	4.00	0.7746	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.91**	**0.8172**	มาก
4. การสื่อสารและการมีส่วนร่วม			
นักศึกษาได้หาความรู้จากการลงสำรวจพื้นที่ สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อหาข้อมูลในการออกแบบงานสถาปัตยกรรมเพื่อความยั่งยืน	3.82	0.8738	มาก
นักศึกษามีส่วนร่วมในความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย	3.82	0.7507	มาก
นักศึกษามีความสามารถทำงานให้บรรลุจุดมุ่งหมาย	3.91	0.5393	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.85**	**0.7212**	มาก

3) ผลสรุปการวิจัย สรุปความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการสอนแบบ Project Based Learning ผ่านโครงการ Asia Young Designer Awards 2019 จากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การสังเกตุพฤติกรรม สัมภาษณ์กลุ่มย่อย ซึ่งได้รับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักศึกษาดังนี้

3.1 ด้านการจัดการเรียนการสอน นักศึกษาได้ให้ความคิดเห็นว่า 1) นักศึกษาส่วนใหญ่ชอบการเรียนแบบ Project Based Learning รู้สึกตื่นเต้นและท้าทาย เพราะได้รับประสบการณ์จริง 2) อยากให้มีการเรียนการสอนด้วยโครงการที่มีการลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริงอีก เพราะรู้สึกว่าตัวเองได้มีโอกาสในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อชุมชน ทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น 3) การใช้โจทย์โครงการประกวดในครั้งนี้ นักศึกษารู้สึกว่าโจทย์กว้างมาก ต้องใช้กระบวนการคิดเยอะ แต่มีอิสระในการออกแบบ และได้มีโอกาสเลือกทำโครงการตามที่ตนเองสนใจ 4) การให้คำแนะนำของอาจารย์ในการตรวจแบบ เป็นการช่วยคลี่คลายปัญหาและสร้างความเข้าใจในด้านต่าง ๆ ได้ตรงประเด็น กระชับรวดเร็ว โดยเฉพาะสำหรับนักศึกษาที่มาจากกัมพูชา ทำให้นักศึกษาได้ความรู้และนำไปพัฒนาผลงานต่อได้อย่างดี จากคำสัมภาษณ์ เช่น “หนูรู้สึกว่าตัวเองได้มีโอกาสในการสร้างสรรค์สิ่งที่ตัวเองเรียนมาต่อยอดในการพัฒนาชุมชนที่มีปัญหาให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น” “หนูหาปัญหาจากชุมชนที่ใกล้ตัวของตัวเองก่อน เพราะเมื่อเรารู้ปัญหาของชุมชนนั้นจริง ๆ เราจะมีวิธีการแก้ปัญหาด้วยการออกแบบให้กับชุมชนได้ตามจุดประสงค์”

3.2 ด้านการวัดและประเมินผลการเรียน นักศึกษาได้ให้ความคิดเห็นว่า 1) การวัดและประเมินผลการเรียนรู้เป็นไปตามมาตรฐานและเนื้อหาในประมวลรายวิชา 2) อยากให้มีเวลาในการสำรวจพื้นที่มากขึ้น เนื่องจากเวลาค่อนข้างจำกัด ทำให้นักศึกษาเลือกศึกษาจากชุมชนใกล้ตัว เพื่อให้สะดวกกับการหาข้อมูล แต่บางคนเป็นเด็กต่างจังหวัด เลือกพื้นที่บ้านเกิดต้องเดินทางกลับไปยังถิ่นฐานตนเอง ทำให้เสียเวลาเดินทางค่อนข้างมากและมีเวลาทำงานน้อย ทำให้รู้สึกว่าทำงานได้ไม่ดีนัก จากคำสัมภาษณ์ เช่น “ผมเลือกเอาจังหวัด

ที่สนใจ และดูพื้นที่นั้นว่ามีสถานที่แบบไหน ติดถนนใหญ่หรือไม่ สภาพแวดล้อม หาข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่เพื่อที่จะได้ออกแบบงานให้ตรงจุดประสงค์” “วิเคราะห์พื้นที่ที่จะนำไปออกแบบ เป็น สะพานปลา เมื่อรู้ว่าคนนั้นนั้นต้องการอะไร ขาดอะไรจึงคิดที่จะสร้างสะพานปลากลับมาให้คนแถวนั้นอีกครั้งเพื่อให้ชุมชนได้มีพื้นที่ทำมาหากิน และยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกด้วย”

3.3 ด้านอาจารย์ผู้สอน นักศึกษาได้ให้ความคิดเห็นว่า 1) อาจารย์ผู้สอนได้ทุ่มเทตั้งใจในการให้ความรู้และสละเวลาในการให้คำแนะนำนอกเวลาเรียนเพิ่มเติม และให้ความรู้เสริมเนื้อหาตามที่ต้องใช้ได้อย่างชัดเจนและง่ายแก่การจดจำและนำไปใช้ ทำให้นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างตรงประเด็น อาทิ ด้านการออกแบบเพื่อความยั่งยืน องค์ประกอบ โครงสร้างและสัดส่วนของงานสถาปัตยกรรม การเสนอแนะฟังก์ชันให้เหมาะสมกับโครงการ การจัดวางผัง เทคนิคการเขียนแบบและการนำเสนอต่าง ๆ จากคำสัมภาษณ์ เช่น “เป็นการสอนที่ดี ได้รู้งานจริง และได้รู้ปัญหา นำมาแก้ไขปรับการออกแบบแล้วสามารถใช้งานได้จริง” “ผมคิดถึงปัญหาที่มีมานานของชุมชนและแนวทางการแก้ไขเพื่อความยั่งยืน”“พวกหนูไม่รู้ว่าอาคารแบบนี้ โครงสร้างของอาคารเป็นอย่างไร ทำให้ไม่กล้าลงรายละเอียด เลยทำให้ออกแบบอาคารในรูปแบบโมเดิร์น” เมื่อทราบประเด็นที่นักศึกษาต้องการความรู้เพิ่มเติมทางทีมผู้สอนก็ให้ความรู้เพิ่มเติมและแนะนำเสริมความรู้เพิ่มเติมให้ที่นักศึกษาในประเด็นที่ยังขาดอยู่ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบและการทำงานได้ดียิ่งขึ้น นักศึกษามีความเข้าใจและจดจำได้ดีและตรงประเด็นกับสิ่งที่ต้องใช้งาน ทำให้การออกแบบพื้นที่ใช้สอยได้เหมาะสมกับรูปแบบงานสถาปัตยกรรมของพื้นที่นั้น ๆ

3.4 ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ นักศึกษาได้ให้ความคิดเห็นว่า 1) นักศึกษาไม่มีพื้นที่ทำงานนอกเวลาร่วมกันที่สามารถค้างคืนได้ แม้จะเป็นงานเดี่ยวแต่พฤติกรรมการทำงานคือ รวมกลุ่มนั่งทำงานด้วยกันเป็นกลุ่มใหญ่ เพื่อปรึกษาหารือในรายละเอียดของงาน การทำงานจึงใช้การระดมความคิดกันในคลาสเรียน 2) การประสานงาน สอบถามความคืบหน้าผ่าน Social network เช่น Facebook, Line 3) อาจารย์อธิบายยกตัวอย่าง เพื่อให้เข้าใจงานได้ง่ายขึ้น และมีการให้เนื้อหาเสริมผ่านทาง Facebook และ Line ทำให้ได้ข้อมูลและความรู้โดยตรงและชัดเจน 4) นักศึกษาได้ทักษะการจัดการวางแผนงาน และทักษะทางด้านสารสนเทศเพื่อนำเสนอผลงานด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อสร้างแปลนและทัศนียภาพจำลองจากคำสัมภาษณ์ เช่น “มีการศึกษางานตามขั้นตอนที่ปรึกษาอาจารย์ไว้ เพื่อดำเนินการตามกระบวนการ ทำให้การคิดและทำงานสะดวกขึ้น” “ใช้โปรแกรมต่าง ๆ ในการสร้างผลงานตามความเหมาะสมของแต่ละรูปแบบงาน” “ผมสร้างภาพจำลองโดยใช้โปรแกรมสร้างโมเดลสามมิติ” “มีการใช้โปรแกรมช่วยในการออกแบบ และยังใช้อีกหลายโปรแกรมในการสร้างสรรค์ผลงาน” “หนูใช้ Powerpoint และ Photoshop ในการจัดเพลทงาน”

3.5 ข้อเสนอแนะ นักศึกษาได้ให้ความคิดเห็นว่าชอบการทำงานที่ได้รับประสบการณ์จริง และรู้สึกดีใจและภูมิใจที่ได้ทำงานเพื่อสังคม

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งต่อไปเลือกศึกษาตัวแปรที่สัมพันธ์กับระดับการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ เช่น การวิจัยเชิงคุณภาพกับการศึกษาระดับการพัฒนาทักษะอื่น

เอกสารอ้างอิง

ชาย โพสิตา. (2548). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ.* (พิมพ์ครั้งที่4). กรุงเทพมหานคร: อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิง.

ทิศนา แขมมณี. (2545). *รูปแบบการเรียนการสอนทางเลือกที่หลากหลาย.* กรุงเทพฯ: ด่านสุทธาการพิมพ์

ไพฑูรย์ สินลารัตน์. *การเรียนรู้ในศตวรรษที่21และการพัฒนา การเรียนการสอน.* สืบค้น 18 ธันวาคม 2560, จาก https://www.slideshare.net/taxiboat/21-23558049

รสสุคนธ์ มกรมณี. *เรื่องน่าวิจัย: การออกแบบการเรียนรู้เพื่อศตวรรษที่ 21.* สืบค้น 18 ธันวาคม 2560, จาก http://www.academia.edu/8147632/เรื่องน่าวิจัย: การออกแบบการเรียนรู้เพื่อศตวรรษที่ 21

วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง. *ทักษะแห่งอนาคตใหม่: การศึกษาเพื่อศตวรรษที่ 21.* สืบค้น 18 ธันวาคม 2560, จาก http://openworlds.in.th/books/21st-century-skills/

วิจารณ์ พาณิช. (2555). *วิถีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.

วิชาการดอทคอม. *ทักษะการเรียนรู้แห่งศวรรษที่ 21.* สืบค้น 22 ธันวาคม 2560, จาก http://www.vcharkarn.com/varticle/60454

สัญญะวิทยา ปรัชญา ศาสนา เชิงคุณภาพ. *การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research).* สืบค้น 16 ธันวาคม 2560, จาก http://nakhonsawanresearch.blogspot.com/2011/07/qualitative-research.html

สุรศักดิ์ ปาเฮ. *ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21.* สืบค้น 18 ธันวาคม 2560, จาก https://www.slideshare.net/taxiboat/21-23558246

AsiaYoungDesignerAwardsThailand. *งานประกวดออกแบบระดับนานาชาติAsiaYoungDesignerAwards 2019 ครั้งที่ 12*. สืบค้น 10 กันยายน 2562, จาก www.facebook.com/AsiaYoungDesignerAwardsThailand

การใช้แอปพลิเคชันในการจัดการเรียนการสอนผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟาในศตวรรษที่ 21
Using Application in Learning Management for Generation Alpha Learners in 21st Century

พัชราภา ตันติชูเวช*
Patcharapa Tantichuwet*
ธนาธิป เสือขำ**
Thanathip Suakhum**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำหลักสูตร
วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์*
Assistant Professor, Ph.D., in Curriculum and Instruction Program,
College of Education Sciences,
Dhurakij Pundit University.*
Email: patcharapa.tat@dpu.ac.th*
นักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาหลักสูตรและการสอน วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์**
Student, Master of Education Program in Curriculum and Instruction,
College of Education Sciences
Dhurakij Pundit University.**
Email: 625161030011@dpu.ac.th**

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์หลักในการนำเสนอแอปพลิเคชัน เพื่อใช้ในการจัดการเรียนการสอนผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟาในศตวรรษที่ 21 ผู้วิจัยศึกษาจากเอกสารและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการทดลองสอนจริงของผู้วิจัย ผลการศึกษาพบว่า ผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟา เป็นผู้เรียนที่เกิดในระหว่างปี พ.ศ. 2553-2568 ถือได้ว่าเป็นผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 อย่างแท้จริง ลักษณะสำคัญของเจเนอเรชันแอลฟา คือ มีความชำนาญในเรื่องของเทคโนโลยี วัตถุนิยม เป็นต้น ดังนั้นผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟาจึงมีรูปแบบการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใน 2 รูปแบบ คือ 1) Synchronous Learning และ 2) Asynchronous Learning

สำหรับแอปพลิเคชันที่เหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอนผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟา ผู้วิจัยนำเสนอจำนวน 6 แอปพลิเคชัน คือ 1) Charades 2) Lumosity 3) Prezi 4) Plickers 5) Padlet และ 6) Socrative ตามลำดับ

คำสำคัญ: แอปพลิเคชัน, การจัดการเรียนการสอน, ศตวรรษที่ 21**,** เจเนอเรชันแอลฟา

Abstract

This academic article has aimed on presenting the application for teaching and learning management for Generation Alpha learners in 21st century. The researcher studied from relevant documents and websites including the researcher's trial teaching in class. The findings indicated that Generation Alpha, born between the years 2010 -2025 are regarded as truly 21st century learners. Generation Alpha are experts in technology as materialism. Therefore, Generation Alpha learners have 2 learning styles related to technology which are 1) Synchronous Learning and 2)Asynchronous Learning.

For the application that is suitable for the learning management of Generation Alpha learners. The researcher presented 6 applications as follows 1) Charades 2) Lumosity 3) Prezi 4) Plickers 5) Padlet and 6) Socrative in order

Key words: Application, Learning management, 21st century, Generation Alpha

บทนำ

ปัจจุบันถือได้ว่าสังคมโลกก้าวเข้าสู่ยุคศตวรรษที่ 21 โดยมีช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี ค.ศ. 2001-2100 หากกล่าวถึงยุคนี้แล้ว ก็คงปฏิเสธไม่ได้ว่ามาพร้อมกับการพัฒนาอันก้าวไกลในด้านของเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งบุคคลที่เกี่ยวข้องกับยุคนี้โดยตรงก็คือผู้ที่เกิดในเจเนอเรชันแอลฟา โดยเจเนอเรชันแอลฟาถือเป็นบุคคลเจนแรกแห่งศตวรรษที่ 21 ผู้ที่เกิดในเจเนอเรชันแอลฟานั้นเติบโตมาในยุคศตวรรษที่ 21 ที่มาพร้อมกับการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างไร้ขีดจำกัด ดังนั้น การจัดการเรียนการสอนเจเนอเรชันแอลฟาในศตวรรษที่ 21 ก็ควรมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เพื่อที่จะสามารถจัดการเรียนการสอนได้อย่างเหมาะสมกับผู้เรียนและสังคม สอดคล้องกับ วิจารณ์ พานิช (2556) ที่ได้กล่าวว่า ศตวรรษที่ 21 เป็นยุคของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ตลอดเวลา และเป็นการส่งผลต่อการเรียนรู้ การเรียนการสอนจึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่สอดคล้องกันเพื่อทักษะในการเรียนรู้เพิ่มมากขึ้นของตัวผู้เรียน

เช่นเดียวกับ ฮิวจ์ เดลานี (2562) ที่ได้กล่าวว่า ยุคสมัยของศตวรรษที่ 21 นั้นเป็นยุคที่เรากำลังอยู่ในช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสภาพแวดล้อมที่ประเทศต่าง ๆ มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้นเรื่อยๆ และระบบการศึกษาจำเป็นต้องปรับตัว โดยไม่ใช่แค่การปฏิรูปเพียงครั้งคราว แต่ต้องเป็นการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของเยาวชน สังคม และตลาดแรงงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต ผู้วิจัยเห็นความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีเกี่ยวกับแอปพลิเคชันมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนกับผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟา ประกอบกับประสบการณ์ในการนำแอปพลิเคชันมาใช้ในการสอนของผู้วิจัย ผู้วิจัยจึงเขียนบทความวิชาการเรื่องนี้ขึ้นเพื่อนำเสนอแอปพลิเคชันที่สามารถนำไปปรับใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้อย่างเหมาะสมกับผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟาในศตวรรษที่ 21

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาแอปพลิเคชันที่สามารถนำมาปรับใช้ในการเรียนการสอนผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟาในศตวรรษที่ 21

วิธีการดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาในแง่ของความหมายและลักษณะสำคัญของเจเนอเรชันแอลฟา รวมถึงการนำเสนอแอปพลิเคชันที่ใช้ในการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟาในศตวรรษที่ 21 ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งผู้วิจัย ศึกษา ค้นคว้า และเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานวิจัย บทความวิชาการ และข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องที่มีความน่าเชื่อถือในทางวิชาการ

ผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลด้วยวิธีการศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

1. ผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟาคือใคร

เจเนอเรชันแอลฟาเป็นบุคคลที่เกิดในช่วง ค.ศ. 2010-2025 หรือ พ.ศ. 2553-2568 โดยในเจเนอเรชันแอลฟาถือเป็นเจเนอเรชันแรกที่เกิดในศตวรรษที่ 21 ซึ่งจะมีบุคลิกลักษณะที่แตกต่างไปจากเจเนอเรชันอื่นๆ โดยมีลักษณะต่างๆ มากมาย เช่น

ชำนาญด้านเทคโนโลยี ผู้ที่เกิดในเจเนอเรชันนี้ เป็นผู้ที่มีความสามารถในเรื่องของเทคโนโลยีมากกว่าเจเนอเรชันที่ผ่านมา เนื่องจากเติบโตมากับโลกดิจิทัล และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี จึงเรียนรู้เทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว

วัตถุนิยม เจเนอเรชันแอลฟาเสพติดกับวัตถุนิยม (materialistic) มากกว่าคนในยุคที่ผ่านมา อาจกล่าวได้ว่าเติบโตมากับเทคโนโลยี โซเชียลมีเดีย จึงเป็นการรับสารและต้องการแสดงตัวตนหรือสร้างภาพลักษณ์ในด้านดังกล่าวนั่นเอง (พัชราภา ตันติชูเวช, 2560)

นอกจากที่กล่าวมาในข้างต้น เจอเนอเรชันแอลฟายังมีลักษณะอื่นๆ อีกมากมาย เช่น เป็นผู้ที่รักอิสระใจร้อน หรือแม้กระทั่งมีปัญหาในด้านของอารมณ์เหงาหรือซึมเศร้า เป็นต้น โดยลักษณะต่างๆ ที่กล่าวมานั้นถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของคนที่เกิดในเจเนอเรชันนี้ที่ทำให้โดดเด่นและแตกต่างจากเจเนอเรชันอื่นเป็นอย่างมาก

2. รูปแบบการเรียนรู้ของผู้เรียนเจนเนอเรชันแอลฟา

เจนเนอเรชันแอลฟา เป็นผู้ที่เกิดมาพร้อมกับโลกดิจิทัล ชอบเทคโนโลยี และรักในการท่องโลกออนไลน์ หรือติดต่อสื่อสารโดยช่องทางโซเชียลมีเดีย ดังนั้น การจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับเจนเนอเรชันนี้ จึงควรตอบสนองต่อลักษณะบุคลิกเฉพาะตัวของผู้เรียน และเสริมสร้างหรือพัฒนาในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนในอนาคต โดยการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับเจนเนอเรชันนี้ มี 2 รูปแบบที่สำคัญ (พัชราภา ตันติชูเวช, 2560) คือ

1. **Synchronous Learning** เป็นการจัดการเรียนการสอนที่นัดเวลา สถานที่ บุคคลในการเรียนการสอน มีการใช้เทคโนโลยีช่วยในการสอน และผู้เรียนผู้สอนสามารถปฏิสัมพันธ์กันได้ทันที เช่น การเรียนการสอนแบบห้องเรียนเสมือน (virtual classroom)

2. **Asynchronous Learning** เป็นรูปแบบการเรียนการสอนที่ผู้เรียนสามรถเรียนรู้ได้ตลอดเวลาตามที่ต้องการ โดยจัดการเรียนการสอนผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การเรียนการสอนผ่านเว็บ (Web-based learning) ซึ่งนอกจากรูปแบบการเรียนรู้ของผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟาที่กล่าวไปนั้น ผู้สอนจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้การสื่อสารที่มีสื่อหลากหลาย (Multimodal) ทั้งภาพ เสียง วิดีโอ เพื่อให้ส่งเสริมการเรียนได้ดีขึ้น รวมถึงการนำนวัตกรรมใหม่ๆมาสร้างสรรค์และปรับให้เหมาะสมต่อธรรมชาติการเรียนรู้ของผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟาเพื่อให้การเรียนรู้ของผู้เรียนเจอเนอเรชันนี้มีประสิทธิภาพสูงสุด

