DPU
DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY
NEW BUSINESS DNA

วารสารสุทธิปริทัศน์

SUTHIPARITHAT JOURNAL

ISSN 0857-2690

ปีที่ 30 ฉบับที่ 95 กรกฎาคม - กันยายน 2559
Vol.30 No.95 July-September 2016

วารสารสุทธิปริทัศน์ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
เป็นวารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย
(Thai-Journal Citation Index Centre: TCI) กลุ่มที่1
ประกาศ ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2558

สุทธิปริทัศน์
SUTHIPARITHAT

ปีที่ ๓๐ ฉบับที่ ๙๕ กรกฎาคม - กันยายน ๒๕๕๙
Volume 30 Number 95 July - September 2016
ISSN 0857-2690

http://www.dpu.ac.th/dpurc/journal

วารสารสุทธิปริทัศน์ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) เป็นวารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre: TCI) กลุ่มที่ 1
ประกาศ ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2558

เจ้าของ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210 โทร. 02-954-7300 (อัตโนมัติ 30 หมายเลข) ต่อ 361 E-mail : dpujournal@dpu.ac.th Dhurakij Pundit University 110/1-4 Prachachuen Road Laksi, Bangkok 10210 Telephone 02-954-7300 (Automatic 30 Number) # 361	
คณะที่ปรึกษา	ศาสตราจารย์ ดร.บุญเสริม วีสกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	ศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ สินลารัตน์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	รองศาสตราจารย์ ดร.วรากรณ์ สามโกเศศ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์วัลย์ สัตยารักษ์วิทย์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	รองศาสตราจารย์ ดร.เรณู สุขารมณ์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	คณบดีทุกคณะ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
บรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ กัญจนพงศ์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
กองบรรณาธิการบุคคลภายนอก	ศาสตราจารย์ ดร.ทวีป ศิริรัศมี	มหาวิทยาลัยศิลปากร
	ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาต สถาปิตานนท์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
	รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียา วิบูลย์เศรษฐ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
	รองศาสตราจารย์ ดร.กัญจนา ลินทร์ตนศิริกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
	รองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
	รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
	รองศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปองสิน วิเศษศิริ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศศิริร์ บวรกิตติ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา คภะสุวรรณ	มหาวิทยาลัยมหิดล
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัลลภา ปิติสันต์	มหาวิทยาลัยมหิดล
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
	ดร.สินาด ตรีวรรณไชย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
	ดร.พุฒวิทย์ บุนนาค	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
	ดร.สุนทรี เหล่าพันจัน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
กองบรรณาธิการบุคคลภายใน	รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	รองศาสตราจารย์ ดร.นิตย์ เพ็ชรรักษ์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	รองศาสตราจารย์ พินิจ ทิพย์มณี	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันวร จะนู	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิลล่า พงศ์ยี่หล้า	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คม คัมภิรานนท์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิฏิรัตน์ ทิพรส	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	ดร.เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
กองการจัดการ (การเงินและสมาชิก)	กรรณิการ์ วัชราภรณ์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ออกแบบรูปเล่ม-จัดหน้า	มนสิชา กรดนวม	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
กำหนดออก	ราย 3 เดือน ฉบับละ 550 บาท	
จัดจำหน่าย	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	โทร. 02-954-7300 ต่อ 445, 528, 128
พิมพ์ที่	โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	โทร. 02-954-7300 ต่อ 277

ทัศนะข้อคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารสุทธิปริทัศน์ เป็นทัศนะวิจารณ์อิสระทางคณะผู้จัดทำไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยกับทัศนะข้อคิดเห็นเหล่านั้นแต่ประการใด ลิขสิทธิ์บทความเป็นของผู้เขียนและวารสารสุทธิปริทัศน์ และได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย
The View Expressed in each Article are Solely those of Author(s).