3. แอปพลิเคชันที่สามารถนำมาปรับใช้กับการเรียนการสอนในยุคศตวรรษที่ 21

3.1 Charades



ภาพที่ 1 แอปพลิเคชัน Charades

Charedes เป็นเกมในรูปแบบการใบ้คำ คล้ายๆกับ Chayen ที่เล่นได้ทุกเวลา เพลิดเพลิน สามารถเรียกเสียงเฮฮาได้ทุกสถานการณ์ แต่ Charedes จะพิเศษกว่าคือสามารถสร้างชุดคำถามขึ้นเองได้ ผู้เรียนสามารถเพิ่มชุดหมวดหมู่ที่ต้องการได้ แอปพลิเคชันในรูปแบบแบบนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนได้หลากหลายวิชา (“*เกมใบ้คำ ที่ทำให้การเรียนไม่น่าเบื่อ Charades*”, 2560)

ผลที่จะได้รับ

1. นักเรียนได้แสดงปฏิญาณไหวพริบและความว่องไว
2. นักเรียนได้รู้จักการทำงานเป็นทีม
3. นักเรียนได้รู้จักการแสดงท่าทาง การใช้ความรู้รอบตัวมาปรับใช้ในการเล่นเกม

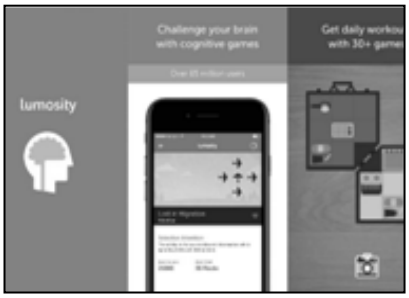
วิธีการใช้ Charedes

1. เข้าแอปพลิเคชันเล่นกับเพื่อนคนหนึ่งหรือหนึ่งร้อยในเวลาเดียวกัน
2. สามารถเลือกได้ว่าจะเล่นในลักษณะใด โดยมีหลายหมวดให้เล่น เช่น การเล่นเป็นทีม
2. วาดบัตรใหม่โดยการเอียงโทรศัพท์ของคุณขึ้นหรือลง เพื่อเป็นการสื่อว่าสามารถเล่นได้หรือไม่
4. สะสมแต้มคะแนน และจัดลำดับจากการชนะในแต่ละครั้ง

จุดเด่นของ Charedes

1. วิธีเล่นเล่นง่าย
2. สามารถสร้างชุดข้อคำถามขึ้นเองได้
3. สามารถช่วยเพิ่มสัมพันธไมตรี และความสามัคคีกับเพื่อน ๆ ได้
4. มีหมวดหมู่ให้เลือกเป็นจำนวนมาก ทำให้คำใบ้ไม่ซ้ำเดิม
5. เล่นได้ทุกที่ทุกเวลา

3.2 Lumosity



ภาพที่ 2 แอปพลิเคชัน Lumosity

Lumosity เกมแอปพลิเคชันเกี่ยวกับฝึกสมองที่แบ่งไปด้วย 5 กลุ่มทดสอบความสามารถ ได้แก่ ความเร็ว ความจำ สมาธิ การพลิกแพลง และการแก้ไขปัญหา ทักษะด้านการแก้ปัญหา หรือ problem solving skills หมายถึง การแก้ปัญหาด้วยวิธีที่รู้อยู่เดิม การวิเคราะห์ทำความเข้าใจปัญหาใหม่ ความสามารถในการจัดการทรัพยากร ตลอดจนความยืดหยุ่นในการใช้เครื่องมือที่มีอยู่เดิมด้วยวิธีใหม่ๆ ผู้เรียนจำเป็นต้องมีการวางแผนล่วงหน้า หรือเมื่อเกิดเหตุการณ์ใดขึ้น ผู้เรียนจำเป็นต้องมีความเร็ว รู้จักแก้ปัญหา ตามที่ทักษะของเด็กในศตวรรษที่ 21 (3r8c) คือ Critical Thinking and Problem Solving การมีทักษะในการคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ และแก้ไขปัญหาได้ ล้วนแล้วเป็นทักษะที่เด็กในศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องมี (นรงฤทธิ์ เราวานิชวัฒน, 2560)

ผลที่จะได้รับ

1. ผู้เรียนมีทักษะทั้งด้านความจำ มีสมาธิ รู้จักแก้ไขปัญหาและการวางแผน
2. ผู้เรียนจะมีความคิดและกล้าตัดสินใจมากขึ้น
3. ผู้เรียนจะรู้จักสังเกตกับสิ่งรอบๆ

การใช้งาน Lumosity

แอปพลิเคชันLumosity แอปที่ถูกแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มทดสอบ ยกตัวอย่างเช่นกลุ่ม Train of Thought ด่านที่ฝึกทักษะสมองด้านสมาธิ ในแอปจะมีถ้ำที่แบ่งตามสี และจะมีรถไฟออกมา เราต้องสับรางรถไฟเพื่อให้รถไฟวิ่งเข้าถ้ำให้ถูกสี วิธีการเช่นนี้อาจจะไม่ได้เกี่ยวกับด้านภาษาโดยตรง แต่หากจะนำมาปรับใช้ก็สามารถแบ่งคำศัพท์ออกตามหมวดหมู่ และให้ผู้เรียนนำคำศัพท์ต่างๆ กลับเข้าสู่หมวดหมู่ให้ถูกต้อง หรือ ในด้านภาษาจีน ตัวหนังสือภาษาจีนมีมากมายหลากหลาย เราสามารถนำคำศัพท์ที่เป็นตัวใกล้เคียงกัน มาให้ผู้เรียนดู และจัดเรียงหมวดหมู่หรือคำความหมาย หรือเสียงอ่าน ให้สอดคล้องกับหมวดหมู่ต่างๆที่กำหนดไว้

จุดเด่นของ Lumosity

1. สามารถฝึกสมองอย่างรอบด้าน
2. เพิ่มพูนทักษะการเรียนรู้
3. แอปพลิเคชันมีหลายหลายรูปแบบให้ทดลองเล่น
4. เกมสามารถปรับเปลี่ยนไปตามความสามารถของผู้เล่น

3.3 Prezi



ภาพที่ 3 แอปพลิเคชัน Prezi

โปรแกรม Prezi ถือกำเนิดโดยมีที่มาจากประเทศฮังการี เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการรูปแบบ Application บน Cloud Computing ที่ให้ผู้ใช้สามารถสร้างงานนำเสนอออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิ โดยมีลักษณะเด่นคือมีลูกเล่นที่หลากหลาย ทันสมัยและสร้างความน่าสนใจต่องานนั้นๆ เช่น ผู้สร้างสรรค์ผลงานสามารถใส่รูปภาพ คลิปวิดีโอ และเอฟเฟ็คก์ประกอบได้อย่างไร้ขีดจำกัด อีกทั้ง Prezi ยังมีเอกลักษณ์คือมีระบบ Non-linear presentation ซึ่งเป็นระบบที่เชื่อมโยงภาพ เนื้อหาต่างๆได้อย่างอิสระ สวยงามและมีสิทธิภาพสูง (ศุภลักษณ์ จุเครือ, 2562)

จุดเด่นของ Prezi

1. Pan และ Zoom ตามแนวคิดที่วางแผนไว้
2. Import media เช่น ภาพ, วิดีโอ, YouTube videos, PDF หรือสื่ออื่นๆ
3. Full Toolkit โดยสามารถเลือก Template และ/หรือ Theme ในการจัดการนำเสนอ
4. Present online และ offline สามารถนำเสนอได้ทั้งแบบออนไลน์ และนำเสนอในแบบออฟไลน์
5. Work together สามารถทำงานแบบร่วมมือแบบเรียลไทม์ (real-time)
6. Add Storyline สามารถใช้เฟรม (Frame) และเส้นทาง (Path) เพื่อสร้างเส้นทางการนำเสนอ

การใช้งาน Prezi

1. เข้าสู่โปรแกรมผ่าน www.Prezi.com
2. ลงชื่อเข้าใช้งานผ่าน Email, Facebook Account หรือ Google Account
3. หลังจากที่ลงชื่อเข้าใช้สำเร็จ ให้กดสร้าง Presentation โดยเลือกข้อความ Create a new Prezi
4. ผู้ใช้สามารถสร้าง Presentation โดยกดที่ปุ่ม Create a new Prezi
5. เมื่อกดปุ่ม Create a new Prezi แล้วให้เลือกรูปแบบการสร้างว่าจะสร้างรูปแบบงานนำเสนอเองหรือจะเลือกใช้ที่มีอยู่แล้ว (Templates)
6. เมื่อเลือกเรียบร้อยแล้ว ให้เพิ่มเติมข้อมูลและปรับแต่งตามที่ต้องการ โดยโปรแกรมนี้สามารถแทรกมัลติมีเดียต่างๆได้ เช่น รูปภาพ, วิดีโอ เป็นต้น

3.4 Plickers



ภาพที่ 4 แอปพลิเคชัน Plickers

เป็น Application ที่ใช้ในการสร้างแบบทดสอบ ที่สามารถตรวจ คำตอบได้เรียลไทม์ โดยใช้ Smart Phone สแกน AR Code ของนักเรียนแต่ละคน ทำให้ผู้สอนมีความสะดวกในการเก็บผลการสอบของนักเรียน ได้ด้วยผู้สอนสามารถใช้ Plickers สร้างกิจกรรมในห้องเรียนให้ มีความสนุกสนานแปลกใหม่ในการตอบคำถามประกอบบทเรียน และกระตุ้น ความสนใจให้ผู้เรียน ไม่รู้สึกเบื่อหน่าย และนอกจากนี้ผู้สอนยังสามารถใช้ Plickers เพื่อ Check ชื่อการเข้าเรียนของนักเรียนแต่ละคนได้ เนื่องจากเด็ก แต่ละคนจะได้รับกระดาษภาพ AR Code ประจำตัวแต่ละคน โดย AR Code จะมีข้อมูลที่เป็นชื่อนามสกุลของเด็กแต่ละคนเก็บไว้ และ AR Code ยังเป็น เหมือนกระดาษคำตอบ ที่ใช้ในการตอบคำถามแต่ละข้อด้วย (ธนิศรา เรืองเดช, 2560)

การใช้งาน Plickers

1. เมื่อผู้สอนติดตั้ง Application แล้ว ให้ คลิกที่หน้าจอ จากนั้น Login เข้าใช้งาน ด้วยรหัสที่สมัครสมาชิกไว้จะเข้าสู่หน้าจอหลักของ Application ประกอบไปด้วยเมนู Classes (รายวิชา/ห้องเรียน) Recent (ข้อสอบล่าสุดที่เปิดเล่นกิจกรรม) Library (ชุดข้อสอบ) Setting (จัดการ Account)
2. คลิกที่เมนู Classes เลือก Class (วิชาคอมพิวเตอร์ 1) คลิกที่ ชื่อ ข้อสอบ (ข้อสอบวิชาคอมพิวเตอร์) จากนั้นเปิดข้อสอบข้อแรกเพื่อทดสอบเด็ก ในห้อง ผู้เรียนจะเห็นข้อสอบบนหน้าจอ ที่ Smart Phone จะมีคำถาม และ คำตอบด้วย กดปุ่ม เพื่อเปิดกล้องถ่ายภาพ
3. ผู้เรียนยกกระดาษ AR Code โดยยกด้านข้อที่คิดว่าถูกต้องขึ้นด้านบน
4. ผู้สอนกดปุ่มถ่ายรูปกระดาษ ของผู้เรียนทุกคนในชั้นเรียนตัวเลือกที่นักเรียนเลือกตอบ ลำดับที่ของนักเรียน
5. เมื่อเอาสมาร์ทโฟนส่องที่ แผ่น AR Code แล้ว จะมีชื่อของนักเรียนคน นั้น ๆ แสดงขึ้นมา และมีจุดสีแดงสีเขียวอยู่ด้านหน้าชื่อ ถ้าเป็นจุดสีแดง แสดง ว่าตอบผิด ถ้าเป็นจุดสีเขียวแสดงว่าตอบถูกต้อง
6. ถ้ากดปุ่มจะแสดงสถิติการตอบว่าในข้อนั้น ๆ มีผู้เรียนตอบถูกกี่ คน ตอบผิดกี่คน และถ้าต้องการทราบว่าใครตอบถูกผิด ตอบถูกบ้าง กดปุ่ม ถ้าตอบครบทุกคนแล้วให้กดปุ่ม x แล้วกดปุ่ม เพื่อเปิดข้อสอบข้อถัดไป

จุดเด่นของ Plickers

1. Plickers เป็น Application ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการเรียน การสอนได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งการโหลด-ติดตั้ง Application การใช้งาน สร้าง List รายชื่อนักเรียน (ผ่านเว็บบราวเซอร์)
2. Plickers รองรับภาษาไทย 100%
3. เป็นการนำเอาเทคโนโลยีการศึกษามาใช้ในการสร้างบรรยากาศที่ดีในการเรียน ทำให้นักเรียนสนุกสนาน และสนใจบทเรียนมากขึ้น

3.5 Padlet



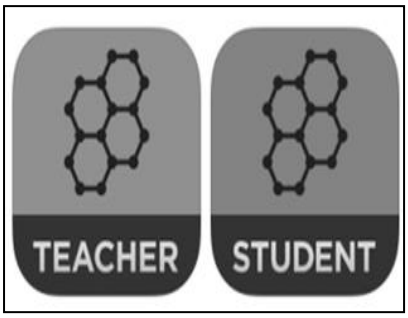
ภาพที่ 5 แอปพลิเคชัน Padlet

Padlet เป็นแอปพลิเคชันที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การตอบคำถามอย่างอิสระ การระดมความคิดเห็น การจัดกลุ่ม ลำดับสำคัญประเด็นต่าง ๆ สามารถ ตั้งหัวข้อ และแสดงผลได้หลายรูปแบบ Padlet สามารถโพสต์ข้อความทั้งในรูปแบบของตัวอักษรหรือข้อความ รูปภาพ และลิงก์ของเว็บไซต์ได้ ข้อความที่โพสต์สามารถถูกแก้ไขและจัดกลุ่มของข้อความได้ นอกจากนี้ Padlet ยังมีความสะดวกในเรื่องของการ Export (นำเสนอ) ข้อมูลในบอร์ดออกมาในรูปของไฟล์รูปภาพประเภทต่างๆ เป็นต้น (พิชญาพร เชยบุบผา, 2562)

จุดเด่นของ Padlet

1. ใช้เป็นพื้นที่เพื่อแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะ
2. ใช้เป็นเครื่องมือในการระดมความคิด รวบรวม แลกเปลี่ยนความคิดตามหัวข้อที่กำหนด
3. ใช้เป็นพื้นที่จัดการงานต่าง ๆ รวมไปถึงแจ้งเตือน
4. พ่อแม่ผู้ปกครองสามารถมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ในชั้นเรียน
5. เป็นพื้นที่ให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในการอภิปราย
6. นักเรียนคนอื่นๆ สามารถเห็นข้อความของเพื่อนร่วมชั้น
7. นักเรียนที่ไม่กล้าถามในชั้นเรียน Padlet ก็จะเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสอบถามคุณครู
8. สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ดีในการจัดการเรียนการสอนห้องเรียนที่มีขนาดใหญ่
9. ใช้ในการส่งงานออนไลน์ผ่านเว็บไซต์

3.6 Socrative



ภาพที่ 6 แอปพลิเคชัน Socrative

โปรแกรม Socrative เป็นเครื่องมือที่ใช้งานง่าย มีประสิทธิภาพ และสามารถใช้งานได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังให้บริการผ่านทุก Web Browser และ Mobile Application ที่ใช้งานได้กับหลายระบบปฏิบัติการ จึงเป็นโปรแกรมที่เหมาะกับการใช้สนับสนุนสื่อห้องเรียนออนไลน์ เพื่อการเรียนการสอนในชั้นเรียนได้อีกด้วย (อรรคเดช โสสองชั้น, 2559)

จุดเด่นของ Socrative

1. รองรับทุก Web Browser และหลายระบบปฏิบัติการอุปกรณ์มือถือ เช่น iOS, Android, Windows และ Amazon เป็นต้น

2. ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้งาน

3. รูปแบบของคำถาม ได้แก่ Multiple Choice, True/False และ Short Answer

4. สามารถสร้างคำถามแบบรวดเร็ว (Quick Question) และสร้างคำถามแบบจัดการรายละเอียดคำถาม (Create Question)

5. การใช้งานสำหรับผู้สอน ต้องลงทะเบียนก่อนใช้งาน

6. การใช้งานสำหรับผู้เรียน ไม่ต้องลงทะเบียน สามารถกรอกรหัสห้องเรียนเข้าตอบคำถามผ่าน App หรือ Web Browser

7. สามารถสร้างแบบทดสอบเพื่อให้ตอบในแต่ละครั้งมากกว่า 1 คำถาม

8. แสดงผลลัพธ์การตอบคำถามทันที สามารถดาวน์โหลดผลลัพธ์ และส่งผลลัพธ์ทางอีเมล

การใช้งาน Socrative

1. ใช้งานโปรแกรมผ่าน Web Browser ผู้เรียนและผู้สอน สามารถเข้าใช้งานโปรแกรม Socrative ผ่าน Web Browser โดยเลือกสถานะที่ต้องการเข้างานว่าเป็นผู้สอนหรือผู้เรียนที่ลิงก์ http://www.socrative.com

2. เข้าใช้งานผ่านโปรแกรม Mobile Application โดยจะมี 2 App ให้เลือกใช้งานสำหรับผู้สอนกับผู้เรียน ดังนั้น การติดตั้งโปรแกรมเข้าไปที่ App Store, Google Play หรือ App Store อื่น ๆ ค้นหาโปรแกรม Socrative ถ้าเป็นผู้สอนให้เลือก TEACHER และผู้เรียนเลือก STUDENT จากนั้นทำการติดตั้งโปรแกรมลงอุปกรณ์มือถือ

4. การนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปปรับใช้ในการเรียนการสอนยุคศตวรรษที่ 21

จากที่ได้ยกตัวอย่างแอปพลิเคชันดังกล่าวนั้น สามารถนำไปปรับใช้กับการจัดการเรียนรู้ได้ หลากหลาย โดยเฉพาะการจัดการเรียนรู้ที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง หรือ การประสานแนวคิด ซึ่งวัตถุประสงค์ของวิธีดังกล่าวครูต้องมีการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยการจัดการเรียนรู้ตามลักษณะดังกล่าวทำได้หลายวิธี ดังนี้

- การเรียนรู้แบบร่วมมือร่วมใจ (Cooperative Learning)
- การสอนแบบศูนย์การเรียน (Learning Center)
- การสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (Inquiry Based)
- การสอนแบบโครงงาน (Project Method)
- การสอนแบบบูรณาการ (Integrate Teaching)

- การสอนแบบถามตอบ (Asked and Question Model)
- การสอนแบบแบ่งกลุ่มทำงาน (Committee Work Method)
- การสอนแบบหน่วย (Unit Teaching Method)
- การสอนด้วยรูปแบบซิปปา (CIPPA Model)

โดยทุกรูปแบบสามารถใช้แอปพลิเคชัน ไปปรับใช้ได้ทั้งสิ้น

ยกตัวอย่างการนำ Padlet มาปรับใช้ในการสอนแบบซิปปาในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นทบทวนความรู้เดิม โดยการตั้งหัวข้อเกี่ยวกับเรื่องที่เรียน แล้วให้ผู้เรียนแต่ละคนส่งคำตอบเพื่อแสดงถึงพื้นความรู้เดิมผ่าน Padlet

ขั้นที่ 2 การแสวงหาความรู้ใหม่ ครูสามารถกำหนดแหล่งความรู้ผ่าน Padlet เพื่อให้ผู้เรียนนำไปหาคำตอบ หรือระดมความคิดเห็นผ่านทางช่องทาง Padlet

ขั้นที่ 3 การศึกษาทำความเข้าใจข้อมูล/ความรู้ใหม่ โดยขั้นนี้ผู้เรียนสามารถค้นคว้าข้อมูลต่างๆที่แต่ละคนค้นคว้ามาได้บนกระดาน Padlet แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาเป็นหัวข้อในการอภิปราย โดยใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์ให้เกิดองค์ความรู้ใหม่

ขั้นที่ 4 ขั้นแลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจกับกลุ่ม โดยผู้เรียนสามารถตรวจสอบหรือค้นความข้อเท็จจริงจากบน Padlet เพื่อตรวจสอบความเข้าใจของตน รวมทั้งขยายความรู้ความเข้าใจของตนให้กว้างขึ้นเพื่อช่วยให้ผู้เรียนได้มีโอกาสได้แบ่งปันข้อมูลให้ผู้อื่นและได้รับประโยชน์จากความรู้ของผู้อื่นไปด้วยในขณะเดียวกัน

ขั้นที่ 5 การสรุปและจัดระเบียบความรู้ โดยผู้เรียนสามารถจัดหมวดหมู่และเรียงลำดับความรู้ใน Padlet เพื่อให้วสามารถเรียนรู้ได้ง่ายขึ้น

ขั้นที่ 6 การปฏิบัติ/ หรือการแสดงผลงาน ลักษณะพิเศษอีกอย่างของโปรแกรม Padlet ก็คือผู้เรียนสามารถใส่ชิ้นงานเป็นไฟล์ต่าง ๆได้หลายประเภท ซึ่งสามารถทำเป็นรูปแบบของการจัดแสดงผลงานโดยผู้ปกครองสามารถกด Like หรือแสดงความคิดเห็นต่อผลงานของนักเรียนได้อีกด้วย

รวมถึงการเรียนการสอนแบบ Problem -Based Learning ก็สามารถนำเอา Padlet เข้ามามีส่วนในการเรียนการสอนด้วยเช่นกัน เพราะ Padlet ยังมีประโยชน์ในการให้ผู้เรียนได้มีการระดมสมอง ซึ่งมีสิ่งสำคัญดังนี้

1. ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ
2. ผู้เรียนสามารถเน้นข้อมูลเชิงปริมาณให้ได้มากที่สุด เปิดกว้างไม่มีการตีกรอบ
3. ครูไม่ประเมินถูก หรือผิดระหว่างการระดมความคิดเห็น
4. ผู้เรียนได้ร่วมพิจารณาความคิดต่าง ๆ โดยแบ่งกลุ่มช่วยกันวิเคราะห์ให้เกิดองค์ความรู้ใหม่

นอกจากนี้ Dorothy, Norlidah, Zainuddin, Kgu, Syar (2015) ยังได้ศึกษาการนำ Application Padlet มาช่วยขยายโอกาสทางการเรียนรู้ให้กับผู้มีปัญหาทางการได้ยินในการเรียนระดับที่สูงขึ้นและ Padlet ได้มีส่วนช่วยและมีประโยชน์กับผู้เรียนกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก โดยจากที่กล่าวไปข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นว่าผู้สอนสามารถนำแอปพลิเคชันไปปรับใช้กับการจัดการเรียนรู้ได้หลากหลาย ซึ่งในการเลือกใช้งานผู้สอนจำเป็นต้องเลือกใช้เหมาะให้สมกับช่วงอายุ ลักษณะเฉพาะหรือพัฒนาการของผู้เรียนกลุ่มนั้นๆ เช่น การใช้งานแอปพลิเคชัน Charades ในการจัดการเรียนการสอนสำหรับเด็กชั้นประถมศึกษา เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่ยังไม่โตมากนัก อีกทั้งเป็นการช่วยพัฒนาผู้เรียนให้สามารถจำจดคำศัพท์ได้ดียิ่งขึ้น โดยใช้ร่วมกับการจัดเรียนรู้แบบแบ่งกลุ่ม เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ทักษะการทำงานร่วมกัน เป็นต้น

สรุปผลการศึกษา

เจเนอเรชันแอลฟา เป็นผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ที่เกิดมาพร้อมกับสังคมวัตถุนิยม มีความชำนาญและเชี่ยวชาญเทคโนโลยีเปรียบเสมือนมีเทคโนโลยีอยู่ในดีเอ็นเอ (DNA) การใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการเรียนรู้ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ครูผู้สอนเจเนอเรชันแอลฟาควรนำมาปรับใช้ เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจในเนื้อหานั้นๆ ซึ่งจากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า การนำแอพลิเคชันมาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการจัดการเรียนรู้นั้นสามารถทำได้อย่างหลากหลายตามความเหมาะสมของผู้เรียนในแต่ละช่วงวัย เนื้อหาการสอนในรายวิชาต่างๆ รวมทั้งรูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่ผู้สอนวางไว้ด้วย โดยการใช้แอปพลิเคชันที่ได้เสนอไปนั้น หากผู้สอนนำจุดเด่นของแต่ละแอปพลิเคชันไปใช้ให้เหมาะสม ก็จะสามารถทำให้การจัดการเรียนการสอนได้ดียิ่งขึ้น โดยจุดเด่นในของแต่ละแอปพลิเคชั่นแตกต่างกัน โดย Charedes มีจุดเด่นในเรื่องของการสร้างคำศัพท์แล้วให้ผู้เรียนเล่น เป็นการเสริมสร้างความจำของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี เป็นแอปพลิเคชันที่เหมาะสมกับในวิชาสายภาษาเป็นอย่างยิ่ง Prezi มีจุดเด่นในเรื่องของการนำเสนอ เมื่อผู้สอนนำมาใช้ก็จะสามารถดึงความสนใจของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี ในส่วนของแอปพลิเคชัน Lumosity, Plickers, Padlet และ Socrative เป็นแอปพลิเคชั่นที่มีจุดเด่นในเรื่องของการสร้างคำถาม โดยมีให้เลือกหลากหลายวิธี ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการตอบคำถาม อีกทั้งยังสามารถเสริมสร้างให้ผู้เรียนมีความกล้าในการตอบคำถามได้ โดยจากที่กล่าวมาข้างต้น แอปพลิเคชันต่างๆสามารถนำมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ได้ซึ่งถือว่าเป็นการปรับเปลี่ยนพัฒนาการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับการเรียนรู้ของผู้เรียนเจเนอเรชันแอลฟาในศตวรรษที่ 21 ได้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

เกมใบ้คำ ที่ทำให้การเรียนไม่น่าเบื่อ Charades. (2560). สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก https://svlist.info/kem-b-kha-khotr-snuk-thi-thah-kar-reiyn-mi-na-beux/cJq4eod-1Numjlo

ชาตรี เกิดธรรม. (2560). *เทคนิคการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ*. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก http://edu.vru.ac.th/sct/cheet%20downdload/2.pdf

ธนิศรา เรืองเดช. (2560). *ห้องเรียน 4.0' แอพฯ ที่น่าโหลดไว้ใช้ในห้องเรียน*. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก https://thematter.co/science-tech/classroom-app/32535

นรงฤทธิ์ เราวานิชวัฒน. (2560). *Lumosity แอปฝึกสมองด้วย 5 กลุ่มทดสอบความสามารถ*. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก https://www.iphonemod.net/lumosity-brain-training.html

นรงฤทธิ์ เราวานิชวัฒน. (2560). *เกม Chayen ใบ้คำ*. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก https://www.iphonemo d.net/chayen-ios-game-free-download.html

พัชราภา ตันติชูเวช. (2560). *เจเนอเรชันแอลฟา เจเนอเรชันใหม่ในสังคมไทยศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิชญาพร เชยบุบผา. (2562). *คู่มือการใช้งาน padlet.* สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก http://pubhtml5.com/gavv/ryai/basic

วิจารณ์ พานิช. (2556). *การสร้างการเรียนรูสู่ศตวรรษที่ 21.* กรุงเทพมหานคร: ส.เจริญการพิมพ์

ศุภลักษณ์ จุเครือ. (2562). *สร้าง Presentation Online ด้วย Prezi*. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก https://netecom.files.wordpress.com/2016/02/e0b881e0b8b2e0b8a3e0b8aae0b8a3e0b989e0b8b2e0b887-presentation-online-e0b894e0b989e0b8a7e0b8a2-prezi-ver2.pdf

อรรคเดช โสสองชั้น. (2559). *การใช้งานโปรแกรม Socrative.* สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก https://webs.rmutl.ac.th/assets/upload/files/2016/09/20160908101715_36446.pdf

ฮิวจ์ เดลานี. (2562). *การศึกษาสำหรับศตวรรษที่ 21.* สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก https://www.unicef.org/thailand/th/stories/การศึกษาสำหรับศตวรรษที่-21

Dorothy D., Norlidah A., Zainuddin L., Ngu Kee S., Syar M., (2015). *Design of a learning module for the deaf in a higher education institution using Padlet*. Procedia – Social and Behavioral Sciences,176 (2015) 220-226, Retrieved October 15, 2019, from https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815005017

การศึกษาคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต

A Study of Teachers' Characteristics based on Professional Ethics in Views of Lower Secondary School Students from Ascot International School

พจมาลย์ สกลเกียรติ*, หนึ่งฤทัย พาภักดี**

Podjamal Sakolkeart* ,Neungluethai Papakdee**

* อาจารย์ประจำหลักสูตร ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

* Lecturer, Curriculum and Instruction Department, college of Education Sciences, Dhurakij Pundit University.

** นักศึกษาหลักสูตร ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

** Master of Curriculum and Instruction Department, college of Education Sciences, Dhurakij Pundit University.

อีเมล์: podjamal@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาโรงเรียนนานาชาติแอสคอต กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ภาคเรียนที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2562 จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการวิจัย พบว่า ภาพรวมคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ =4.36, SD = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านจรรยาบรรณต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.73, SD = 0.56) ลำดับต่อมาเป็นด้านจรรยาบรรณต่อวิชาชีพ ($\bar{x}$ = 4.55, SD = 0.69) ด้านจรรยาบรรณต่อผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ ($\bar{x}$ = 4.49, SD = 0.72) ด้านจรรยาบรรณต่อตนเอง ($\bar{x}$ = 4.48, SD = 0.82) และด้านจรรยาบรรณต่อสังคม ($\bar{x}$ = 3.55, SD = 1.09) ตามลำดับ

คำสำคัญ : คุณลักษณะของครู, จรรยาบรรณวิชาชีพครู, นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น

Abstract

The objective of this research was to study the characteristics of teachers based on professional ethics in Views of Lower secondary school students from Ascot International School. The samples were 50 lower secondary school students studying in the second semester of the 2019 academic year. The research instrument was the questionnaire concerning professional ethics for teachers. Statistics used in this research were percentages, mean scores and standard deviation.

The research findings revealed that the overall characteristics of teachers based on professional ethics in Views of lower secondary school students were at a high level. When considering each aspect, aspects were the highest level, followed by 3 aspects at a high level. The highest rank was ethics toward students, followed by ethics toward professionals, ethics toward professional colleagues, ethics toward one's self, and ethics toward society.

Keywords: Characteristics of teachers, Professional ethics, middle school student

บทนำ

ครูเป็นผู้ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาสติปัญญาของเยาวชนในชาติ เป็นบุคคลที่สำคัญและมีความหมายอย่างมากต่อกระบวนการให้การศึกษาเพราะถ้าปราศจากครูซึ่งเป็นผู้สอนการศึกษาหาความรู้ของเยาวชนจะมีความยากลำบากขึ้น ต้องใช้เวลานานในการเรียนรู้ แต่ถ้าได้ครูผู้สอนที่ดี มีความตั้งใจสอนและมีความรู้ดี มีวิธีการถ่ายทอดที่เหมาะสมย่อมจะช่วยให้การศึกษาบรรลุเป้าหมายได้สะดวกรวดเร็วและง่ายขึ้น ดังนั้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 มีหลักการสำคัญคือ "ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา" มุ่งสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีสำหรับคนไทย พัฒนาคนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ มีวินัย ใฝ่รู้ มีความรู้ มีทักษะ มีความคิดสร้างสรรค์ มีทัศนคติที่ดี รับผิดชอบต่อสังคม มีคุณธรรมและจริยธรรม ซึ่งกระทรวงศึกษาธิการในฐานะหน่วยงานหลักในภาคการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพคนในประเทศได้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าวภายใต้วิสัยทัศน์ "มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้คู่คุณธรรม มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุขในสังคม คำว่า "ครู" เป็นคำที่ใช้เรียกแทนผู้ที่ทำอาชีพให้ความรู้และบ่มเพาะศิษย์ไปยังจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ โดยมิได้เพียงแค่มอบความรู้แก่ศิษย์เท่านั้น แต่ยังเป็นบุคคลหนึ่งที่ขัดเกลาและหล่อหลอมให้ลูกศิษย์หรือนักเรียนเป็นบุคคลที่ดีของสังคมต่อไปในอนาคตอีกด้วย ดังนั้นอาชีพครูจึงถูกคนในสังคมไทยยกย่องให้เป็นวิชาชีพชั้นสูงซึ่งมีหน้าที่และความรับผิดชอบที่ช่วยสร้างสรรค์หรือจรรโลงสังคมให้เป็นไปตามที่ปรารถนา กล่าวคือ หากครูเป็นครูดีที่ ก็จะทำให้สามารถชี้นำทางลูกศิษย์ไปยังทางที่ดีได้ แต่หากครูผู้นั้นไม่มีคุณสมบัติของครูดีที่นั้นก็ย่อมทำให้ศิษย์เดินทางที่ผิด และกลายเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สังคมไทยแย่ลงได้นั่นเอง สังคมไทยมีความคาดหวังต่อผู้ที่ประกอบวิชาชีพครูว่า ต้องเป็นครูที่ดีและเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ศิษย์ที่จะสร้างสมาชิกใหม่ของสังคมในอนาคต โดยครูที่ดีนั้น

ต้องมีคุณสมบัติต่างๆหลากหลาย รุ่ง แก้วแดง (2553 : 134-135) กล่าวว่า ครูมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการเรียนการสอน เรายังต้องการ “ครูที่เป็นแบบอย่างที่ดีของนักเรียนในเรื่องคุณธรรมจริยธรรม และบุคลิกภาพ ครูที่สามารถ ยกระดับสติปัญญาหรือวิญญาณของมนุษย์ให้สูงขึ้นได้” แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับธีรศักดิ์ อัครบวร (2545, : 63) ที่กล่าวเกี่ยวกับการเป็นครูที่ดีว่า จะต้องเป็นผู้ที่เอาใจใส่ต่อการเรียน ปรับปรุงแก้ไขตนเองอยู่เสมอ มีความยุติธรรม ดำรงตนให้เหมาะสมกับอาชีพ และเป็นผู้มีวัฒนธรรมและศีลธรรมอีกด้วย และนอกจากที่กล่าวไปข้างต้นนั้น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ท่านได้พระราชทานพระบรมราโชวาทหลายครั้งที่เกี่ยวกับลักษณะของความเป็นครู ที่ทรงเน้นว่าครูจะต้องมีคุณธรรม เช่น พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่นักศึกษาวิทยาลัยวิชาการศึกษา ว่า “..ผู้เป็นครูอาจารย์นั้น ใช่แต่ว่ามีความรู้ในทางวิชาการและในทางการสอนเท่านั้นก็หาไม่ จะต้องรู้จักอบรมเด็กทั้งในด้านศีลธรรม จรรยา และวัฒนธรรม รวมทั้งมีสำนึกรับผิดชอบในหน้าที่ และในฐานะเป็นพลเมืองที่ดีของชาติต่อไปข้างหน้า การให้ความรู้ หรือที่เรียกว่าการสอนนั้น ต่างกับการอบรม การสอนคือการให้ความรู้แก่ผู้เรียน ส่วนการอบรมเป็นการฝึกจิตใจของผู้เรียนให้ซึมซาบจนติดเป็นนิสัย ...” โดยจากพระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสของพระองค์ท่านที่ยกมานี้ จะเห็นได้ว่าครูเป็นผู้ที่จะต้องมีทั้งความรู้และควบคู่ไปกับ ความมีคุณธรรมอีกด้วย ซึ่งแนวพระราชดำรินี้ ไม่เพียงแต่สอดคล้องกับมาตรา 4 ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ที่ให้ความหมายของครู ว่า “ ครูเป็นบุคลากรวิชาชีพ ซึ่งทำหน้าที่หลักทางการศึกษาด้านการเรียนการสอนและการส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยวิธีการต่าง ๆ ในสถานศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน ” บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของครูในวันนี้ จึงมีบทบาทของผู้สร้างประเทศ ชาติในอนาคต โดยผ่านทางศิษย์ซึ่งเป็นผู้ใหญ่ในวันข้างหน้า วิชาชีพครู ควรเป็นวิชาชีพของคนเก่งคนดีในสังคม และผู้ประกอบ วิชาชีพนี้ควรเป็นแบบอย่างทางคุณธรรม จริยธรรม การประพฤติปฏิบัติตน การดำรงชีวิต และสามารถชี้นำสังคมไป ในทางที่เหมาะสม

โดยลักษณะของครูที่ดีนั้น ผู้ที่ใกล้ชิดกับครูที่สุดคงไม่พ้นนักเรียนหรือลูกศิษย์ โดยจากผลการวิจัยของสำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน (2557) ที่ผ่านมา สำรวจพบว่า เด็กนักเรียนอยากได้ความรักจากครูก่อนได้ความรู้เสียอีก และถ้าการที่พ่อแม่ไม่มีเวลาให้ลูก ทำให้บทบาทของครูในการเป็นพ่อหรือแม่คนที่สองยิ่งมีมากขึ้น เพราะเด็กต้องการความเอาใจใส่ ความมีเหตุผล ไม่ใช้อารมณ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการปฏิบัติงานในบทบาทครูฝ่ายปกครองฯ” ที่นอกจากการเป็นครูที่เป็นแบบอย่างที่ดีให้เด็กแล้ว ครูก็จะต้องปรับตัวให้เข้าถึงและเข้าใจนักเรียนด้วย

คุรุสภาในฐานะองค์กรวิชาชีพครูแห่งชาติได้กำหนดแบบแผนพฤติกรรมและข้อบังคับคุรุสภาว่าด้วยจรรยาบรรณของวิชาชีพ พ.ศ. 2556 ประกอบด้วย จรรยาบรรณต่อตนเอง จรรยาบรรณต่อวิชาชีพ จรรยาบรรณต่อผู้รับบริการ จรรยาบรรณต่อผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ และจรรยาบรรณต่อสังคม เพื่อใช้ควบคุม ความประพฤติที่ไม่เหมาะสมกับการเป็นครู และใช้เป็นกรอบแนวทางในการปฏิบัติตนสำหรับผู้ที่ประกอบ อาชีพครู ทุกคนต้องถือ

ปฏิบัติโดยเคร่งครัด เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์อุดมการณ์ วินัยคุณธรรมแห่งชีวิต นอกจากนี้ ยังถือเป็นการสร้างศรัทธา และความเชื่อถือให้เกิดแก่วิชาชีพครู

จากที่กล่าวไปข้างต้นจะเห็นได้ว่า อาชีพครูเป็นอาชีพที่ถูกคาดหวังจากคนในสังคมว่าจะต้องมีความรู้ เป็นแบบอย่างที่ดี ประพฤติปฏิบัติตนให้เหมาะสม รวมทั้งมีคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพอีกด้วย โดยพฤติกรรมต่างๆที่ครูปฏิบัติจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ผู้คนในสังคมรวมถึงตัวนักเรียนมองต่อครู ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจต้องการทราบถึงทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอตว่าลักษณะของครูตามที่นักเรียนพึงประสงค์นั้นเป็นอย่างไร เพื่อจะได้นำผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มาปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน อันจะส่งผลดีต่อการจัดการเรียนการสอนให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาโรงเรียนนานาชาติแอสคอต

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายของครู

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติและนักวิชาการได้ให้ความหมายของครู ดังนี้

กระทรวงศึกษาธิการ (2553) ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 และฉบับปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม พุทธศักราช 2553 ได้บัญญัติคำว่า ครู หมายถึง บุคลากรวิชาชีพซึ่งทำหน้าที่หลักทางด้านการเรียนการสอนและการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วยวิธีการต่างๆ ในสถานศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน

ยนต์ ชุ่มจิต (2550) กล่าวว่า ครูตรงกับคำศัพท์ในภาษาอังกฤษว่า Teachers และอธิบายความหมายของแต่ละตัวอักษร คือ

T (Teaching) การสอน หมายถึง ผู้อบรมสั่งสอนศิษย์ให้มีความรู้ความสามารถในวิชาการทั้งปวง

E (Ethics) จริยธรรม หมายถึง ผู้อบรมส่งเสริมจริยธรรมให้แก่ศิษย์

A (Academic) วิชาการ หมายถึง ผู้รับผิดชอบในทางวิชาการทั้งของตนเอง และในด้านความเจริญงอกงามของศิษย์

C (Culture Heritage) การสืบทอดวัฒนธรรมในทางวิชาการ หมายถึงผู้สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งให้ตกทอดไปสู่คนรุ่นต่อไป

H (Human Relationship) มนุษยสัมพันธ์ หมายถึง ผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีทั้งต่อครูและศิษย์

E (Evaluation) การประเมินผล หมายถึง ผู้รับผิดชอบในการประเมินผลศิษย์

R (Research) การวิจัย หมายถึง ผู้ค้นหาเหตุผลและเป็นนักแก้ปัญหา

S (Service) การบริการ หมายถึง ผู้บำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมและบริการสังคม