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ทวีป ศิริรัศมี	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาต สถาปิตานนท์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ๊กกินส์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญจนา ลินทร์ตนศิริกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.นรา สมประสงค์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ธรรมเจริญ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียา วิบูลย์เศรษฐ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ประเทือง ทินรัตน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ วิรัช สงวนวงศ์วาน	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปองสิน วิเศษศิริ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธาตรี ใต้ฟ้าพูล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศศิริร์ บวรกิตติ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรุณา ไบโลวัส	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา คภะสุวรรณ	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัลลภา ปีติสันต์	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภวัฒน์ พุกเจริญ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณรพี บานชื่นวิจิตร	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชื่นสุมล บุนนาค	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
ดร.สินาด ตรีวรรณไชย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ดร.พุฒวิทย์ บุนนาค	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ดร.สุนทรี เหล่าพันจัน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ดร.ปัทมา สว่างศรี	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ดร.มานิต บุญประเสริฐ	มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.ประสิทธิ์ เขียวศรี	สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา
ดร.วินัย หอมสมบัติ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.จิรศักดิ์ รอดจันทร์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
รองศาสตราจารย์ ดร.กล้า ทองขาว	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สร้อยศิธร อิศรางกูร ณ อยุธยา	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รสสุคนธ์ เสวตเวชากุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา สิทธิพงษ์พานิช	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรสิทธิ์ ชูชัยวัฒนา	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลีลา เตี้ยงสูงเนิน	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทสารี สุขโต	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิณสุดา สิริธรังศรี	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.ณัฐกฤตา โชติภัคธนสุข	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.กรรภิรมย์ โกมลารชุน	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.ม.ล. กุณฑลรัตน์ ทวีวงศ์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.ศิริเดช คำสุพรหม	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ดร.โสภณ แย้มกลิ่น	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สารบัญ
Contents

บทความวิชาการ :

ความวิตกกังวลในการเรียนภาษาอังกฤษ: องค์ประกอบ ผลกระทบ และแนวทางการแก้ปัญหา 1
ENGLISH LANGUAGE CLASSROOM ANXIETY: COMPONENTS, EFFECTS, AND SOLUTIONS
ทนัญชัย เยี่ยมสวัสดิ์
Thananchai Yiamsawat

การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้ถูกต้องทำอย่างไร 13
HOW TO MAKE THE RIGHT PERSONAL INCOME TAX PLANNING
ธนิดา จิตร์น้อมรัตน์,
Thanida Chitnomrath

การสร้างอัตลักษณ์เด็กผู้หญิงผ่านวรรณกรรมนิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" 28
FORMING GIRLS' IDENTITY THROUGH CHILDREN LITERATURE "KUNGKING"
เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง
Yaowanart Panpeng

บริบทสำคัญหรือไม่ในการเรียนรู้คำศัพท์ 37
DOES CONTEXT MATTER IN VOCABULARY LEARNING?
รัชศักดิ์ จิรวัฒน์
Rachasak Jirawat

บทความวิจัย :

พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ 48
IN-CLASS SMARTPHONE USAGE BEHAVIORS AMONG DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY STUDENTS
ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ
Thuntuch Viphatphumiprathes

ผลกระทบของการรับรู้ทัศนธาตุต่างๆ ที่มีต่อความตั้งใจซื้อแอพพลิเคชันเกมใหม่ของผู้ใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทย 59
THE EFFECTS OF PERCEPTION OF VISUAL ELEMENTS ON PURCHASE INTENTION OF NEW GAME APPLICATIONS OF THE SMARTPHONE USERS IN THAILAND
กุลโรจน์ เกิดบัวแก้ว, ศุภรา คภะสุวรรณ
Kularoj Koedbuakaew, Supara Kapasuwan

จารึกภาษาสันสกฤตในอินเดียและกัมพูชา: บรรทัดฐานความงามของอลังการ 75
SANSKRIT INSCRIPTIONS IN INDIA AND CAMBODIA: AN AESTHETIC NORM OF ALAṂKARA
นิพัทธ์ แย้มเดช
Nipat Yamdate

การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษาประเทศไทย 89
THE STUDY OF ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK CONDITIONS IN ENHANCING ENTREPRENEURIAL SOCIETY: A CASE STUDY OF THAILAND
วิเลิศ ภูริวัชร, สุชาติ ไตรภพสกุล, ชาคริต พิชญางกูร
WilertPuriwat, Suchart Tripopsakul, Chakrit Pichyangkul

สารบัญ
Contents

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ 103
FACTORS AFFECTING ENTREPRENEURIAL INTENTION OF UNDERGRADATE STUDENTS: A CASE STUDY OF BANGKOK UNIVERSITY
มารยาท โยทองยศ, ทรงวาด สุขเมืองมา
Marayat Yotongyos, Songwad Sukmaungma

ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับ ความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นต่อทูตตราสินค้าของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินในเขตกรุงเทพมหานคร 116
THE RELATIONSHIP AMONG THE ADOPTION, RELIABILITY AND TRUST TOWARDS BRAND AMBASSADORS OF FINANCIAL INSTITUTION CUSTOMERS IN BANGKOK
อังค์วรา เพียรธรรม, พรพรหม ชมงาม
Angwara Pientham, Pornprom Chomngam

การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์ตามแบบจำลอง CAPM: อัตราส่วน Sharpe และอัตราส่วน Treynor 130
ANALYSIS OF EXPECTED RETURN AND RISK OF SECURITY BASED ON CAPM MODEL: SHARPE RATIO AND TREYNOR RATIO
ชาญณรงค์ ชัยพัฒน์
Channarong Chaiphat

ความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนใต้ 143
PUBLIC CONFIDENCE TO OPERATION OF MINISTRY OF JUSTICE IN THE SOUTHERN BORDER
กรกฎ ทองขะโชค, จำนงค์ แรกพินิจ, สุทธิพร บุญมาก, ธีรพร ทองขะโชค
Korakod Tongkachok, Chamnong Rackphinit, Suttiporn Bunmak, Teeraporn Tongkachok

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง 156
A STUDY OF KEY SUCCESS FACTORS FOR AN E-COMMERCE BUSINESS IN WIRE ROPE INDUSTRY
นฤมล สุวิมลเจริญ, ปรารถนา ปุณณกิติเกษม
Narumol Suvimoljareon, Prattana Punnakitikashem

ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน 176
Development Strategies for Administrators in Basic Education Institutions for Education Management to ASEAN Community
กอบกิจ สิทธิธนากานต์
Kopkit Sitthithanakarn

การจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน 186
KNOWLEDGE MANAGEMENT OF AUTONOMOUS UNIVERSITIES AND PRIVATE UNIVERSITIES
ปณิตตรา นราภิรมย์ขวัญ, ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์
Panittra Narapiromkwan, Sivanun Sivapitak

สารบัญ
Contents

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงบูรณาการเพื่อพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยของนักศึกษาจีน เอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรี สาธารณรัฐประชาชนจีน 201
A DEVELOPMENT OF INTEGRATED TRAINING CURRICULUM TO IMPROVE THE ABILITY IN DELIVERING THAI LANGUAGE SPEECH OF UNDERGRADUATE CHINESE STUDENT MAJORING THAI LANGUAGE, REPUBLIC OF CHINA
เฉิน เยี่ยนเยี่ยน
CHEN YANYAN

การบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวม 212
MANAGEMENT OF TELEVISION IN THE DIGITAL CONVERGENCE ERA
ฐิตินัน บ. คอมมอน
Thitinan B. Common

หนังสือน่าอ่าน :

ชื่อหนังสือน่าอ่าน : "โลกเปลี่ยน ไทยปรับ" 223
พัชราภา ตันติชูเวช
Patcharapa Tantichuwet
Instructor at College of Education Sciences, Dhurakij Pundit University