รุ่ง แก้วแดง (2553) ครู หมายถึง ผู้กำหนดอนาคตของชาติ ชาติใดก็ตามที่ได้ครูเป็นผู้มีความรู้เป็นคนเก่ง เป็นคนเสียสละตั้งใจทำงาน เพื่อประโยชน์ของนักเรียน ชาตินั้นจะได้พลเมืองที่เก่งและฉลาด มีศักยภาพและมีความสามารถที่จะแจ่งขันกับทุกประเทศในโลกได้ นอกจากนี้รุ่ง แก้วแดง ยังได้กล่าวว่าครูในอนาคตมี 5 ประเภท คือ

1. ครูโดยวัฒนธรรม หมายถึง ผู้สั่งสอนเยาวชนในรูปแบบการศึกษาตามอัธยาศัยซึ่งมีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และจะยังมีต่อไปในอนาคต ได้แก่ พ่อแม่ ปู่ย่า ตา ยาย พระภิกษุ สงฆ์ รวมทั้งผู้ทรงภูมิปัญญาในท้องถิ่น เป็นต้น

2. ครูโดยอาชีพ หมายถึง ผู้ประกอบอาชีพครู ซึ่งสำเร็จการศึกษามาจากสถาบันการผลิตครู หรือสถาบันอื่นๆ ซึ่งในอนาคตบุคคลที่จะเป็นครูได้ต้องมีใบประกอบวิชาชีพครู ดังระบุในมาตรา 53 ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542

3. ครูโดยธรรมชาติ หมายถึง ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบตัวที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ และการเรียนรู้แก่มนุษย์

4. ครูโดยเทคโนโลยี หมายถึง เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว หลากหลายและไร้พรมแดน เทคโนโลยีจะมีบทบาทและความสำคัญในการเป็นเครือข่ายการเรียนรู้และช่วยให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองของแต่ละบุคคลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ครูโดยตนเอง หมายถึง บุคคลผู้มีความใฝ่เรียนสามารถสอนและแนะนำ เตือนสติตนเองหรือการเรียนรู้ด้วยตนเองได้ อันเป็นจุดหมายสูงสุดของการศึกษาที่ทำให้ผู้เรียนมีนิสัยเรียนรู้ด้วยตนเอง หรือเป็นครูโดยตนเอง ซึ่งจะทำให้ผู้นั้นเกิดการเรียนรู้หรือพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

จากลักษณะของครูดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าครูมีความสำคัญ เป็นผู้สั่งสอนเยาวชนตั้งแต่โบราณถึงปัจจุบัน ครูควรมีการพัฒนาตนเอง มีความตั้งใจสั่งสอนศิษย์ให้เป็นคนดี จัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการที่หลากหลายเพื่อให้การเรียนรู้ของศาญ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากความหมายและหน้าที่ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังมีอีกหลายประการที่เป็นลักษณะของครูที่ดี เช่น มีความรับผิดชอบ ขยัน มีวินัยต่อตนเองและหน้าที่ของตน มีความเมตตา ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และที่สำคัญควรมีความตั้งใจ และรักในอาชีพของความเป็นครู ครูที่เด็กๆ รักไม่ใช่แค่เก่งและสอนดีเท่านั้น แต่เป็นครูที่เข้าใจพวกเขาต่างหาก (2556 : ออนไลน์)

2. จรรยาบรรณวิชาชีพ

ข้อบังคับคุรุสภาว่าด้วยจรรยาบรรณของวิชาชีพ พ.ศ. 2556 มี 5 ด้าน 9 ข้อ ดังนี้

1.จรรยาบรรณต่อตนเอง

ข้อที่ 1 ผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา ต้องมีวินัยในตนเอง พัฒนาตนเองด้านวิชาชีพ บุคลิกภาพ และวิสัยทัศน์ ให้ทันต่อการพัฒนาทางวิทยาการ เศรษฐกิจ สังคม และการเมืองอยู่เสมอ

2. จรรยาบรรณต่อวิชาชีพ

ข้อที่ 2 ผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา ต้องรัก ศรัทธา ซื่อสัตย์สุจริต รับผิดชอบต่อวิชาชีพ และเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรวิชาชีพ

3.จรรยาบรรณต่อผู้รับบริการ

ข้อที่ 3 ผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา ต้องรัก เมตตา เอาใจใส่ ช่วยเหลือ ส่งเสริม ให้กำลังใจแก่ศิษย์ และผู้รับบริการ ตามบทบาทหน้าที่โดยเสมอหน้า

ข้อที่ 4 ผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา ต้องส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ทักษะ และนิสัย ที่ถูกต้องดีงามแก่ศิษย์ และผู้รับบริการ ตามบทบาทหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ด้วยความบริสุทธิ์ใจ

ข้อที่ 5 ผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา ต้องประพฤติปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ทั้งทางกาย วาจา และจิตใจ

4.จรรยาบรรณต่อผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ

ข้อที่ 8 ผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา พึงช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันอย่างสร้างสรรค์ โดยยึดมั่นในระบบคุณธรรม สร้างความสามัคคีในหมู่คณะ

5.จรรยาบรรณต่อสังคม

ข้อที่ 9 ผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา พึงประพฤติปฏิบัติตนเป็นผู้นำในการอนุรักษ์และพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา สิ่งแวดล้อม รักษาผลประโยชน์ของส่วนรวม และยึดมั่นใน การปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

การกำหนดให้วิชาชีพทางการศึกษาเป็นวิชาชีพควบคุมนับเป็นความก้าวหน้าของวิชาชีพทาง การศึกษา และการยกระดับมาตรฐานวชิาชีพทางการศึกษาให้สูงขึ้น อันจะเป็นผลต่อผู้รับบริการทางการศึกษาที่ จะรับการศึกษาอย่างมีคุณภาพและมีมาตรฐานที่สูงขึ้นด้วย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อเรื่องจรรยาบรรณของครู ผลจากการวิจัย จะเป็นเสียงสะท้อนถึงความต้องการของผู้เรียนในยุคปัจจุบันว่ามีความคิดต่อเรื่องจรรยาบรรณของครูอย่างไร

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากร ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 -3 โรงเรียนนานาชาติแอสคอต ภาคเรียนที่ 2 ปี การศึกษา 2562 จำนวน 5 ห้องเรียน 96 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 - 3 โรงเรียนนานาชาติแอสคอต ภาคเรียนที่ 2 ปี การศึกษา 2562 โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ระดับชั้นเรียนละ 1 ห้อง จำนวน 50 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือคือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเก็บ รวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ โดยผู้วิจัยได้กำหนด คุณลักษณะของครูไว้ 5 ด้านตามจรรยาบรรณ ได้แก่ จรรยาบรรณต่อตนเอง จรรยาบรรณต่อวิชาชีพ

จรรยาบรรณต่อผู้รับบริการ จรรยาบรรณต่อผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ และจรรยาบรรณต่อสังคม แบบสอบถามมีจำนวน 15 ข้อ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด,2556, น. 82) โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

5 หมายถึง มีคุณลักษณะตามจรรยาบรรณวิชาชีพครูอยู่ในระดับมากที่สุด
4 หมายถึง มีคุณลักษณะตามจรรยาบรรณวิชาชีพครูอยู่ในระดับมาก
3 หมายถึง มีคุณลักษณะตามจรรยาบรรณวิชาชีพครูอยู่ในระดับปานกลาง
2 หมายถึง มีคุณลักษณะตามจรรยาบรรณวิชาชีพครูอยู่ในระดับน้อย
1 หมายถึง มีคุณลักษณะตามจรรยาบรรณวิชาชีพครูอยู่ในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูลออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีคุณลักษณะตามจรรยาบรรณวิชาชีพครูอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีคุณลักษณะตามจรรยาบรรณวิชาชีพครูอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีคุณลักษณะตามจรรยาบรรณวิชาชีพครูอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีคุณลักษณะตามจรรยาบรรณวิชาชีพครูอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีคุณลักษณะตามจรรยาบรรณวิชาชีพครูอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1) ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ

2) สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะตามจรรยาบรรณวิชาชีพครู 5 ด้าน ได้แก่ จรรยาบรรณต่อตนเอง จรรยาบรรณต่อวิชาชีพ จรรยาบรรณต่อผู้รับบริการ จรรยาบรรณต่อผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ และจรรยาบรรณต่อสังคม โดยแต่ละด้านประกอบด้วยคำถามที่แสดงถึงความต้องการของนักเรียนที่ต้องการให้ครูมีคุณลักษณะดังกล่าว มีจำนวน 15 ข้อ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตรและการสอน จำนวน 3 คน ตรวจสอบลักษณะการใช้คำถาม ภาษาที่ใช้ โดยคัดเลือกคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) = 0.5หรือมากกว่า พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) = 0.67 -1.00

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองกับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง โรงเรียนนานาชาติแอสคอต ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2561 ซึ่งเป็นนักเรียนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 50 คน เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำข้อมูลทั้งหมดไปวิเคราะห์และแปลผล สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และจัดลำดับที่คุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต ด้วยการใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ 5 ด้าน ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต

ตารางที่ 1 วิเคราะห์คะแนนเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับคุณลักษณะและลำดับที่ของคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต

คุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณ	N = 50		ระดับคุณลักษณะ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. จรรยาบรรณต่อตนเอง	4.48	0.82	มาก	4
2. จรรยาบรรณต่อวิชาชีพ	4.55	0.69	มากที่สุด	2
3. จรรยาบรรณต่อผู้รับบริการ	4.73	0.56	มากที่สุด	1
4. จรรยาบรรณต่อผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ	4.49	0.72	มาก	3
5. จรรยาบรรณต่อสังคม	3.55	1.09	มาก	5
รวม	**4.36**	**0.78**	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ =4.36, SD = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ($\bar{x}$ = 4.51-5.00) และอยู่ในระดับดับมาก 3 ด้าน ($\bar{x}$ = 3.51-4.50) โดยด้านจรรยาบรรณต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.73, SD = 0.56) ลำดับต่อมาเป็นด้านจรรยาบรรณต่อวิชาชีพ ($\bar{x}$ = 4.55, SD = 0.69) ด้านจรรยาบรรณต่อผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ ($\bar{x}$ = 4.49, SD = 0.72) ด้านจรรยาบรรณต่อตนเอง ($\bar{x}$ = 4.48, SD = 0.82) และด้านจรรยาบรรณต่อสังคม ($\bar{x}$ = 3.55, SD = 1.09) ส่วนลำดับที่ของคุณลักษณะของครูที่พึงประสงค์ตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต ปรากฏว่า ลำดับที่ 1 ด้านจรรยาบรรณต่อผู้รับบริการ ลำดับที่ 2 ด้านจรรยาบรรณต่อวิชาชีพ ลำดับที่ 3 ด้านจรรยาบรรณต่อผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ ลำดับที่ 4 ด้านจรรยาบรรณต่อตนเอง และลำดับที่ 5 ด้านจรรยาบรรณต่อสังคม ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการเปรียบเทียบและจัดลำดับที่ของคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในแต่ละด้านทั้ง 5 ด้าน ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต

ตารางที่ 2 วิเคราะห์คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับคุณลักษณะและลำดับที่ของคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต ด้านจรรยาบรรณต่อตนเอง

จรรยาบรรณต่อตนเอง	N = 50		ระดับคุณลักษณะ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. ครูต้องมีระเบียบวินัยในตนเอง	4.42	0.84	มาก	3
2. ครูต้องพัฒนาการสอนอยู่เสมอ	4.54	0.73	มากที่สุด	1
3. ครูต้องรู้จักควบคุมอารมณ์ ไม่หวั่นไหวง่าย ร่าเริงแจ่มใส	4.48	0.91	มาก	2
รวม	**4.48**	**0.83**	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่าคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านจรรยาบรรณต่อตนเอง ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.48, SD = 0.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านครูต้องพัฒนาการสอนอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.54, SD = 0.73) ลำดับต่อมาเป็นด้านครูต้องรู้จักควบคุมอารมณ์ ไม่หวั่นไหวง่าย ร่าเริง แจ่มใส ($\bar{x}$ = 4.48, SD = 0.90) และด้านครูต้องมีระเบียบวินัยในตนเอง ($\bar{x}$ = 4.42, SD = 0.83)

ตารางที่ 3 วิเคราะห์คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับคุณลักษณะและลำดับที่ของคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต ด้านจรรยาบรรณต่อวิชาชีพ

จรรยาบรรณต่อวิชาชีพ	N = 50		ระดับคุณลักษณะ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. ครูต้องมีความรับผิดชอบต่อการสอน	4.64	0.60	มากที่สุด	1
2. ครูต้องตั้งใจ สนใจ จริงจังต่อการสอน	4.52	0.65	มากที่สุด	2
3. ครูต้องเข้าสอนสม่ำเสมอและตรงต่อเวลา	4.48	0.84	มาก	3
รวม	**4.55**	**0.69**	มากที่สุด	

จากตารางที่ 3 พบว่าคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้น

มัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนนานาชาติแอสคอต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.55, SD = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าคุณลักษณะของครูที่พึงประสงค์ ด้านครูต้องมีความรับผิดชอบต่อการสอน มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.64, SD = 0.59) รองลงมาเป็นด้านครูต้องตั้งใจ สนใจ จริงจังต่อการสอน ($\bar{x}$ =4.52, SD = 0.64) และด้านครูต้องเข้าสอนสม่ำเสมอและตรงต่อเวลา ($\bar{x}$ = 4.48, SD = 0.83)

ตารางที่ 4 วิเคราะห์คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับคุณลักษณะและลำดับที่ของคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต ด้านจรรยาบรรณต่อผู้รับบริการ

จรรยาบรรณต่อผู้รับบริการ	N = 50		ระดับคุณลักษณะ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. ครูต้องมีความรัก เมตตา ให้ความยุติธรรมและปฏิบัติต่อนักเรียนทุกคนเท่าเทียมกัน	4.70	0.58	มากที่สุด	3
2. ครูต้องให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจแกนักเรียนอย่างเหมาะสม	4.76	0.52	มากที่สุด	1
3. ครูต้องประพฤติดีและมีมารยาท ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักเรียน	4.72	0.61	มากที่สุด	2
รวม	**4.73**	**0.57**	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4 พบว่าคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านจรรยาบรรณต่อผู้รับบริการในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.73, SD = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านครูต้องให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจแก่นักเรียนอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก ลำดับต่อมาเป็นด้านครูต้องประพฤติดีและมีมารยาท ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักเรียน ($\bar{x}$ = 4.72, SD = 0.60) และด้านครูต้องมีความรัก เมตตา ให้ความยุติธรรมและปฏิบัติต่อนักเรียนทุกคนเท่าเทียมกัน($\bar{x}$ = 4.70, SD = 0.58)

ตารางที่ 5 วิเคราะห์คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับคุณลักษณะและลำดับที่ของคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต ด้านจรรยาบรรณต่อผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ

จรรยาบรรณต่อผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ	N = 50		ระดับคุณลักษณะ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. ครูต้องช่วยเหลือบุคลากรในโรงเรียนด้วยกัน	4.42	0.70	มาก	3
2. ครูต้องสร้างความรักและความสามัคคีในโรงเรียน	4.52	0.68	มากที่สุด	2
3. ครูต้องสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกับบุคคลอื่นๆในโรงเรียน	4.54	0.79	มากที่สุด	1
รวม	**4.49**	**0.72**	มาก	

จากตารางที่ 5 พบว่าคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านจรรยาบรรณต่อผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนนานาชาติแอสคอต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.49, SD = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านครูต้องสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกับบุคคลอื่นๆในโรงเรียน มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.54, SD = 0.79) ลำดับต่อมาเป็นด้านครูต้องสร้างความรัก และความสามัคคีในโรงเรียน ($\bar{x}$ = 4.52, SD = 0.68) และครูต้องช่วยเหลือบุคลากรในโรงเรียนด้วยกัน ($\bar{x}$ = 4.42, SD = 0.70)

ตารางที่ 6 วิเคราะห์คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับคุณลักษณะและลำดับที่ของคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนานาชาติแอสคอต ด้านจรรยาบรรณต่อสังคม

จรรยาบรรณต่อสังคม	N = 50		ระดับคุณลักษณะ	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. ครูต้องปฏิบัติตามวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีไทย	3.42	1.09	ปานกลาง	3
2. ครูต้องปฏิบัติตนเป็นผู้อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3.58	1.09	มาก	2
3. ครูต้องเป็นแบบอย่างด้านการรักษาผลประโยชน์ส่วนรวมและประเทศชาติ	3.66	1.10	มาก	1
รวม	**3.55**	**1.09**	มาก	

จากตารางที่ 6 พบว่าคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านจรรยาบรรณต่อสังคม ใน

ทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนนานาชาติแอสคอต โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}$ = 3.55, SD = 1.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านครูต้องเป็นแบบอย่างด้านการรักษาผลประโยชน์ส่วนรวมและประเทศชาติ มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก ลำดับต่อมาเป็นด้านครูต้องปฏิบัติตนเป็นผู้อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$ = 3.58, SD = 1.08) และด้านครูต้องปฏิบัติตามวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียประเพณีไทย ($\bar{x}$ = 3.42, SD = 1.08)

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการศึกษาคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนนานาชาติแอสคอต ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด จึงนำมาอภิปรายตามรายด้าน ดังนี้

ด้านจรรยาบรรณต่อตนเอง นักเรียนมีทัศนะในด้านนี้ระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้เพราะนักเรียนต้องการครูที่พัฒนาการสอนอยู่เสมอ มีการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่ทันสมัย ศึกษาหาความรู้ นำเทคนิค วิทยาการใหม่ ๆ ใช้วิธีการที่หลากหลายเข้ามาช่วยเพื่อพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนรู้ของครูอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ครูต้องรู้จักควบคุมอารมณ์ ไม่หวั่นไหว มีความร่าเริงแจ่มใส และครูต้องมีระเบียบวินัยในตนเอง ซึ่งไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2560) ได้ให้มุมมองเกี่ยวกับคุณลักษณะของครูในศตวรรษที่ 21 ไว้ว่าครูควรมีวิสัยทัศน์และตกผลึกทางความคิดเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้เรียน ครูจะต้องเป็นคนมีวิสัยทัศน์ เน้นให้เด็กเกิดการเรียนรู้ โดยการส่งเสริมการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อให้เด็กตกผลึกทางความคิดได้ด้วยตัวเอง และมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิจารณ์ พานิช (2555: 3-4) ที่ได้กล่าวว่า การศึกษาในศตวรรษที่ 21 จำ ต้องเป็นเช่นนี้ก็เพราะต้องเตรียมคน ไปเผชิญการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว รุนแรง พลิกผัน และคาดไม่ถึง คนยุคใหม่จึงต้องมีทักษะสูงในการเรียนรู้ และปรับตัว ครูเพื่อศิษย์จึงต้องพัฒนาตนเองให้มีทักษะของการเรียนรู้ด้วย ครูเพื่อศิษย์เองต้องเรียนรู้ 3R x 7C และต้องเรียนรู้ตลอดชีวิต แม้เกษียณอายุจากการเป็นครูประจำการไปแล้ว

ด้านจรรยาบรรณต่อวิชาชีพ นักเรียนมีทัศนะในด้านนี้ระดับมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้ เพราะนักเรียนมองว่าครูควรมีความรับผิดชอบต่อการสอน ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ครูต้องตั้งใจ สนใจ และจริงจังต่อการสอน นอกจากนี้ครูต้องเข้าสอนสม่ำเสมอและตรงเวลา ไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2560) ได้กล่าวว่าคุณลักษณะของครูในศตวรรษที่ 21 ว่าครูต้องเข้มแข็งในจรรยาบรรณ คุณธรรม จริยธรรม และชักชวนให้คนอื่นๆทำเพื่อสังคม ครูจะต้องยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ รักษาคุณธรรมจริยธรรมและเป็นบุคคลหนึ่งในสังคมที่ช่วยให้สมาชิกในสังคมนั้นๆมีแนวทางในการปฏิบัติตนต่อตนเองและสังคมที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ โณทัย อุดมบุญญานุภาพ (2012:1-5) ได้กล่าวว่าคุณลักษณะที่สำคัญของครูยุคใหม่ คือ ต้องมีบุคลิกภาพดีเป็นแบบอย่างที่ดีสำหรับเด็กและสาธารณชน ในด้านคุณธรรมจริยธรรม ค่านิยมและการดำรงชีวิต มีความสามารถในการปลูกฝังวินัย คุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่ดีและถูกต้องต่อผู้เรียน

ด้านจรรยาบรรณต่อผู้รับบริการ นักเรียนมีทัศนะในด้านนี้ระดับมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้ เพราะนักเรียนมองว่าครูต้องให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจแก่นักเรียนอย่างเหมาะสม ครูต้องมีความรักและเมตตาต่อนักเรียนทุกคน อย่างเท่าเทียม ครูต้องประพฤติดีและมีมารยาท ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักเรียน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพยาพล เสนาไชย (2542) ศึกษาเรื่องการปฏิบัติตามจรรยาบรรณครูตามทัศนะของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดสกลนคร พบว่ามีการปฏิบัติอยู่ในระดับที่มากที่สุด ครูกับนักเรียนนับว่าเป็นบุคคลที่มีความใกล้ชิดกันมากที่สุด จนกระทั่งในอดีตยกย่องให้ครูเป็นบิดามารดาคนที่สองของนักเรียน ครูจึงควรปฏิบัติหน้าที่ให้สมบูรณ์

ด้านจรรยาบรรณต่อผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ นักเรียนมีทัศนะในด้านนี้ระดับมาก เพราะนักเรียนมองว่าครูต้องสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกับบุคคลอื่น ๆในโรงเรียน ควรให้เกียรติ เคารพเพื่อนครูที่อาวุโสกว่า ครูต้องสร้างความรักและความสามัคคีในโรงเรียน ไม่สร้างกลุ่มอิทธิพลภายในองค์กร ตลอดจนไม่วิพากษ์วิจารณ์ผู้ร่วมประกอบวิชาชีพ จนก่อให้เกิดความเสียหายหรือแตกความสามัคคี และครูต้องช่วยเหลือบุคลากรในโรงเรียนด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชรัตน์ คันธหัตถี (2542 : บทคัดย่อ)เรื่องการปฏิบัติตาม จรรยาบรรณครูของครูประถมศึกษาในด้านของการช่วยเหลือเกื้อกูลครูและชุมชนในทางสร้างสรรค์ อยู่ในระดับการปฏิบัติแทบทุกครั้ง หรือมากที่สุด

ด้านจรรยาบรรณต่อสังคม นักเรียนมีทัศนะในด้านนี้ระดับมาก เพราะนักเรียนมองว่าครูต้องเป็นแบบอย่างด้านการรักษาผลประโยชน์ส่วนรวมและประเทศชาติ ควรยึดมั่นในชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ส่งเสริมกิจกรรมในระบอบประชาธิปไตยและรักษาผลประโยชน์ของส่วนรวม ครูควรเป็นผู้นำในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และครูต้องปฏิบัติตามวัฒนธรรมและให้ความร่วมมือในการส่งเสริมอนุรักษ์ประเพณีศิลปวัฒนธรรมอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวปฏิบัติของสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา(2548) ที่กล่าวถึงจรรยาบรรณต่อสังคมว่าผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาพึงประพฤติปฏิบัติตนเป็นผู้นำในการอนุรักษ์และพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา สิ่งแวดล้อม รักษาผลประโยชน์ของส่วนรวมและยึดมั่นในการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาเรื่องการศึกษาคุณลักษณะของครูตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ในทัศนะของนักเรียน สามารถใช้เป็นข้อมูลในพัฒนาครูให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามจรรยาบรรณวิชาชีพ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนให้เป็นไปอย่างราบรื่น และมีประสิทธิผลยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพของครู เช่น เพศ ประสบการณ์การทำงาน ขวัญกำลังใจ สถานภาพทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักเรียน ผู้ปกครอง ที่มีต่อการปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพของครู

3. ควรมีการเปรียบเทียบทัศนะ ความแตกต่างระหว่างเพศหรือความแตกต่างของระดับชั้นของกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ.(2553).*หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน.พุทธศักราช 2551*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ.โรงพิมพ์ชุมนุม สหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.จำกัด.

โณทัย อุดมบุญญานุภาพ. (2557). *คุณลักษณะครูรุ่นใหม่กับการปฏิรูปหลักสูตรผลิตครูในศตวรรษ 21*. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2563, จาก https://mylifeintoday2535.blogspot.com

ธีรศักดิ์ อัครบวร. (2545).*ความเป็นครู.* กรุงเทพฯ : ก.พลพิมพ์.

นุชรัตน์ คันธหัตถี.(2542).*การปฏิบัติตามจรรยาบรรณครูของครูประถมศึกษาตามทัศนะของผู้บริหาร สังกัดสำนักงานประถมศึกษาจังหวัดนครราชสีมา*.การศึกษาค้นคว้าอิสระ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา,บัณฑิตวิทยาลัย,มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1 (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ไพฑูรย์ สินลารัตน์.(2560).*ความเป็นผู้นำทางการศึกษา.*กรุงเทพมหานคร : วิยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ยนต์ ชุ่มจิตต์.(2550).*ความเป็นครู(พิมพ์ครั้งที่ 4).*กรุงเทพ : โอเดียนสโตร์

รุ่ง แก้วแดง. (2553). *ปฏิวัติการศึกษาไทย(พิมพ์ครั้งที่ 5).* กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี.

วิจารณ์ พานิช.(2555). *วิถีการสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่21*.กรุงเทพมหานคร:มูลนิธิสดศรีสฤษดิ์วงศ์.

สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา. (2549). *เกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพครูของคุรุสภา พ .ศ. 2537*. กรุงเทพฯ: คุรุสภา.

สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และพัฒนาคุณภาพเยาวชน. *การยกระดับคุณภาพ ครูไทยในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพ ฯ: สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และพัฒนาคุณภาพ 197 เยาวชน, 2557. (เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ “อภิวัฒน์การเรียนรู้ ...สู่จุดเปลี่ยน ประเทศไทย” ระหว่างวันที่ 6 - 8 พฤษภาคม 2557).

การเรียนรู้เชิงรุก: ความท้าทายของครูไทยยุคการศึกษา 4.0

Active Learning: Challenges of Thai Teachers in Education 4.0

สุดคนึง นฤพนธ์จิรกุล[1]
Sudkanung Naruponjirakul
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Faculty of Arts, Dhurakij Pundit University
อีเมล: skanung@dpu.ac.th
สุวัจนา จริตกาย[2]
Suwachana Jaritkai
โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัยนนทบุรี
Suankularbwittayalai Nonthaburi School
อีเมล: suwachana_j@skn.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษา 4.0 เน้นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เรียนเพื่อคิดค้นหรือสร้างนวัตกรรม การเรียนรู้เชิงรุกซึ่งเป็นการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนลงมือปฏิบัติด้วยตนเองผ่านการทำงานแบบร่วมมือรวมพลังจนสามารถสร้างความรู้ได้ด้วยตนองและเกิดทักษะสำคัญสำหรับศตวรรษที่ 21 จึงเป็นการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับยุคนี้ บทความนี้นำเสนอความท้าทายจากการจัดการเรียนรู้เชิงรุก ประกอบด้วยกระบวนทัศน์ด้านการสอนของครู ธรรมชาติของนักเรียนไทย การประเมินผลการเรียนรู้ และความท้าทายจากโลกยุคผันผวน และนำเสนอวิธีการส่งเสริมการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่ครูผู้สอนสามารถนำไปปรับใช้ เพื่อให้การเรียนการสอนเกิดประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับแผนปฏิรูปการศึกษาและเป้าหมายของการศึกษายุค 4.0 ที่ต้องการผู้เรียนที่พัฒนาตนเองได้เต็มตามศักยภาพ ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก และเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิต

คำสำคัญ: การเรียนรู้เชิงรุก, การศึกษา 4.0

Abstract

Education 4.0 has emphasized collaborative learning among learners to invent or come up with innovation. Active learning, which is aimed to encourage learners to do activities by themselves through collaborative learning until they obtain significant 21st century skills, is appropriate for education in this era. This article proposes challenges from the implementation of active learning including teacher's pedagogical paradigm, nature of Thai learners, evaluation and assessment, and challenges from the disruptive world. It also proposes methods to

enhance active learning that can be adapted for an effective classroom in conformity with the Education Reform Plan and goals of Education 4.0 which require learners to develop themselves to reach their full potential in the changing world and become a lifelong learner.

Keywords: Active learning, Education 4.0

บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลแบบก้าวกระโดดก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ที่ส่งผลกระทบต่อการจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ นำไปสู่การสร้างยุทธวิธีการพัฒนาคนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ มีคุณภาพอย่างเท่าทัน และมีทักษะการเรียนรู้ในการดำรงตนอยู่ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีความสุข ภายใต้การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวและโรงเรียนเป็นสำคัญ (พิไลพร หวังทรัพย์ทวี และอุทิศ บำรุงชีพ, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เป็นการเรียนรู้โดยที่ผู้เรียนได้รับองค์ความรู้ทั้งสาระวิชาและทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิต ตั้งแต่เรื่องราวในชีวิตประจำวันไปสู่อนาคตด้วยสังคมแห่งเทคโนโลยีดิจิทัล สนองเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 และนโยบายการปฏิรูปการศึกษาของประเทศไทย ไทยแลนด์ 4.0 มุ่งเน้นประเด็นการปรับปรุงหลักสูตรพร้อมกระบวนการจัดการเรียนการสอนและการประเมิน เพื่อพัฒนาการเรียนรู้เป็นหลักสูตรฐานสมรรถนะ ที่สอดคล้องกับการนำการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) มาใช้ปฏิรูปการจัดการด้านการศึกษาของประเทศไทย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายสู่ความสำเร็จของการพัฒนาผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 โดยคณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา (2562, น. 149) ได้กำหนดเป้าหมายหรือผลอันพึงประสงค์และผลสัมฤทธิ์ดังนี้

เป้าหมายรวม การจัดการศึกษาทุกระดับใช้หลักสูตรที่เป็นหลักสูตรฐานสมรรถนะ และแนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการวัดประเมินผลเพื่อพัฒนาผู้เรียน

เป้าหมายระยะเร่งด่วน

1) มีกรอบสมรรถนะหลักของผู้เรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ครอบคลุมการสร้างคนดี มีวินัย ภูมิใจในชาติ เชี่ยวชาญได้ตามความถนัด มีความรับผิดชอบ และคุณลักษณะต่างๆ ที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ การทำงาน และการใช้ชีวิต

2) มีแนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการวัดประเมินผลเพื่อพัฒนาผู้เรียน

3) มีกรอบสมรรถนะหลักของผู้เรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 มีแนวทางการปรับหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 ในช่วงเปลี่ยนผ่าน รวมทั้งมีแนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการวัดประเมินผลเพื่อพัฒนาผู้เรียนที่มุ่งเน้นสมรรถนะ และมีความเหมาะสมกับการเรียนรู้ในช่วงรอยเชื่อมต่อระหว่างปฐมวัยและประถมศึกษา

การเรียนการสอนในยุคเทคโนโลยีการสื่อสาร ผู้สอนควรสามารถออกแบบบทเรียนเพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการเรียนของผู้เรียนผ่านเทคโนโลยีในรูปแบบต่างๆ นักการศึกษาจึงให้ความสนใจในการบูรณา

การการเรียน เพื่อเพิ่มทักษะการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ของผู้เรียน (Learning Outcome) โดยเฉพาะความสามารถในการแก้ปัญหามากขึ้น เพราะปัญหาเป็นสิ่งที่ผู้เรียนต้องพบในชีวิตประจำวัน (ปรียา สมพืช, 2559, น. 268) ซึ่งการเรียนรู้แบบเดิม คือ Passive Learning นั้น ไม่สามารถทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองได้ เนื่องด้วยครูจะต้องบรรยาย กำหนดตัวอย่าง และสรุปข้อมูลให้ผู้เรียนได้นำความรู้ไปใช้ได้จริง ผู้เรียนจึงไม่สามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ได้ หรือ ได้รับความรู้เพียงเท่าที่ครูสอนเท่านั้น การเรียนรู้เชิงรุกจึงเป็นความท้าทายที่ครูผู้สอนต้องนำไปใช้จัดการเรียนรู้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการศึกษายุค 4.0

การเรียนรู้เชิงรุกคืออะไร

การเรียนรู้เชิงรุกมีแนวคิดมาจากทฤษฎีการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ กล่าวคือ 1) นัยสำคัญของการเรียนรู้ คือ เนื้อหาที่ต้องมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของผู้เรียน 2) การเรียนรู้ต้องเรียนผ่านการกระทำ 3) การเรียนรู้ คือ การอำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียน โดยผู้เรียนมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อกระบวนการเรียนรู้ 4) การเรียนรู้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในตนเองและเกี่ยวข้องกับผู้เรียนคนอื่นๆ ทั้งด้านความรู้สึกและสติปัญญา (สิทธิพงษ์ สุพรม, 2561, น. 51)

จากที่มาดังกล่าวทำให้ครูยิ่งต้องเพิ่มศักยภาพในการจัดการเรียนการสอนของตนเอง นำเทคนิคและวิธีการสอนมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับการพัฒนาผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากขึ้นกว่าเดิม และจำเป็นต้องมีจิตวิญญาณของความเป็นครูอย่างแท้จริง โดยที่ครูสามารถนำการจัดการเรียนรู้เชิงรุกมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับนโยบายของประเทศไทยที่เน้นส่งเสริมด้านทักษะในศตวรรษที่ 21 โดยหน่วยศึกษานิเทศก์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2562, น. 1) กล่าวว่า รัฐบาลกำหนดนโยบาย “ลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้” ให้เป็นแนวทางในการปฏิรูปการเรียนรู้ โดยมอบหมายให้กระทรวงศึกษาธิการ และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานดำเนินการตามนโยบาย มีเป้าหมายให้ครูผู้สอนออกแบบการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้ มีทักษะ มีคุณธรรม และจริยธรรม สามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคมได้อย่างเหมาะสมตามบริบทที่ปรับเปลี่ยนไป ส่งเสริมให้ผู้เรียนค้นพบความชอบ และความถนัดของตนเองตามศักยภาพ เพื่อพัฒนาสู่การเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้เรียนเป็นผู้สร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ด้วยองค์ความรู้ที่ผู้เรียนค้นคว้าด้วยตนเอง นำองค์ความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการด้านการศึกษา การทำงาน และการใช้ชีวิตในสังคมอย่างมีความสุข คือ ทักษะที่ผู้เรียนต้องเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning Skill) นั่นเอง ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดทักษะต่างๆ จากประสบการณ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องด้วยตนเองมาอย่างยาวนาน บทบาทหน้าที่ของครูจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนไปจากเดิม เนื่องด้วยโลกเข้าสู่สังคมแห่งเทคโนโลยีดิจิทัล สังคมที่เน้นด้านนวัตกรรมการเรียนรู้สิ่งใหม่ ความรวดเร็วฉับไวในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น ครูไทยยุคการศึกษา 4.0 จะต้องปรับวิธีการเรียนการสอนเป็นการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เพื่อให้ผู้เรียนตอบสนองต่อการเรียนรู้ที่เกิดประสิทธิภาพ สามารถคิดเป็น แก้ปัญหาเป็น ลงมือปฏิบัติเป็นได้ด้วยตนเอง

นอกจากนี้ Dale (1969) อธิบายถึงการแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการเรียนรู้ของมนุษย์ ผ่านวิธีการต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 กระบวนการเรียนรู้แบบ Passive Learning ได้แก่ การเรียนรู้ที่เกิดจากการฟัง การท่องจำ การเห็น การรับชมตามลำดับ ซึ่งกระบวนการเรียนรู้แบบ Passive Learning นี้จะเน้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ผ่านทางการถ่ายทอดของผู้สอนเป็นหลัก ซึ่งวิธีการเหล่านี้สามารถส่งเสริมให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้ไม่เกิน 50%

ระดับที่ 2 กระบวนการเรียนรู้แบบ Active Learning ได้แก่ การพูดคุยแสดงความคิดเห็น การลงมือปฏิบัติ และการประยุกต์ใช้ ซึ่งกระบวนการเรียนรู้แบบ Active Learning นั้น จะเน้นให้ผู้เรียนเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตัวเอง จากการประสานงานร่วมกันระหว่างผู้เรียน โดยมีผู้สอนคอยชี้แนะและให้คำแนะนำ ซึ่งวิธีการเหล่านี้นับเป็นขั้นที่สูงกว่า Passive Learning ทำให้สามารถส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนได้ถึง 90%

ด้วยเหตุนี้ จึงได้มีการปรับรูปแบบการเรียนรู้จาก Passive Learning เป็น Active Learning คือ การเรียนรู้เชิงรุก เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ซึ่งได้วางกรอบเป้าหมาย และทิศทางการจัดการศึกษาของประเทศในการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของคนไทยทุกช่วงวัยให้เต็มศักยภาพ สามารถแสวงหาความรู้และเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต โดยการขับเคลื่อนตามวิสัยทัศน์ “คนไทยทุกคนได้รับการศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ ดำรงชีวิตอย่างเป็นสุข สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21”

วิธีจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่มีประสิทธิภาพ

การจัดการเรียนรู้เชิงรุกมีอยู่มากมายหลายวิธี แต่ละวิธีล้วนมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้เรียนเป็นผู้ลงมือปฏิบัติและเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ในบทความฉบับนี้จะขอนำเสนอรูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุกที่เป็นที่ยอมรับว่าได้ผลจริงอยู่ 5 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1. การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning: PBL) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่เป็นที่นิยมแพร่หลายมาเป็นเวลาพอสมควร การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานส่งเสริมการสร้างความรู้ด้วยตนเอง (Savery, 2006) เนื่องจากการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ทำให้ผู้เรียนได้ใช้ความรู้และทักษะต่างๆ โดยเฉพาะทักษะการคิดขั้นสูง ผนวกกับการทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมกับสถานการณ์หนึ่งๆ การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานสามารถพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ได้ดีกว่าการเรียนการสอนแบบดั้งเดิม (Traditional Approach) ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้จากกระบวนการใช้ประสบการณ์ส่วนตัวและประสบการณ์กลุ่มเพื่อแก้ปัญหา เป็นวิธีการที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริง อีกทั้งสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ยังส่งเสริมให้เกิดการทำงานแบบร่วมมือรวมพลัง (Collaboration) ผู้เรียนได้เรียนรู้พร้อมประเมินการทำงานของตนเอง สร้างทักษะที่สำคัญสำหรับศตวรรษที่ 21

2. การเรียนรู้แบบสืบเสาะ (Inquiry-based Learning: IBL) การเรียนรู้แบบสืบเสาะเป็นการจัดการเรียนรู้ที่เริ่มต้นด้วยคำถามเพื่อกระตุ้นความสงสัยใคร่รู้ และให้ผู้เรียนแสวงหาคำตอบด้วยตนเอง การแสวงหาคำตอบทำให้ผู้เรียนได้สร้างความรู้ ความเข้าใจ ค้นพบความรู้ใหม่และประสบการณ์ใหม่ (Savery, 2006)

โดยทั่วไป การเรียนรู้แบบสืบเสาะจะใช้วิธีการเหมือนกับกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นสร้างความสนใจ (Engagement) (2) ขั้นสำรวจและค้นหา (Exploration) (3) ขั้นอธิบายและลงข้อสรุป (Explanation) (4) ขั้นขยายความรู้ (Elaboration) และ (5) ขั้นประเมินผล (Evaluation) การเรียนรู้แบบสืบเสาะทำให้ผู้เรียนรู้จักใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์พิสูจน์และแสวงหาคำตอบ ฝึกให้ผู้เรียนกล้าคิด ช่างสังเกต และกล้าซักถามเพื่อค้นหาความจริง โดยผู้สอนทำหน้าที่ให้คำชี้แนะและช่วยเหลือเมื่อจำเป็น

3. การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-based Learning: PBL) การจัดการเรียนรู้ประเภทนี้เน้นไปที่ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน นั่นคือโครงงานหรือชิ้นงานที่ผู้เรียนสร้างขึ้น Barron and Darling-Hammond (2008) ระบุว่า การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่มีความซับซ้อนซึ่งสามารถทำให้ผู้เรียนสร้างสรรค์ชิ้นงานที่มีความสมจริง ทั้งนี้ กระบวนการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานประกอบด้วย แนวคิดสำคัญ 5 แนวคิด ได้แก่ (1) โครงงานคือหลักสูตร โครงงานไม่ใช่ส่วนใดส่วนหนึ่งหรือกิจกรรมหนึ่งของหลักสูตร (2) โครงงานเกิดขึ้นจากการตั้งประเด็นคำถาม หรือปัญหาที่ยังไม่พบคำตอบ (3) ผู้เรียนที่ผ่านการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานต้องร่วมมือกันสืบเสาะ แสวงหา และสร้างความรู้ (4) การเรียนรู้เกิดจากแรงขับในตัวผู้เรียนที่ต้องการแสวงหาคำตอบหรือแก้ไขปัญหา ครูมีหน้าที่เพียงชี้แนะและให้คำแนะนำ และ (5) โครงงานต้องเสริมสร้างหรือกระตุ้นแรงจูงใจภายในตัวผู้เรียน (Intrinsic Motivation) และโครงงานนั้นต้องตรงกับความสนใจของผู้เรียน (Thomas, 2000)