บทบรรณาธิการ

ในวารสารสุทธิปริทัศน์ฉบับนี้ เรายังคงรักษามาตรฐานในการคัดเลือกบทความวิจัยและบทความวิชาการที่มีคุณภาพเช่นเดียวกับฉบับที่ผ่านๆ มา ซึ่งในฉบับนี้มีจำนวนบทความทั้งสิ้น 17 บทความ แบ่งเป็นบทความวิชาการ 4 บทความและบทความวิจัย 13 บทความ ซึ่งมีบทความด้านการจัดการการเงินส่วนบุคคล การลงทุนและบริหารธุรกิจ เช่น “การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้ถูกต้องทำอย่างไร” “การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์ตามแบบจำลอง CAPM: อัตราส่วน Sharpe และอัตราส่วน Treynor” “ผลกระทบของการรับรู้ทัศนธาตุต่าง ๆ ที่มีต่อความตั้งใจซื้อแอพพลิเคชันเกมใหม่ของผู้ใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทย” “ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับ ความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นต่อทูตตราสินค้าของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินในเขตกรุงเทพมหานคร” “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง” เป็นต้น

อีกทั้งยังมีบทความด้านความเป็นผู้ประกอบการ เช่น “การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษาประเทศไทย” “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ” และบทความด้านการจัดการการศึกษา เช่น “ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน” “การจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน” เป็นต้น

หนังสือน่าอ่านในฉบับนี้มีชื่อว่า “โลกเปลี่ยน ไทยปรับ” แต่งโดย ดร. สุวิทย์ เมษินทรีย์ ซึ่งผู้แนะนำหนังสือเล่มนี้คือ ดร.พัชราภา ตันติชูเวช อาจารย์ประจำวิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ หนังสือเล่มนี้กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในภาพรวมตั้งแต่อดีต ปัจจุบันจนถึงแนวโน้มความน่าจะเป็นของสังคมไทยในอนาคตบนเวทีโลกทั้งในบริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม โดยผู้เขียนใช้มุมมองแบบ Bird eye view ที่จะทำให้ผู้อ่านได้เห็นภาพของตนเองในฐานะที่เป็น “คนไทย” ที่เป็นส่วนหนึ่งใน “สังคมไทย” และ “ประเทศไทย” อย่างชัดเจน

สุดท้ายนี้ ผมขอแจ้งให้ทุกท่านทราบว่า วาระการดำรงตำแหน่งบรรณาธิการวารสารของผมจะสิ้นสุด ณ สิ้นเดือนกันยายนนี้แล้ว ผมคงต้องกล่าวลาทุกท่านนะครับ ในช่วงที่ผ่านมา ผมพยายามทำหน้าที่นี้อย่างเต็มความสามารถ แต่งานในกองบรรณาธิการนี้เยอะมากครับ เพราะมีผู้ส่งบทความมาเป็นจำนวนมาก จนผมต้องนำงานกลับไปทำที่บ้านอยู่เสมอ ส่วนทีมงานในกองบรรณาธิการก็พยายามทำงานกันอย่างเต็มที่ แต่ทั้งนี้ หากเรากระทำสิ่งใดที่ทำให้ท่านรู้สึกขุ่นข้องหมองใจ ผมขอเป็นตัวแทนทีมงาน ขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วยครับ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีรศักดิ์ กัญจนพงศ์
Email: teerasak.khg@dpu.ac.th
บรรณาธิการ

ความวิตกกังวลในการเรียนภาษาอังกฤษ: องค์ประกอบ ผลกระทบ และแนวทางการแก้ปัญหา

ENGLISH LANGUAGE CLASSROOM ANXIETY: COMPONENTS, EFFECTS, AND SOLUTIONS

ทนัญชัย เยี่ยมสวัสดิ์*
Thananchai Yiamsawat*

* หัวหน้าหมวด หมวดวิชาภาษาอังกฤษเพื่อเสริมการเรียนการสอน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
* Program Head, English for Instructional Support Section, Faculty of Arts, Dhurakij Pundit University
* Email: thananchai.yit@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