4. การเรียนรู้โดยใช้กรณีศึกษา (Case-based Learning: CBL) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่สัมพันธ์กับทักษะการสืบค้น วิเคราะห์ และแก้ปัญหาจากกรณีศึกษาจนเกิดความเข้าใจ (Thistlewaite et.al., 2012) กรณีศึกษาทำให้ผู้เรียนรู้จักวิเคราะห์ แสดงเหตุผล การเรียนรู้เกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนดึงความทรงจำ (Retrieve) จากประสบการณ์เดิมที่มีความสัมพันธ์กับกรณีศึกษา ปรับแต่ง (Adapt) ประสบการณ์เดิมกับความรู้ใหม่ และประยุกต์ใช้ (Apply) ให้เหมาะสมกับกรณีศึกษาหนึ่งๆ ซึ่งประสบการณ์ใหม่และความรู้ใหม่ที่ผู้เรียนได้รับจะฝังอยู่กับประสบการณ์เดิมและเก็บไว้ในความทรงจำ (Store) ของผู้เรียนต่อไป Riesbeck (1996) กล่าวถึงหลักการสำคัญของการเรียนรู้โดยใช้กรณีศึกษาให้ประสบผลสำเร็จไว้ 5 หลักการ ได้แก่ (1) สร้างสถานการณ์ที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกับผู้เรียน (2) ให้กรณีศึกษาเป็นตัวอย่างแก่ผู้เรียนด้วยจำนวนที่มากพอ (3) แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงในการใช้ทักษะและความรู้ด้านต่างๆ (4) ไม่มีบทลงโทษหากผู้เรียนทำผิดหรือทำไม่สาเร็จ ความผิดพลาดจัดเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ และ (5) ให้ความช่วยเหลือและเสริมต่อการเรียนรู้ (Scaffold) จนกว่าผู้เรียนจะเรียนรู้ได้เอง

5. STEM ศึกษา เป็นการบูรณาการข้ามสาขาวิชาหรือกลุ่มสาระวิชา ประกอบด้วยวิทยาศาสตร์ (**S**cience) เทคโนโลยี (**T**echnology) วิศวกรรมศาสตร์ (**E**ngineering) และคณิตศาสตร์ (**M**athematics) โดยนำจุดเด่นของธรรมชาติตลอดจนวิธีการสอนของแต่ละสาขาวิชามาผสมผสานกันอย่างลงตัว เพื่อให้ผู้เรียนนำความรู้ทุกแขนงมาใช้ในการแก้ปัญหา การค้นคว้าและการพัฒนาสิ่งต่างๆ ในสถานการณ์โลกปัจจุบัน ซึ่งอาศัยการจัดการเรียนรู้ที่ครูผู้สอนหลายสาขาร่วมมือกัน เพราะในการทำงานจริงหรือในชีวิตประจำวันนั้นต้อง

ใช้ความรู้หลายด้านในการทำงานไม่ได้แยกใช้ความรู้เป็นส่วนๆ (พรทิพย์ ศิริภัทราชัย, 2556) STEM ศึกษาทำให้ผู้เรียนเห็นความสำคัญและความเชื่อมโยงของเนื้อหาที่เรียน เพิ่มความหมายและคุณค่าของการเรียนรู้ สามารถนำความรู้และทักษะที่ได้ไปใช้ในชีวิตประจำวันและต่อยอดเพื่อเพิ่มศักยภาพผู้เรียนให้สูงขึ้น อันเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และความแข็งแกร่งของประเทศนั้นๆ

จากความหมายของการเรียนรู้เชิงรุกและวิธีจัดการเรียนรู้เชิงรุกทั้ง 5 รูปแบบที่เป็นที่นิยมและได้รับผลสำเร็จจะเห็นได้ว่ามีลักษณะการจัดการเรียนรู้ที่เหมือนกันซึ่งนับได้ว่าเป็นหัวใจของการจัดการเรียนรู้เชิงรุก นั่นคือ การเรียนรู้ที่ผู้เรียนลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง (Learning by Doing) ส่งเสริมการทำงานแบบร่วมมือรวมพลัง (Collaboration) เสริมสร้างทักษะศตวรรษที่ 21 (21st Century Skills) เสริมสร้างความผูกพัน (Engagement) เรียนรู้ข้ามศาสตร์หรือกลุ่มสาระ (Interdisciplinary) และผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยตนเอง (Constructivism)



ภาพที่ 1 ลักษณะสำคัญของการเรียนรู้เชิงรุก

ความท้าทายของการจัดการเรียนรู้เชิงรุกในบริบทการศึกษาไทย

ถึงแม้จะมีการปฏิรูปการศึกษามาแล้วหลายครั้ง จนมาถึงปัจจุบันที่มีการนำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) โดยภายใต้แผนปฏิรูปประเทศด้านการศึกษาได้ยึดประเด็นสำคัญคือ 1) ยกระดับคุณภาพการศึกษา 2) ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา 3) มุ่งความเป็นเลิศและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และ 4) ปรับปรุงระบบการศึกษาให้มีประสิทธิภาพ โดยในประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง นโยบายและจุดเน้นของกระทรวงศึกษาธิการ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ได้ระบุให้ระดับประถมศึกษาเน้นการเรียนรู้ด้วย Active Learning เพื่อพัฒนากระบวนการคิด การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงหรือสถานการณ์

จำลองผ่านการลงมือปฏิบัติ ในระดับมัธยมศึกษาให้มุ่งต่อยอดระดับประถมศึกษาด้วยการจัดการเรียนรู้แบบ STEM การจัดการเรียนรู้ที่หลากหลาย เพื่อสร้างทักษะพื้นฐานที่เชื่อมโยงสู่การสร้างอาชีพและการมีงานทำ

กลุ่มนิเทศ ติดตาม และประเมินผลการจัดการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 35 (2562, น. 18-19) ได้กล่าวถึงผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ของการศึกษา (Desired Outcomes of Education: DOE Thailand) ว่าหมายถึง คุณลักษณะของคนไทย 4.0 ที่ตอบสนองวิสัยทัศน์การพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยคนไทย 4.0 จะต้องธำรงความเป็นไทยและแข่งขันได้ในเวทีโลก นั่นคือ เป็นคนดี มีคุณธรรม ยึดค่านิยมร่วมของสังคมเป็นฐานในการพัฒนาตนให้มีคุณลักษณะ 3 ด้าน โดยเป็นคุณลักษณะขั้นต่ำดังต่อไปนี้

1. ผู้เรียนรู้ เป็นผู้มีความเพียร ใฝ่เรียนรู้ และมีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อก้าวทันโลกยุคดิจิทัลและโลกในอนาคต และมีสมรรถนะ (Competency) ที่เกิดจากความรู้ ความรอบรู้ด้านต่างๆ มีสุนทรียะ รักษ์และประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาไทย มีทักษะชีวิตเพื่อสร้างงานหรือสัมมาอาชีพบนพื้นฐานของความพอเพียง ความมั่นคงในชีวิต และคุณภาพชีวิตที่ดีต่อตนเอง ครอบครัวและสังคม

2. ผู้ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม เป็นผู้มีทักษะทางปัญญา มีทักษะศตวรรษที่ 21 ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence) ทักษะการคิดสร้างสรรค์ ทักษะข้ามวัฒนธรรม สมรรถนะการบูรณาการข้ามศาสตร์ และมีคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อร่วมสร้างสรรค์ และพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีหรือสังคม เพิ่มโอกาสและมูลค่าให้กับตนเองและสังคม

3. พลเมืองที่เข้มแข็ง เป็นผู้มีความรักชาติ รักท้องถิ่น รู้ถูกผิด มีจิตสำนึกเป็นพลเมืองไทย และพลโลก มีจิตอาสา มีอุดมการณ์ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาชาติบนหลักการประชาธิปไตย ความยุติธรรม ความเท่าเทียม เสมอภาค เพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน และการอยู่ร่วมกันในสังคมไทยและประชาคมโลกอย่างสันติ

แต่ในความเป็นจริงปรากฏว่าสิ่งที่ประเทศไทยมุ่งหวังให้เกิดกับผู้เรียนยุคใหม่ยังไม่ปรากฏผลอย่างเด่นชัด ครูไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายหลากหลายรูปแบบในการจัดการเรียนรู้เชิงรุกให้เกิดผลสำเร็จสูงสุด ซึ่งความท้าทายที่รอให้เอาชนะนั้นสรุปเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

1. ความท้าทายในกระบวนทัศน์การสอนของครู ในการจัดการเรียนรู้เชิงรุกจำเป็นต้องอาศัยความสามารถในการบูรณาการและออกแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย โดยเฉพาะการบูรณาการข้ามสาขาวิชา อีกทั้งครูต้องเปลี่ยนบทบาทจากการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งเป็นสิ่งที่เคยชินมาเป็นเวลายาวนานให้กลายเป็นผู้จัดกระบวนการเรียนรู้และกำกับกิจกรรมการเรียนรู้ สิ่งเหล่านี้อาศัยการฝึกอบรมเพียงอย่างเดียวคงไม่เพียงพอ จำเป็นต้องให้ครูผู้สอนเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (Paradigm Shift) จากการคุ้นเคยกับการสอนแบบเดิมมาสู่การสอนเชิงรุก ซึ่งไม่สามารถทำได้เพียงลำพัง แต่ต้องอาศัยกระบวนการทางสังคมที่ขับเคลื่อนร่วมกันทั้งตัวครูผู้สอน ชุมชน และประชาสังคม อีกทั้งยังต้องอาศัยเวลาในการปรับเปลี่ยนสู่กระบวนทัศน์ทางการศึกษาใหม่อีกด้วย (วราพร ศรีสุพรรณ, 2557)

2. ความท้าทายกับธรรมชาติของนักเรียนไทย ด้วยเหตุที่นักเรียนไทยได้รับการเรียนการสอนแบบดั้งเดิม เน้นครูเป็นศูนย์กลางทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ ลักษณะสำคัญของนักเรียนไทยคือเป็นผู้เรียนแบบรอรับความรู้ (Passive Learners) จึงมีความคุ้นเคยกับการรอถ่ายทอดความรู้จากครูผู้สอน รอคำตอบที่ถูกต้องจากครู และไม่เต็มใจหรือพร้อมที่จะเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง และแสวงหาคำตอบด้วยตนเอง อีกทั้งระบบการศึกษาของไทยยังเสริมให้เกิดความเหลื่อมล้ำ เน้นพัฒนานักเรียนที่เรียนได้ดีตามกรอบที่กำหนดไว้ นักเรียนจึงเรียนและติวเพื่อเกรด เพื่อผลการเรียน และการสอบเข้ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง หากนักเรียนคิดนอกกรอบหรือนักเรียนที่ด้อยโอกาสจะมีโอกาสเบื่อหน่ายการเรียน ไม่เห็นประโยชน์และเป้าหมายของการศึกษาที่แท้จริง ความท้าทายเรื่องนี้จึงเป็นความท้าทายที่ใหญ่มาก หากนักเรียนเติบโตไปเป็นประชากรที่ไร้คุณภาพจะส่งผลเสียหายต่อประเทศไทย ด้วยอนาคตข้างหน้าเราจะเป็นสังคมผู้สูงอายุ นักเรียนเหล่านี้จะไม่สามารถแบกรับภาระของสังคมและประเทศได้ (มติชนสุดสัปดาห์, 2560)

3. ความท้าทายในการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ การศึกษายุค 4.0 ไม่ได้มุ่งเน้นที่ผลคะแนนสอบหรือผลการแข่งขันระหว่างบุคคล แต่เป็นการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนแต่ละคนให้สอดคล้องกับสภาวการณ์ของโลกที่ผันผวน เน้นการคิดค้นและสร้างนวัตกรรม เด็กยุคใหม่ต้องมีทักษะที่หลากหลายไม่ใช่มีเฉพาะทักษะทางปัญญาเท่านั้น แต่ความท้าทายที่สถานศึกษาและครูผู้สอนเผชิญอยู่ในปัจจุบันคือการประเมินผลด้วยคะแนนสอบชนิดต่างๆ รวมทั้งการประเมินสถานศึกษาเพื่อการจัดอันดับ ซึ่งไม่ได้ตอบสนองให้เกิดการจัดการเรียนรู้เชิงรุก อีกทั้งยังไม่สร้างทักษะสำคัญสำหรับศตวรรษที่ 21 อีกด้วย

4. ความท้าทายจากโลกยุคผันผวน World Economic Forum (2018) ได้คาดการณ์ถึงแนวโน้มของทักษะเพื่อการทำงานที่เป็นที่ต้องการในปี ค.ศ. 2022 ไว้ 10 ทักษะ ได้แก่ การคิดวิเคราะห์และการสร้างนวัตกรรม (Analytical thinking and innovation) การเรียนรู้เชิงรุกและกลวิธีการเรียนรู้ (Active learning and learning strategies) ความคิดสร้างสรรค์ ความแปลกใหม่ และความคิดริเริ่ม (Creativity, originality and initiative) การออกแบบด้านเทคโนโลยีและโปรแกรมมิง (Technology design and programming) การคิดวิจารณญาณและการวิเคราะห์ (Critical thinking and analysis) การแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อน (Complex problem-solving) ภาวะผู้นำ และผู้สร้างอิทธิพลทางสังคม (Leadership and social influencer) ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional intelligence) ความมีเหตุผล การแก้ปัญหา และการสร้างความคิดใหม่ให้เป็นรูปร่าง (Reasoning, problem-solving and ideation) และการวิเคราะห์และการประเมินระบบ (Systems analysis and evaluation) จะเห็นได้ว่าในโลกยุคนี้ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาที่ซับซ้อน ต้องอาศัยทั้งทักษะการคิดขั้นสูง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อปรับตัวให้เข้ากับการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเรียนการสอนแบบเดิมที่เคยเป็นมาไม่สามารถผลิตทรัพยากรบุคคลให้มีทักษะเหล่านี้ได้ ครูผู้สอนจึงต้องเผชิญความท้าทายในการแสวงหาการจัดการเรียนการสอนรูปแบบใหม่ที่ช่วยสร้างทักษะให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนยุคนี้ และมีความพร้อมในการทำงานที่ตรงตามความต้องการของสังคม 4.0 ได้ทันที

การส่งเสริมการจัดการเรียนรู้เชิงรุกให้สำเร็จในยุคการศึกษา 4.0

ในการจัดการเรียนรู้เชิงรุกให้มีประสิทธิภาพคงไม่มีคำตอบที่ชัดเจนว่าวิธีการใดเป็นวิธีที่ดีที่สุด รูปแบบการจัดการเรียนการสอนและเทคนิคการสอนเป็นปัจจัยหลักที่ครูผู้สอนทุกคนต้องยึดถือเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ได้ผลดีที่สุด แต่นอกเหนือจากรูปแบบการสอนที่มีอยู่หลากหลายแล้วผู้สอนต้องคำนึงถึงวิธีการต่างๆ ที่จะทำให้การเรียนรู้เชิงรุกเป็นการเรียนรู้ที่สร้างทักษะทั้งด้านทักษะทางปัญญา ทักษะทางอารมณ์ และทักษะทางร่างกาย เทคนิคง่ายๆ ที่ผู้สอนควรคำนึงถึงในการจัดการเรียนรู้เชิงรุก ได้แก่

1. สร้างความผูกพันกับศิษย์ (Engagement) การจัดการเรียนรู้ไม่ว่าระดับใดสิ่งที่จะทำให้ผู้เรียนเรียนรู้อย่างเต็มความสามารถต้องเริ่มจากการดึงให้ผู้เรียนผูกพันกับสิ่งที่จะเรียน การสร้างความผูกพันที่ง่ายที่สุดคือการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างครูกับลูกศิษย์ ตัวอย่างเช่น

1.1 ครูต้องจดจำชื่อนักเรียนและเรียกชื่อนักเรียนให้ถูกต้อง การที่ครูจดจำและเรียกขานชื่อนักเรียนได้แสดงว่าครูมีความใส่ใจและเห็นความสำคัญของนักเรียนทุกคน

1.2 ครูและนักเรียนแลกเปลี่ยนปัญหาหรือประสบการณ์ระหว่างกัน การที่ครูเปิดโอกาสให้นักเรียนได้เล่าปัญหาให้ฟังจะทำให้ครูรู้จักนักเรียนของตนเองมากขึ้น ครูยังอาจช่วยหาทางแก้ไขปัญหาให้นักเรียนได้อย่างทันท่วงทีอีกด้วย ในเวลาเดียวกันเมื่อครูเล่าประสบการณ์ของตนเองให้นักเรียนฟัง นักเรียนจะเข้าใจและเรียนรู้ว่าทุกคนก็เผชิญปัญหาได้เหมือนกัน และทุกปัญหาสามารถหาหนทางแก้ไขได้

1.3 ครูและนักเรียนแลกเปลี่ยนเป้าหมายในชีวิต และเล่าถึงความก้าวหน้าในการทำให้เป้าหมายนั้นบรรลุผล ซึ่งเรื่องราวที่แบ่งปันกันนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเรียนเท่านั้น เป็นเรื่องเพียงเล็กน้อยก็สามารถนำประสบการณ์มาแลกเปลี่ยนกันได้

จะเห็นได้ว่าก่อนการจัดการเรียนรู้ใดๆ หากผู้สอนได้เริ่มจากการสร้างสัมพันธ์กับผู้เรียน จะทำให้ผู้เรียนรู้สึกว่าครูผู้สอนมีความเข้าใจในตัวผู้เรียน ช่องว่างระหว่างความเป็นครูกับนักเรียนจะแคบลง เมื่อผู้เรียนรู้สึกผูกพันกับครูและเพื่อนๆ จะทำให้การจัดการเรียนรู้เชิงรุกสะดวกและสัมฤทธิ์ผลมากขึ้น

2. สร้างแนวคิดแห่งความสำเร็จ (Goal Setting) ปัจจัยที่จะทำให้การเรียนรู้เชิงรุกได้ผลอย่างเป็นรูปธรรมนั้น ครูต้องเสริมให้นักเรียนรู้จักตั้งเป้าหมายในการเรียน วิธีการตั้งเป้าหมายสามารถใช้หลัก “SMART” มาช่วย โดยการตั้งเป้าหมายที่ดีนั้นมาจากองค์ประกอบดังนี้

2.1 Specific เป้าหมายที่นักเรียนตั้งนั้นต้องมีความเฉพาะเจาะจง ชัดเจน และควรเป็นเป้าหมายที่มีคุณค่าสูงและท้าทายตัวผู้เรียน

2.2 Measurable เป้าหมายที่ตั้งขึ้นนั้นต้องสามารถวัดผลอย่างเป็นรูปธรรมได้

2.3 Achievable เป้าหมายของนักเรียนควรเป็นเป้าหมายที่สามารถทำให้บรรลุผลได้จริง โดยนักเรียนสามารถประเมินตนเองได้ว่ายังขาดทักษะใด หรือควรเสริมทักษะใดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

2.4 Relevant เป้าหมายต้องมีความเกี่ยวข้องสอดคล้องกับตัวนักเรียน

2.5 Time-bound เป้าหมายที่ดีต้องมีเงื่อนเวลากำหนดชัดเจนว่าจะบรรลุผลเมื่อใด ใช้เวลานานเท่าไร

หากผู้เรียนรู้จักการตั้งเป้าหมายและสามารถทำให้เป้าหมายนั้นบรรลุผลได้ ผู้เรียนจะเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง เห็นคุณค่าและความสามารถของตนเอง และเกิดแนวคิดแห่งความสำเร็จ ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ช่วยทำให้การจัดการเรียนรู้เชิงรุกประสบผล เพราะนักเรียนจะเรียนรู้อย่างมีเป้าหมาย ประเมินความสามารถของตนเองเป็นระยะ ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค และแสวงหาหนทางที่จะทำกิจกรรมให้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

3. สร้างเพชรในห้องเรียน (Scaffolding) เมื่อผู้เรียนมีความผูกพันกับครูและสิ่งที่เรียน อีกทั้งยังสามารถตั้งเป้าหมายและแสวงหาหนทางบรรลุเป้าหมายแล้ว ในขณะที่ครูผู้สอนจัดการเรียนรู้เชิงรุกนั้นยังต้องช่วยสร้างหรือขัดเกลาให้ผู้เรียนเป็นผู้เรียนที่มีคุณภาพเพื่อให้ทุกคนเรียนรู้ได้เต็มตามศักยภาพ สิ่งที่ครูช่วยสร้างให้เกิดเพชรหลายๆ เม็ดในห้องเรียน ได้แก่