ความวิตกกังวลถือเป็นตัวแปรหรือปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลต่อกระบวนการเรียนรู้ภาษาที่สองหรือภาษาต่างประเทศ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบสำคัญที่มีบทบาทต่อความวิตกกังวลในการเรียนภาษาต่างประเทศ ครอบคลุมองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ผู้สอน สภาพแวดล้อม และผู้เรียน นอกจากนี้ ได้กล่าวถึงผลของความวิตกกังวลในการเรียนภาษาต่างประเทศทั้ง 4 ด้าน คือ ผลกระทบด้านวิชาการ ผลกระทบด้านการเรียนรู้ ผลกระทบด้านสังคม และผลกระทบด้านบุคคล อีกทั้งข้อเสนอแนะสำหรับอาจารย์ผู้สอนภาษาอังกฤษเกี่ยวกับกลวิธีในการจัดการกับความวิตกกังวล เพื่อช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนการแสดงออกทางภาษาต่างประเทศ และช่วยลดความวิตกกังวลที่เกิดขึ้นในห้องเรียน โดยการสร้างบรรยากาศในห้องเรียนให้มีลักษณะเป็นมิตร และมีความผ่อนคลาย การให้ผู้เรียนทำงานร่วมกันเป็นคู่ หรือทำงานเป็นกลุ่มเล็กๆ ตลอดจนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน

คำสำคัญ: ความวิตกกังวลในการเรียนภาษา องค์ประกอบ ผลกระทบ แนวทางการแก้ปัญหา

Abstract

Anxiety is one of the affective variables that can influence students' language learning process and second or foreign language achievement. This article critically reviews the literature that examined the potential factors involved in language anxiety including three components: the teacher, the environment, and the student. The other theme that is described in this review is four major effects of anxiety on foreign language learning and performance, that is, academic, cognitive, social, and personal effects. English language teachers are recommended to enhance their students' performance and reduce language classroom anxiety by creating a friendly and relaxing classroom atmosphere, encouraging students' involvement in pair and group work activities and providing appropriate and useful activities for their students.

Keywords: Language Anxiety, Components, Effects, Solutions

Introduction

The current teaching and learning of English in Thailand is unsuccessful. When compared to neighboring countries, Thailand's English proficiency is at a low position. In 2015, the Education First English Proficiency Index (EF EPI, 2015) ranked Thailand in 62nd place out of 70 countries, with an average score of 45.35, and evaluated Thailand as having "very low proficiency."

Even though Thai students spend 9 to 12 years studying English in basic education, many of them do not achieve a high level of English competency. Punthumasen (2007) indicated that English teaching in Thai schools concentrates on reading and writing skills and therefore students are not sufficiently introduced to speaking and listening skills. Similarly, Simpson (2011) interestingly pointed out that English teaching in Thailand is teacher-centered and focuses on accuracy of grammar and vocabulary.

Some researchers have attempted to explore other factors that contribute to unsuccessful English teaching and learning in Thailand. For example, Mackenzie (2002) found that the characteristics of Thai students that lead to ineffective English language learning are being shy and lacking motivation to communicate in English, exacerbated by the focus on grammar, and relying on rote memorization.

The success or failure of learning a foreign language can be attributed to many factors. Recently, increasing focus has been given to affective variables, including the anxiety, attitudes, and motivation which influence language achievement (Gardner, 1985; Gardner & MacIntyre, 1992, 1993a; Skehan, 1989, 1991; Spolsky, 1989 as cited in MacIntyre and Gardner, 1994).

Over the past twenty years, foreign language researchers and educators have increasingly focused their attention on foreign language anxiety (Onwuegbuzie et al., 2000). A virtual explosion of research has been seen in the topic of language anxiety, and a number of articles published show the negative effects of anxiety on the language-learning process. MacIntyre and Gardner (1994) found that anxious students learn a list of vocabulary items at a slower rate than less anxious students and have more difficulty in the recall of previously-learned vocabulary items. Additionally, Crookall and Oxford (1991) explained that extreme language learning anxiety can cause other interlocking problems. For instance, it lowers students' self-esteem, reduces their confidence, strengthens inhibition, lessens willingness to take risks, and decreases the probability of achieving a high degree of language proficiency. Similarly, Young (1992) pointed out that low levels of achievement in the second language are associated with high levels of language anxiety.

It can be said then that anxiety plays an important role in foreign language learning. Consequently, the purpose of this paper is to review the relevant literature. After a discussion of different definitions of anxiety, the components of the language classroom anxiety, the effects of anxiety on the learner's language achievement, and solutions for coping with language classroom anxiety will be described.

Language Anxiety: Definitions

In order to obtain a clearer understanding of anxiety, the definitions of anxiety given by researchers and psychologists are presented. Dworetzky (1991, p. 461) defined anxiety as the "apprehension, tension, or uneasiness that stems from the anticipation of danger, the source of which is largely unknown or unrecognized." As well, Schaie and Geiwitz (as cited in Sogunro,

1998, p. 110) defined anxiety as "an aroused state characterized by vague fears." In differentiating fear and anxiety, Goodwin (as cited in Sogunro, 1998, p. 110) agrees that "fear is a reaction to a specific danger while anxiety is unspecific, vague, and objectless."

When anxiety is restricted to the language-learning situation, it falls into specific types of anxiety reactions. The anxiety focused on in this paper specifically means language classroom anxiety. MacIntyre and Gardner (1994) broadly described foreign language anxiety as the feeling of being uncomfortable, worried, nervous and apprehensive that happens while learning or using a second language. These feelings originate from any second language context associated with speaking, listening, reading, or writing skills.

The Main Components of Foreign Language Classroom Anxiety

This part of the paper focuses on three main components of the foreign language classroom that play a part in language classroom anxiety: the teacher, the environment, and the student. The following discussion is based on the study of foreign language anxiety.

The Teacher

The teacher plays an important role in the amount of anxiety each student experiences in the classroom. According to Lieberman (as cited in Matlin, 1995), when a teacher yells loudly at a young boy for his poor performance, then the teacher, the classroom, and even studying may provoke anxiety. Furthermore, Price (1991) noted that some teachers that criticize students' accents or high school teachers that walk around the classroom with a big stick and hit it on the desk of anyone that is not listening, yelling "Pay attention!," can increase the students' anxiety. Similarly, Young (1991) pointed out that some teachers believe that the teachers' role is to be a drill sergeant instead of being a facilitator; therefore, they feel that they need to correct students' errors immediately. Such opinions are in harmony with the study of Riasati (2011), and in his interviews with adult English language learners, it was revealed that the teacher is one of the powerful sources of language anxiety. The teacher has a crucial role in making the class comfortable or anxious. For example, if the teacher is very serious, bad tempered or impatient, it can create anxiety in the class environment.

Conversely, Sarawit (1996, p. 27) stated that "teachers can alleviate some of the classroom anxiety if they take into account the fears the students have about making errors in front of their peers and feeling foolish. Allowing errors and making students understand the need to experiment with the language where errors are a natural part of language development can help students." The teacher's personality is also considered as important in the foreign language classroom. In Bekleyen's (2007) study, she revealed that the teacher's kindness, being energetic, and listening with patience were quite important in creating a more relaxing classroom atmosphere. In agreement with this, Riasati's (2011) study concluded that teachers can play a crucial role in reducing the students' anxiety and making the classroom environment comfortable for the students by building a friendly relationship with them as friends. Additionally, Goshi (as cited in Marwan, 2007) advised that teachers should recognize students as individuals and should not use complicated instructions or competitive classroom procedures.