3.1 ครูสร้างบรรยากาศเชิงบวก ห้องเรียนต้องเป็นสถานที่ที่ทำให้ผู้เรียนรู้สึกปลอดภัย สามารถกระตุ้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ปลุกความหวังและความพยายามของผู้เรียน ครูต้องทำให้ห้องเรียนเป็นแหล่งเรียนรู้ที่เปิดกว้าง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงพฤติกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

3.2 ครูเป็นผู้นำการมองโลกในแง่ดี ครูเป็นตัวอย่างให้เห็นว่าถ้ามีความมุ่งมั่นแล้วจะสามารถเอาชนะอุปสรรคต่างๆ ได้ เวลาทำกิจกรรมต่างๆ นักเรียนจะซึมซับแนวคิดนี้และพยายามเอาชนะอุปสรรค

3.3 ครูสอนให้ผู้เรียนรู้จักความรับผิดชอบ การจัดการเรียนรู้เชิงรุกอาศัยการลงมือทำของผู้เรียนเป็นส่วนใหญ่ ครูจึงต้องเน้นสร้างผู้เรียนที่รับผิดชอบหน้าที่ของตนเอง เพื่อให้กระบวนการกลุ่มเกิดผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง

3.4 ครูต้องเคารพและให้ความสำคัญกับความคิดของนักเรียนทุกคน ในการจัดการเรียนรู้เชิงรุกนั้นเป็นการจัดการเรียนรู้ที่นักเรียนเป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริง ดังนั้น ครูต้องเคารพเสียงของนักเรียนทุกคน ครูต้องรู้จักตั้งคำถาม ให้นักเรียนแสดงความคิดเห็นอย่างทั่วถึง และสะท้อนความคิดของนักเรียนอย่างเป็นรูปธรรม

การจัดการเรียนรู้เชิงรุกส่งเสริมให้นักเรียนสร้างความรู้ด้วยตนเอง มีทักษะทางสังคม เช่น การทำงานร่วมกับผู้อื่น การแก้ปัญหาและการตัดสินใจ เพชรที่ส่องประกายในห้องเรียนจึงไม่ใช่นักเรียนที่เรียนเก่งที่สุด แต่เป็นนักเรียนที่มีความสุข สนุกกับการเรียนรู้ ใช้ทักษะอย่างเต็มศักยภาพ และสามารถสร้างความรู้ได้ด้วยตนเอง

4. เปลี่ยนสู่การเรียนรู้จริง (Mastery Learning) การเรียนรู้แบบรู้จริง คือการเรียนรู้เชิงลึกที่เกิดจากการเรียนอย่างชำนาญและรู้อย่างลึกซึ้ง เป็นการเรียนรู้ในระดับที่สามารถนำไปประยุกต์ได้ ลักษณะของการเรียนรู้แบบรู้จริงจะมีองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ ผู้เรียนมีความรอบรู้ในทักษะองค์ประกอบย่อย (Component skills) สามารถบูรณาการทักษะย่อยเข้าด้วยกันเป็นชุดทักษะ และบูรณาการชุดทักษะเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับสถานการณ์และเวลา (วิจารณ์ พานิช, 2562) การเรียนรู้แบบรู้จริงจะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยการจัดรูปแบบการเรียนรู้เชิงลึกแบบต่างๆ นั่นเอง

บทสรุป

การเรียนรู้เชิงรุกเป็นการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติจริงด้วยตนเอง สามารถคิดวิเคราะห์ และทำงานร่วมมือกันกับผู้อื่นในการแก้ไขปัญหาได้ โดยกระบวนการเรียนรู้ในลักษณะของ Active Learning นี้เป็นกุญแจที่ไขสู่ความสำเร็จ จะทำให้ผู้เรียนได้สร้างความรู้ด้วยตัวเอง สามารถรักษาระดับของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ให้คงที่หรือดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และนานกว่ากระบวนการเรียนรู้แบบ Passive Learning ซึ่งถ้าครูสามารถนำพาผู้เรียนไปถึงระดับขั้นนั้นได้ถือได้ว่าเป็นการปฏิวัติวงการการศึกษาของไทย เนื่องด้วยกระบวนการเรียนรู้แบบ Active Learning นั้น มีตัวแปรที่สำคัญในการเรียนรู้ คือที่ตัวผู้เรียนเป็นหลัก ซึ่งแตกต่างจากการเรียนรู้ที่เคยเป็นมาในอดีตที่มีครูเป็นผู้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ผู้เรียนเท่านั้น แต่การจะใช้การเรียนรู้เชิงรุกให้เกิดผลสูงสุดยังต้องเผชิญความท้าทายทั้งด้านครูผู้สอนเอง ธรรมชาติของผู้เรียน การวัดและประเมินผล และความท้าทายจากโลกที่ผันผวนตลอดเวลา เพื่อที่จะก้าวไปสู่การเรียนรู้เชิงรุกได้โดยสมบูรณ์จึงต้องอาศัยทั้งเวลา การปรับตัวของผู้สอนและผู้เรียน และการบูรณาการรูปแบบและเทคนิคการจัดการเรียนรู้แบบต่างๆ ผลที่ได้จากการจัดการเรียนรู้เชิงรุกคือการสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพ และพร้อมเรียนรู้ตลอดชีวิต

เอกสารอ้างอิง

กลุ่มนิเทศ ติดตาม และประเมินผลการจัดการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 35. (2562). *แนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุก [Active Learning] โครงการการนิเทศการจัดการเรียนรู้เชิงรุกโดยใช้กระบวนการชี้แนะและการเป็นพี่เลี้ยง*. สืบค้น 7 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://joo.gl/lhrpO

คณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา. (2562). *แผนการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษา*. สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://2www.me/P5E06

ปรียา สมพืช. (2559). การจัดการเรียนรู้เชิงรุกโดยใช้รูปแบบการเรียนการสอนด้วยกรณีศึกษา. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11*(2), 260-270.

พรทิพย์ ศิริภัทราชัย. (2556). STEM Education กับการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21. *วารสารนักบริหาร, 33*(2), 49-56.

พิไลพร หวังทรัพย์ทวี และ อุทิศ บำรุงชีพ. (2561). ฉันทศึกษา: นวัตกรรมการออกแบบสภาพแวดล้อมการเรียนรู้เชิงรุกผ่านการเล่นอย่างสุขใจของเด็กไทยยุค 4.0. *วารสารศึกษาศาสตร์, 29*(3), 14-31.

มติชนสุดสัปดาห์. (2560). *การศึกษาไทย ระบบเรียนรู้ผิดทาง ภาระ “ซูเปอร์แมน” แห่งศตวรรษ 20 เด็กผู้แบกโลกสังคมสูงวัย*. สืบค้น 13 มกราคม 2562, จาก https://www.matichonweekly.com/ column/ article_20706

วราพร ศรีสุพรรณ. (2557). การเปลี่ยนกระบวนทัศน์ทางการศึกษาเพื่อการพัฒนาสำหรับอนาคต. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 6*(11), 265-280.

วิจารณ์ พานิช. (2562). *สอนเข้มเพื่อศิษย์ขาดแคลน.* กรุงเทพฯ: มูลนิธิสยามกัมมาจล.

สิทธิพงษ์ สุพรม. (2561). การพัฒนาความสามารถในการเรียนรู้เชิงรุกในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. *วิจัยและประเมินผลอุบลราชธานี, 7*(2), 49-58.

หน่วยศึกษานิเทศก์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2562). *แนวทางการนิเทศเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ตามนโยบายลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้.* สืบค้น 5 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://2www.me/2yMo3

Barron, B., & Darling-Hammond, L. (2008). *Teaching for meaningful learning: A review of research on inquiry-based and cooperative learning*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Dale, E. (1969). *Audiovisual methods in teaching* (3rd ed.). New York: Dryden Press.

Riesbeck, C. K. (1996). Case-based teaching and constructivism: Carpenters and tools. In B. G. Wilson (Ed.), *Constructivist Learning Environment: Case Studies in Instructional*. Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology.

Savery, J. R. (2006). Overview of Problem-based Learning: Definitions and Distinctions. *Interdisciplinary Journal of Problem-based Learning, 1*(1), 9-20.

Thistlewaite, J. E., Davies, D., Ekeocha, S., Kidd, J. M., MacDougall, C., Matthews, P., Purkis, J., & Clay, D. (2012). The effectiveness of case-based learning in health professional education. *A BEME systematic review: BEME Guide, 34*(6), 421-444.

Thomas, J. W. (2000). *A review of research on project-based learning*. San Rafael, CA: The Autodesk Foundation.

World Economic Forum. (2018). *The Future of Jobs Report 2018*. Retrieved April 13, 2019, from http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf

A Financial Feasibility Study for the Setting-Up of a Legal Translation Agency: The Case of CRK Translation

Jaroongkiat Pootirat[1], and

Komgrich Tavornvanchai, Ph.D.[2]

Abstract

This is the first financial feasibility study of the setting up of legal translation agencies globally, comprising 9 cases project analyses: 1 base case and 8 sensitivity analysis cases (SACs). All the sensitivity cases analyzed are: 1) a 5% revenue decrease; 2) a 10% revenue decrease; 3) a 5% cost increase; 4) a 10% cost increase; 5) a 5% revenue decreases and a 5% cost increase; 6) a 5% revenue decrease and a 10% cost increase; 7) a 10% revenue decrease and a 5% cost increase; and 8) a 10% revenue decrease and a 10% cost increase. The financial techniques applied are: 1) the discounted payback period, 2) the net present value, 3) the benefit-cost ratio, 4) the internal rate of return (IRR), 5) MIRR (RR = 6.745%) and MIRR (RR = 7.245%), 6) SVTc, and 7) SVTb.

This investment project covers a life time of 10 years. The discount rate used is 6.745% MRR; the 10% growth rate for projection purposes is based on previous 5-year period growth rate; and the inflation rate for cost adjustments is 2%. This project is financially acceptable in 8 out of 9 scenarios, except the 8th SAC. 3 other dimensions are also examined: 1) a marketing analysis; 2 a technical analysis; and a managerial analysis.

Key words: financial feasibility study, legal translation agency, financial ratios, SVT

---

[1] Graduate Student in Business Economics, Faculty of Economics, University of the Thai Chamber of Commerce, email: nopparatpom2002@yahoo.com.

[2] Assistant Professor, Faculty of Economics, University of the Thai Chamber of Commerce, email: komuwm@gmail.com.

Introduction

Statement of the Reasons: Legal translation is a specialized profession essential in a country's economic development. As yet there have not been any financial feasibility studies for the setting up of legal translation agencies even at the world level. This is because legal translation is a highly specialized profession with a limited pool of human resources. In the case of Thailand, there are fewer than 100 legal translators working internationally. Under these circumstances, this feasibility study should serve as a further stepping stone in the academic study of this important and vibrant sector.

Research Objectives: 1) primary objective: to conduct a financial feasibility study for the setting up of a legal translation agency in Thailand; and 2) detailed objectives: 2.1) to conduct a feasibility study with respect to the marketing, managerial, technical, and financial dimensions in order to derive the costs and benefits for the setting up of a legal translation agency in Thailand; which shall lead to the establishing of a detailed revenue-expense analysis thereof; and 2.2) to analyze financial ratios for business decision in the legal translation business.

Expected benefits: 1) to serve as a guideline in the decision-making process for the setting up of a legal translation agency, and 2) to serve as the practical and theoretical basis for those interested in operating a legal translation agency whereby they may apply the insights gained through this research in their investment decision-making process.

Research Methodology:

1) Financial analysis: This financial study comprises the following dimensions – i) discounted payback period (DPB), ii) net present value (NPV), iii) benefit cost ratio (B/C ratio), iv) internal rate of return (IRR), v) MIRR (RR = 6.745%), vi) MIRR (RR = 7.245%), vii) SVTc, and viii) SVTb. These are applied across a base-case analysis and 8 sensitivity analysis cases. The **switching value test (SVT)** reflects the underlying the sensitivity analysis:[3] The data collection covers 2014-2018. The sensitivity analysis covers 1) 5% revenue decrease, 2) 10% revenue decrease, 3) 5% cost increase, 4) 10% cost increase, 5) 5% revenue decrease and 5% cost increase, 6) 5% revenue decrease and 10% cost increase, 7) 10% revenue decrease and 5% cost increase, and 8) 10% revenue decrease and 10% cost increase.

[3] The SVT comprises i) the cost-side switching value test, and ii) the benefit-side value test.

2) Applications of relevant economic concepts: Major economic concepts applied include 2.1) The concept of **opportunity costs –** the home office space and the contributions of the researcher as the lead translator have been accounted for in the forms of the monthly office rental, and assignment-based payments at specified professional rates; 2.2) the concept of **time value of money –** all the financial parameters are discounted to reflect the bearing of the time value of money, and the **monetary discounting realities**. The methodology underlying the choice of the discount rate is related to **interest rates**; 2.3) the concept of **interest rates** (the **prices of loanable funds) –** Interest rates have direct bearing on other macroeconomic variables.[4] In feasibility studies, interest rates play no less a pivotal role as shown in their roles as discount rates, or their vicarious role as benchmarks for the identification of appropriate discount rates. This study highlights i) the span of the 10 years as 2008-2018 from the BOT's database to predict the interest rate for the next 10 years; ii) the interest rates are selected from all the registered commercial banks to reflect the average interest; iii) the researcher then decides whether to use this resulting average interest rate as the discount rate, or use this average interest figure as the benchmark against which specific interest rates from Thai banks are measured. The most cost-effective interest rate is selected as the discount rate across the next 10 years; and 2.4) the **inflation rate** selected for cost components calculation is based on the researcher's calculation of Thailand's 10-year average inflation. The researcher then decides whether to 2.4. 1 use this average inflation figure for the cost components calculation, or 2.4.2 use this average inflation figure as the benchmark against which a specific inflation rule-of-thumb figure is measured for computational ease.

Data Collection: 1) primary data – these data cover information on legal transition from the researcher' professional experience, accounting documents – e.g. costs, revenue, service rates, and service frequencies – and legal transition contracts, ensuring the veracity of the contents not as yet made publically available; and **2) secondary data –** secondary data are collected on the legal translation sector, and macroeconomic data from printed matters, related research, such agencies as the BOT and the Ministry of Commerce.

Contributions of this Study: i) This study *per se* constitutes the first feasibility study for the setting-up of a legal translation agency across the world; **ii)** the core data are based on the researcher's own accounting documents, as well as professional expertise and insights. No other relevant

[4] For example, national output and national income in the money market as reflected in the LM curve representing the direct relationship between interest rates (*r*); and national outputs and national income (Y). It also plays a pivotal role in the net capital outflow (NCO) relationship.

professional sources have been made publically available. Hence, these set of data and the calculation treatment thereof are both reliable and revealing; **iii)** the secondary data sources are also consulted with. Certain sources have not been referred to extensively and at great length on account of the specialized and seclusive nature of the profession. Data from these sources have been additionally analyzed to shed further light and provide insights on the industry and profession; **iv)** the researcher draws on his linguistic backgrounds to offer a critical review of the existing translation theory, and construct his own theory to shed light on the actual legal translation technical process; **v)** the project's temporal scope covers 10 years, allowing the researcher to take into consideration the impact of inflation and professional progression in a more realistic manner than a span of 5 year;[5] vi) financial theories are delved into with regard to their applications. **vii)** this study aims to achieve theoretical rigor and comprehensiveness in its scope. A substantial set of 7 tools is applied to ensure that the sensitivity approach is theoretically substantiated. All of our financial parameters are discounted to reflect **the time value of money**, marked to an **inflation rate** for the project's cost components calculations.

Industry and project background: 1) the market structure of Thailand's legal translation sector – the main demand groups in Thailand's translation sector comprise: 1.1) 20 ministries, 173 departmental agencies or equivalents, and 16 constitutional organizations; 1.2) 58 public organizations,[6] and 7 independent organizations and constitutional organizations;[7] 1.3**) international organizations**;[8] 1.4) **large-scale private organizations:** 537 companies (members of the Thai Listed Companies Association),[9] 91 of which are listed companies.[10] 14,572 companies were registered with a registration

[5] 5 years may prove too short for our purposes, while 20 years could entail uncertainties.

[6] See GINFO, Government Information System, and Wikipedia, a Public Organizations List, in Thai.

[7] The Constitutional Court, Courts of Justice, Administrative Courts, Military Courts, and 7 other organizations.

[8] These refer to organizations under the United Nations (UN), and other international organizations such as the Delegation of the European Union in Thailand. Thailand is home to more UN agencies than any other country in the Asia-Pacific region, comprising 18 agencies. See United Nations Thailand, UN Agencies in Thailand.

[9] Thai Listed Companies Association, A List of Members Companies of the Thai Listed Companies Association.

[10] Thai Listed Companies Association, http://www.thailca.com/member_list/type/9/page/10.

capital worth over 100 million baht;[11] 1.5) 84,099 private non-profit organizations throughout the country;[12] and 1.6) **70,000 attorneys and legal personnel** (Bunnag Rujira, 2016). **The legal translation service practitioners is divides into 7 main groups as per the service fee schedules:** 1) grade A+ services (2,000 baht/page);[13] 2) grade A services (1,500 baht/page); 3) grade A- services (1,200 baht/page); 4) grade B+ services (1,000 baht/ page); 5) grade B services (800 baht/page); 6) grade B- services (600 baht/ page); and 7) grade C+ services (500 baht/page).[14]

This first-ever survey covers English-Thai legal translators offering their legal translation services in the industry at large, based on the researcher's professional experience and insights, and the discussions with three other interpreters. Key observations on the sector's competitive behavior hold: 1) there being only 82 English-Thai legal translators in Thailand, the market structure represents a highly specialized field, based on the translator's mother tongue and foreign language expertise, as well as specialized corpuses of knowledge; 2) CRK Translation does not compete with most other service providers when it comes to top-quality legal translation. It is a competition scenario across groups 1 to 4;[15] and 3) this profession requires reciprocity as legal translators often work in pairs or in groups. This is a case of competition-cum-reciprocity where legal translators concerned work in cooperative games, which also serves as a key factor determining the characteristics of behavior.

Practical information on CRK Translation Service: The setting up of CRK Translation Service as a legal translation agency is based on 15 years of legal translation service rendering in the

---

[11] Data as of 20 December, 2019. See Department of Business Development, Business Registration, 2nd Quarter/ 2018 (Jul-Sept), p. 16.

[12] National Statistical Office, Preliminary Data Summary, Non-Profit Organizations (2018, p.2), and the Civil Society Empowerment Institute, http://www.thaicivilsociety.com/?p=database&act=cso

[13] This rate applies in exceptional cases in the sector, e.g. a translation of a very specialized nature which is to be completed in a limited period of time.

[14] Compiled through the researcher's professional experience in consultation with 3 other professional legal translators as of September, 2019.

[15] The more specialized a topic it is, the fewer legal translators are capable of delivering legal translation services. In certain cases, it is competition between groups 1 and 2. Where the expertise of specific interpreters is adequately appreciated, service differentiation is key, whereby agencies may specify only translators from group 1 or even just one particular translator as their preferred choice.

capacity of a freelance legal translator associated accounting-wise with a private firm. The legal translation team has extensive experience, working in cooperation with world-class organizations and the country's major agencies globally. The **CRK Translation** home office is a one-floor multi-purpose building, covering a total area of 84 square meters, strategically located with adequate access to public transport. The Agency provides Thai-English-French **legal translation** across interdisciplinary fields, e.g. finances, agriculture, labor, and urban planning, through its main website in Thai, English, and French. **This new development represents a professional continuation and a major business move.**

Marketing, Technical, and Managerial Analyses:

4.1 Marketing analysis: With regard to marketing analysis this study examines 6 marketing concepts – **4.1.1 the STP analysis: 4.1.2 the analysis of value and lifestyle system (VALS) 4.1.3 the PESTEL Framework 4.1.4) the five forces analysis 4.1.5) SWOT analysis 4.1.6) integrated Marketing Channels.** In this article, we present only 2 of these i.e. the STP Analysis, and the five forces analysis.