Additionally, Richards (1992) indicated that successful learning can be viewed as being dependent on the teacher's control and management of what takes place in the classroom. Further, Price (1991, p. 106), in her interviews with highly-anxious students, reported that one student complained in the following way:, "It was never be a learning experience. You either did it right or you didn't." Price (as cited in Sarawit, 1996, p. 27) further added the following:

> *Many students feel pressured by what they feel were impossible expectations of their teachers. Student must be made to realize that they are not expected to achieve a native accent and that errors are part of the learning process. The teacher can help student having more realistic expectations and by doing so lower their classroom anxiety is observed.*

In an attempt to reduce students' anxiety and frustration when communicating in the target language, Yang (2012) also recommended that the English language teachers focus more on the student's language competency rather than his or her proficiency. Using sociolinguistic skills, such as speech acts, turn-taking, conversational sequencing, and discourse strategies, can help students express their ideas in the class effectively.

In conclusion, it is clear that the teacher is one of the most important factors that can make students defensive and protect themselves or else simply lose their self-esteem, and be afraid of making mistakes. On the other hand, the teacher's good personality and closer teacher-student relationship can help decrease students' anxiety levels.

The Environment

Another related point to be considered in this part is the role of the environment in language classroom anxiety. Sarawit (1996, p. 27) stated that "the environment in which the student interacts with the language can be a powerful variable in heightening or lessening the language anxiety of the student. In host language environments the students arriving can physically suffer from culture and language shock when they are unable to deal with their new surroundings." For this discussion, the environment has been narrowed to the English language classroom, where the teachers and the students come together for the purpose of language learning.

It has been said that the classroom is a source of anxiety. Price (1991, p. 105), in her interviews with highly-anxious students, reported that "the greatest source of anxiety was having to speak the target language in front of their peers. Students all spoke of their fears of being laughed at by the others, of making a fool of themselves in public. Several had painful memories of being ridiculed by other students, particularly in secondary school language classes." In a similar study, Riasati (2011) revealed that being negatively evaluated by teachers as well as peers, getting an unacceptable score on the test, and being unfamiliar with the words, expressions and different intonation patterns of the teachers while listening are the major sources of anxiety.

Further, Daly (1991, p. 10) noted that "an alphabetical seating arrangement can bring panic to the apprehensive student who would prefer not to be noticed and envious anguish to the non-apprehensive student who would much prefer sitting in front where interaction is high." Additionally, Sarawit (1996) stated that teaching techniques, teaching methods, and teaching materials can be sources of anxiety.

The Student

Finally, we come to the student, the most important element in language classroom anxiety. According to Riasati (2011), most students experience anxiety when learning a foreign language, especially in the English language classes where the language is expected to be spoken. It seems that many students suffer from a high level of anxiety, which results in unwillingness to make mistakes in front of peers and frustration due to the inability to express their ideas.

Moreover, Price (1991) reported that many students are shy about making errors in pronunciation and stressing the wrong words and sentences. They think that they cannot pronounce words like a native speaker and express great embarrassment at their terrible pronunciation. Furthermore, they believe that their language skills are weaker than those of their peers and they cannot do a good job; thus, everyone looks down on them.

Additionally, many students reflect that "one of their major worries is that when forced to use the language they are learning they constantly feel that they are representing themselves badly, showing only some of their real personality, only some of their real intelligence" (Allwright & Bailey, 1991, p. 173). Similarly, Woodrow (2006), in her interviews with Asian university students in Australia, found that 85% of students experience English language speaking anxiety when performing in front of classmates, giving oral presentations, and talking to native speakers.

In a similar study, Marwan (2007) investigated Indonesian students' foreign language anxiety. The findings showed that the primary sources of language anxiety were the students' lack of confidence, lack of preparation, and fear of failing the class. On the other hand, Riasati (2011) suggested that the students themselves can help reduce their foreign language classroom anxiety—they can prepare sufficiently for each class session, be actively involved in the class activities, and increase their self-confidence.