4.1.1 STP Analysis: i) segmentation – CRK's service recipients are largely organizational clients, involved in international affairs. They are open to new concepts, and have developed clear and definite systems, and have set aside adequate budget ceilings for legal translation services; **ii) targeting –** key target groups in the legal translation sector are 1) departmental-level public agencies or above, 2) public organizations and organizations as per the Constitution of the Kingdom of Thailand, 3) international organizations, 4) large private organizations, and 5) large private non-profit organizations; **iii) brand positioning – CRK Translation's going rate is 1,500 per page** as per its brand positioning. **With respect to its points of parity, CRK's legal translation services convey the meaning of the original content completely and accurately,** while with respect to its **points of difference, CRK provides translations of exceptionally high quality with textual accuracy and completeness grammatically and as per the original standard register in both Thai-English and English-Thai translation in a timely manner as requested by professionals, academics, and practitioners in international sub-sectors of the various legal professions.**

4.1.4 Five Forces Analysis: i) threat of new entrants – new entrants could constitute a treat, stepping into the arena with lower rates where textual complexity is not of an utmost degree. In complex legal translation practices, specialized expertise is the main decisive factor in determining the

success of the task in consideration;[16] **ii) bargaining power of suppliers** – the participating translators could potentially wield bargaining power. Yet, in the case of specialized legal translation, the lead translator's expertise is the decisive factor determining the success of the task. Thus, the most effective strategy is quality-based service differentiation; **iii) bargaining power of customers** – clients incur no switching costs in changing to receive translation services elsewhere. A legal translation shall have to deliver satisfaction, supplying the product's value at a level expected thereof. This leads to satisfaction or delight, culminating in customer engagement, based on legal translation services of high quality across a comparable register in both source and target languages. Yet, the rapport between legal translation service recipients and service providers should culminate in a complementary course of action; **iv) intensity of competitive rivalry in the industry** – cut-throat competition prevails only in the Red Ocean sector with less complex translation and the sub-sector comprising low-budget service recipients. In quality-based sectors, service providers shall have to guarantee the quality of their translation to ensure long-term professional security – an equilibrium strategy; and **v) threat of substitute products or services** – Translation-related AI developments in are still capable of providing merely basic translation or interpretation. Yet, in complex legal translation, human interpreters are still more capable than AI-based machines. Legal translators shall have to improve their competency to strengthen their advantages.

Managerial analysis: This project should be operated as a company with 2 salient points: 1) it engenders trust and confidence among service recipients; and 2) it leads to various tax benefits: where an SME makes a profit not exceeding 300,000 baht per year, it shall benefit from tax exemption, any such SME making a profit from 300,001 up to 3 million baht is subject to only a 15% tax rate,[17] and is also eligible to deduct twice as much the amount of accounting expenses. Thus, the setting up of an Agency during the 10% growth rate period is a rational economic choice.

Technical Analysis: CRK's legal translation services provide textual translation with complete accuracy based on communicative grammatical treatment with the same linguistic register as that in the original text, and other linguistic considerations involving the source and target languages. CRK's performance rendering in the same vein as the Interpretive Theory of Translation (ITT) postulated by

[16] This is because resulting mistakes could incur damage worth far more than the costs economized.

[17] This is lower than the rates required of a natural person. Also, a juristic person pays 15% less in tax than a natural person in the same revenue range beyond 5,000,001 baht.

Danica Seleskovitch ensures that its translation is of good quality in line with functional language considerations and the communicative spirits of the law. The purpose is to convey the real meaning without adhering to the linguistic traits and structures across all levels, reflecting the true communicative characteristics through source and target languages with all their similarities and differences. Linguistics-based knowledge is subject to limitations in its scope. Identifying problems without suggesting solutions culminates in communicative problems and academic studies. Adhering to language forms makes communicators fixed in a linguistic frame without deriving the true semantic essence. The deverbalisation process enables the capturing of main ideas and retransmission thereof in a new linguistic format.[18] As Thai belongs to the isolating language typology, while English belonged to the inflectional language typology, and developed to incorporate agglutinative and isolating typologies, both languages exhibit a great many grammatical and morphological differences. **These issues are of great relevance in our project. As the English-Thai translation process involves 2 separate language families and different language typologies, the communication process may well render distortions, misinterpretations, or unnatural resulting products if the translator aims to preserve the linguistic structure rather than the semantic essence.** The ITT may be applied where the original legal text has sanction effectiveness. The researcher has been practicing his art in line with the ITT *ab initio* to convey the content completely, accurately, and speedily. This theory presents a crucial technical analysis indicating the feasibility of translation delivery, rendering a pivotal marketing value.

Financial Findings Analysis: regarding the financial assumptions, conditions, and requirements, the key fundamental numerical assumptions are – **1) the discount rate used:** 6.745 % MRR from the Government Savings Bank;[19] **2) the average inflation rate** applied in the adjustment of the expenses is 2%. The average 2009-2018 headline consumer price index was 1.432%, while the average core consumer price index was1.146%;[20] **3) a project life span of 10 years** in lieu of 5 years better reflects financial trends and developments; **4) the growth rate is 10% for ease of calculation**, based on the previous 10.02% 5-year growth rate in the number of translation units from 2014 to 2018;

---

[18] For example, in arbitration, “award” means ‘คำชี้ขาดของคณะอนุญาโตตุลาการเป็นลายลักษณ์อักษร’.

[19] The GSB’s 6.745% MRR proves to be a lower discount rate than the average 2009-2018 MRRs of all registered commercial banks. The average MRRs was 7.12%, the average lower and higher MRRs was 7.245%; and the average MLR was 6.66%. See the Bank of Thailand.

[20] Calculated by the researcher, based on the BOT’s Economic Indicators Database.

and **5) the firm's cash flows** constitutes a major component of its financial feasibility and viability. In the base-case cash flow scenario, the Agency enjoys positive cash flows, constituting a strong foundation for its positive performance.

Table 1: CRK Translation's Cash Flows in the Base Case

Details	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5	Year 6	Year 7	Year 8	Year 9	Year 10
Aggregate Revenue Cash Flows	3,150,000.00	3,465,000.00	3,811,500.00	4,192,650.00	4,611,915.00	6,087,727.80	6,696,500.58	7,366,150.64	8,102,765.70	8,913,042.27
Aggregate Opertaing Revenue	3,150,000.00	3,465,000.00	3,811,500.00	4,192,650.00	4,611,915.00	6,087,727.80	6,696,500.58	7,366,150.64	8,102,765.70	8,913,042.27
Other Revenue	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aggregate expenses Cash Flows	2,977,593.00	2,882,379.60	3,036,241.33	3,302,971.55	3,597,698.92	4,786,326.36	4,988,810.06	5,461,380.28	5,982,077.56	6,551,926.96
Aggregate Pre-Operation expenses	32,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Investment expenses	409,000.00	-	-	-	-	242,124.92	-	-	-	-
Aggregate Operating expenses	712,368.00	784,669.60	826,101.33	869,034.64	917,027.22	1,015,153.97	1,085,670.25	1,146,295.63	1,214,024.53	1,285,190.65
Task-Based expenses	1,690,500.00	1,970,730.00	2,089,905.00	2,320,446.91	2,573,926.70	3,529,047.47	3,903,139.80	4,315,084.66	4,768,053.04	5,266,736.31
Principal and Interest Payment	133,725.00	126,980.00	120,235.00	113,490.00	106,745.00	-	-	-	-	-
EBIT	172,407.00	582,620.40	775,258.67	889,678.45	1,014,216.08	1,301,401.44	1,707,690.52	1,904,770.36	2,120,688.14	2,361,115.31
Earning after Interest (before Tax)	138,682.00	555,640.40	755,023.67	876,188.45	1,007,471.08	1,301,401.44	1,707,690.52	1,904,770.36	2,120,688.14	2,361,115.31
Shareholders' Earning	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Net Profit for the Agency	138,682.00	555,640.40	755,023.67	876,188.45	1,007,471.08	1,301,401.44	1,707,690.52	1,904,770.36	2,120,688.14	2,361,115.31
Tax	-	83,346.06	113,253.55	131,428.27	151,120.66	195,210.22	256,153.58	285,715.55	318,103.22	354,167.30
Net Earning Cash Flow (after Tax)	**138,682.00**	**472,294.34**	**641,770.12**	**744,760.18**	**856,350.42**	**1,106,191.22**	**1,451,536.95**	**1,619,054.80**	**1,802,584.92**	**2,006,948.01**

Carried-Over Cash

Details	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5	Year 6	Year 7	Year 8	Year 9	Year 10
Sum	138,682.00	472,294.34	641,770.12	744,760.18	856,350.42	1,106,191.22	1,451,536.95	1,619,054.80	1,802,584.92	2,006,948.01

6) Financial analyses: The individual financial analyses in this study are 9 individual cases – i.e. 1 base case and 8 sensitivity analysis cases (SACs). In the base-case analysis and each of the 8 SACs, 7 financial ratios are analyzed: 1) the discounted payback period (DPB), 2) the net present value (NPV) 2) the benefit cost ratio (B/C ratio), 4) the internal rate of return (IRR), 5) the MIRR (RR = 6.745%), and 6) the MIRR (RR = 7.245%). In each sensitivity case the SVTc, and SVTb, both constituting the switching value test (SVT), are also included.

Table 2: Disaggregated Analysis Findings: the Base Case and 8 SACs

Investment Project Feasibility Analysis	Base Case	5% Decrease in Revenue	10% Decrease in Revenue	5% Increase in Expenses	10% Increase in Expenses	5% Decrease in Revenue 5% Increase in Expenses	5% Decrease in Revenue 10% Increase in Expenses	10% Decrease in Revenue 5% Increase in Expenses	10% Decrease in Revenue 10% Increase in Expenses
DPB	**5.11 years**	**6.01 years**	**7.31 years**	**6.05 years**	**7.04 years**	**7.17 years**	**8.61 years**	**8.87 years**	**Not Acceptable in the First 10-Year Cycle**
PVb	37,551,144.98	35,673,587.73	33,796,030.48	37,551,144.98	37,551,144.98	35,673,587.73	35,673,587.73	33,796,030.48	33,796,030.48
PVc	29,325,062.76	29,325,071.84	29,325,071.84	30,791,315.90	32,257,569.04	30,791,315.90	32,257,569.04	30,791,315.90	32,257,569.04
NPV	8,226,082.22	6,348,515.89	4,470,958.64	6,759,829.08	5,293,575.94	4,882,271.83	3,416,018.70	3,004,714.58	1,538,461.45
B/C	1.28	1.22	1.15	1.22	1.16	1.16	1.11	1.10	1.05
IRR	n/a	1772.55%	154.97%	2979.22%	197.10%	175.08%	74.19%	66.78%	29.93%
MIRR (RR = 6.745%)	n/a	101.38%	51.65%	113.40%	55.83%	53.77%	38.49%	36.53%	22.04%
MIRR (RR = 7.245%)	n/a	101.72%	51.89%	113.75%	56.08%	54.01%	38.69%	36.73%	22.19%
SVTc	28.05	21.65	15.25	21.95	16.41	15.86	10.59	9.76	4.77
SVTb	21.91	17.80	13.23	18.00	14.10	13.69	9.58	8.89	4.55
Discount Rate	6.745%	6.745%	6.745%	6.745%	6.745%	6.745%	6.745%	6.745%	6.745%
Decision	**Invest**	**Invest**	**Invest**	**Invest**	**Invest**	**Invest**	**Invest**	**Invest**	**Not Invest**

6.1 The base case in the first year: The DBP is 5.11 years. The NPV value is 8,226,082.22 baht, the B/C ratio is 1.28, which is > than 1. The IRR is not found (n/a; appearing as #NUM! in the Excel calculation). Neither the MIRR (RR = 6.745%) nor the MIRR (RR = 7.245%) is found (both are designated as n/a; and appear as #DIV/0! in the Excel calculation). The SVTc finding is 28.05., while the STVb finding is 21.91; and 6.2 SACs: The results of our 8 SACs are i) 1st SAC – The DBP is 6.01 years, the NPV value is 6,348,515.89 baht, and the B/C ratio is 1.22, which is > than 1. The IRR is 1772.55%. The MIRR (RR = 6.745%) is 101.38%, while the MIRR (RR = 7.245%) is 101.72%. The SVTc finding is 21.65, while the STVb finding is 17.80; ii) 2nd SAC – The DBP is 7.31 years, the NPV value is 4,470,958.64 baht, and the B/C ratio is 1.15, which is > than 1. The IRR is 154.97%. The MIRR (RR = 6.745%) is 51.65%, while the MIRR (RR = 7.245%) is 51.89%. The SVTc finding is 15.25, while the STVb finding is 13.23; iii) 3rd SAC – The DBP is 6.05 years. The NPV value is 6,759,829.08 baht, and the B/C ratio is 1.22, which is > than 1. The IRR is 2979.22%. The MIRR (RR = 6.745%) is 113.40%, while the MIRR (RR = 7.245%) is 113.75%. The SVTc finding is 21.95, while the STVb finding is 18.00; iv) 4th SAC –The DBP is 7.04 years, the NPV value is 5,293,575.94 baht, and the B/C ratio is 1.16, which is > than 1. The IRR is 197.10%. The MIRR (RR = 6.745%) is 55.83%, while the MIRR (RR = 7.245%) is 56.08%. The SVTc finding is 16.41, while the STVb finding is 14.10; v) 5th SAC – The DBP is 7.17, the NPV value is 4,882,271.83 baht, and the B/C ratio is 1.16, which is > than 1. The IRR is 175.08%. The MIRR (RR = 6.745%) is 53.77%, while the MIRR (RR = 7.245%) is 54.01%. The SVTc finding is 15.86, while the STVb finding is 13.69; vi) 6th SAC – The DBP is 8.61. The NPV value is 3,416,018.70 baht, and the B/C ratio is 1.11, which is > than 1. The IRR is 74.19%. The MIRR (RR = 6.745%) is 38.49%, while the MIRR (RR = 7.245%) is 38.69%. The SVTc finding is 10.59, while the STVb finding is 9.58; vii) 7th SAC – The DBP is 8.87, the NPV value is 3,004,714.58 baht, and

the B/C ratio is 1.1, which is > than 1. The IRR is 66.78%. The MIRR (RR = 6.745%) is 36.53%, while the MIRR (RR = 7.245%) is 36.73%. The SVTc finding is 9.76, while the STVb finding is 8.89; and viii) 8th sensitivity case – the DBP is not acceptable in the first 10 Year Cycle. The NPV value is 1,538,461.45 baht, and the B/C ratio is 1.05, which is > than 1. The IRR is 29.93%. The MIRR (RR = 6.745%) is 22.04%, while the MIRR (RR = 7.245%) is 22.19%. The SVTc finding is 4.77, while the STVb finding is 4.55. **Thus, the 8th sensitivity scenario is financially unacceptable.**

Conclusions and a discussion of the research findings: 1) numerous scenarios are examined, involving various financial possibilities through the use of a base-case, and 8 sensitivity cases; the discount rate used is 6.745% MRR based on the GSB figure; the growth rate for projection purposes is 10%, based on previous 5-year period growth rate; and the inflation rate used for cost adjustments is 2%. This project has a life time of 10 years, and 7 financial techniques are applied; 2) the **9 analyses comprise 1 base case and 8 SAC,** and the 7 techniques applied in this study are i) the discounted Payback Period (DPB), ii) net present value (NPV), iii) the benefit cost ratio (B/C Ratio), iv) the internal rate of return (IRR), v) the MIRR: MIRR (RR = 6.745%), and MIRR (RR = 7.245%), vi) SVTc, and vii) SVTb; 3) **Investment-wise, this project is financially acceptable across the board – 8 out of 9 scenarios – with the exception of the 8th SAC.** In the first year base-case scenario, the DBP is 5.11 years. The NPV value is 8,226,082.22 baht. The IRR is #NUM! as it is not found. The analysis results of 8 **SACs** are as follows**: i) 1st SAC in the first year:** The DBP is **6.01 years**. The NPV value is 6,348,515.89 baht. The IRR is 1772.55%; **ii) 2nd SAC:** The DBP is **7.31 years**. The NPV value is 4,470,958.64 baht. The IRR is 154.97%.; **iii) 3rd SAC:** The DBP is **6.05 years**. The NPV value is 6,759,829.08 baht. The IRR is 2979.22%; **iv) 4th SAC:** The DBP is 7.04 years. The NPV value is 5,293,575.94 baht. The IRR is 197.10%; **v) 5th SAC:** The DBP is 7.17. The NPV value is 4,882,271.83 baht. The IRR is 175.08%; **vi) 6th SAC:** The DBP is 8.61 years. The NPV value is 3,416,018.70 baht. The IRR is 74.19%; **vii) 7th SAC:** The DBP 8.87 years. The NPV value is 3,004,714.58 baht. The IRR is 66.78%. The SVTc finding is 9.76, while the STVb finding is 8.89; and **viii) 8th SAC:** The DBP is not **measureable in the first 10 year cycle**. The NPV value is 1,538,461.45 **baht.** The IRR is 29.93%. Thus, **the 8th sensitivity scenario is financially unacceptable**.

Recommendations: 1) there should be more research project on the setting up of specializes language-related services and undertakings across the word, as language is an intrinsic asset in economic development and human activities in the age of globalization and the ASEAN Community; 2) as there are many factors determining a project's success, future projects in this important field should take into consideration based on theoretical foundations. Such factors should also include the

following: i) different discount rates, i) different inflation rates, ii) different financing plans, iv) different competitive scenarios, and vi) impacts of the public policy; 3) some of the future research projects should be conducted on a larger scale, involving contributions from interdisciplinary fields to measure the sector's economic impacts more comprehensively; and 4) future researchers should also apply other methodologies and computational techniques to take account of other nuances.

Selected Bibliography

Bank of Thailand, Thailand's Macroeconomic Indicators (2009-2018), in Thai. Retrieved August 7, 2019, from https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID =409&language=TH

Greenberg, David H., Vining, Aidan R., and Weimer David L. (2018). *Cost-Benefit Analysis: Concepts and Practice* (5th ed.). Cambridge, Cambridge University Press.

Bunnag Rujira, Thai Attorneys and Foreign Attorneys in Thailand, in Thai. the Daily News, 14 March, 2016, Retrieved September 24, 2019, from http://www.marutbunnag.com/article/374/

Civil Society Empowerment Institute. Other Civil Society Databases, in Thai. Retrieved October 21, 2019, from http://www.thaicivilsociety.com/?p=database&act=cso

Department of Business Development, Business Registration, in Thai, 2nd Quarter/2018 (Jul-Sept), p. 16. Retrieved October 8, 2019, from https://www.dbd.go.th/index.php

Ehrhardt Michael C. & Brigham Eugene F. (2011). *Corporate Finance* (4th ed.). pp. 388-389. South-Western, CENGAGE Learning.

GINFO, Government Information System. Retrieved October 2, 2019. from http://www.oic.go.th/ginfo/index_en.asp

Investopedia, Porter's 5 Forces, Reviewed by Jim Chappelow (Updated Oct 18, 2019). Retrieved October 21, 2019, from https://www.investopedia.com/terms/p/porter.asp,

Kotler, P. & Keeler, K. L. (2016). Marketing Management (15th global ed). Edinburgh, Pearson Education. Retrieved 6 August, 2019, from www.google.co.th,

National Statistical Office, Preliminary Data Summary, Non-Profit Organizations, 2018, p.2, Primary Data Summary of the 2018 Non-Profit Private Organizations Survey, in Thai. Retrieved October 21, 2019, from http://www.nso.go.th/sites/2014

Senate, Thai Political Encyclopedia for Youth, Volume 3, Thai Politics in Contexts Relating to

Other Sectors, in Thai. Retrieved October 17, 2018, from https://library1.parliament.go.th/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=73439&shelfbrowse_itemnumber=97000

SME Development Bank (2018). SMEs as Juristic Persons Are Subject to 15% Lower Taxes. Retrieved September 24, 2019, from https://www.smebank.co.th/knowledge-sme/detail/642

Thai Listed Companies Association, A List of Members Companies of the Thai Listed Companies Association, in Thai. Retrieved December 1, 2019, from http://www.thailca.com/member_list/page/54

Thai Listed Companies Association, SET Listed Companies. in Thai. Retrieved December 29, 2019, from http://www.thailca.com/member_list/type/9/page/10

United Nations Thailand, UN Agencies in Thailand. in Thai. Retrieved October 16, 2019, from http://www.un.or.th/th/un-agencies/

Wikipedia, Constitutional Organizations as per the Constitution of the Kingdom of Thailand. In Thai. Retrieved October 2, 2019, from https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B9%8C%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%90%E0%B8%98%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B9%E0%B8%8D%E0%B9%81%E0%B8%AB%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%93%E0%B8%B2%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2

Wikipedia, a Public Organizations List. Retrieved October 2, 2019, from https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B9%8C%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%99

Widlund-Fantini, A. Danica Seleskovitch: Interprète et témoin du XXe siècle. Retrieved 10 September 2019, from https://books.google.co.th/books?id=ZuZ3bllaUc8C&dq=isbn+978-2-8251-3697-3&redir_esc=y&hl=th

สายงานวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
อาคารสำนักงานอธิการบดี 1 ชั้น 4
โทรศัพท์ 02-9547300 ต่อ 528,128
อีเมล: research@dpu.ac.th