The Effects of Anxiety on Language Learning

Many language teachers have long been aware of the fact that many of their students experience discomfort in the course of language learning; they especially suffer from a high level of anxiety, which prevents them from performing successfully in the foreign language class. Since anxiety can have profound effects on many aspects of foreign language learning, this part of the paper examines the effects of anxiety on language learning. According to MacIntyre (1998), there are four major effects of anxiety on foreign language learning. Each of these effects: academic effects, cognitive effects, social effects, and personal effects, is presented below.

Academic Effects

Several studies (Aida, 1994; Horwitz, 1986; MacIntyre & Gardner, 1994; and Young, 1986 as cited in MacIntyre, 1998) have investigated the relation between language anxiety and language course grades. Their studies have all shown significant negative correlations between language anxiety and grades in a variety of language courses; therefore, high levels of language anxiety are associated with low levels of academic achievement in the second or foreign language course.

Most studies seeking more specific effects of anxiety on language learning have shown particularly interesting results. Steinberg and Horwitz (as cited in Ganschow and Sparks, 1996) for example studied the effects of anxiety on oral communication in a foreign language and found that students experiencing an anxiety-producing situation tried to transfer more concrete messages than those in a non-anxiety-producing condition. That is, more anxious students are likely to avoid producing difficult or personal messages in the target language. In much the same way, Daly and Miller (as cited in Horwitz, Horwitz, and Cope, 1991, p. 28) indicated that "students with higher levels of writing anxiety write shorter compositions and qualify their writing less than their calmer counterparts do."

Cognitive Effects

A model of the effects of anxiety arousal on learning from instruction in a language classroom was explained by Tobias (1979, 1980, and 1986 as cited in MacIntyre, 1998). He noted that there were three stages in language learning; namely, the input stage, the processing stage, and the output stage. At the input stage, anxiety plays the role of a filter in terms of preventing some information from getting into the cognitive processing system. For example, highly anxious students may not be able to receive, concentrate on, or encode external stimuli. They may ask for sentences to be repeated more than one time or may have to reread a text several times in order to compensate for the missing input. During the processing stage, anxiety can influence both the speed and accuracy of learning; students may not be able to learn new words, phrases, grammar, and so on when they are worried. Anxiety arousal at the output stage can influence the quality of second language communication. According to Horwitz, Horwitz, and Cope (1991, p. 29), "many students know a certain grammar point but forget it during a test or an oral exercise when many grammar points must be remembered and coordinated simultaneously. They usually know the correct answer after finishing the test, but put down the wrong one due to nervousness."

Social Effects

Language anxiety can also be influenced by the social context, such as high competition in the classroom, difficult teacher-learner interactions, classroom embarrassment, and opportunity for communication with native speakers (MacIntyre, 1998). Evidence from MacIntyre and Charos's preliminary study (as cited in MacIntyre, 1998) pointed out that anxious learners are less willing to communicate when they are given the opportunity to communicate in a natural setting. Similarly, Ely (as cited in MacIntyre and Gardner, 1991) asserted that language classroom anxiety tends to be associated with discomfort, unwillingness to volunteer answers, and poor performance in university language classroom settings. As well, Horwitz, Tallon, and Luo (2009) pointed out that foreign language anxiety can cause many students to drop out of language study. They also postpone homework or even skip the class.

Personal Effects

The subjective feelings, psycho-physiological symptoms, and behavioral responses of anxious foreign language learners are essential for consideration of the effects of anxiety on language learning. Many students suffer from a high level of anxiety, which impedes their ability to perform

successfully in foreign language learning, especially in listening and speaking. Price's interviews (as cited in MacIntyre, 1998) revealed that students are very concerned about speaking in front of their peers. Fear of being laughed at, embarrassed, and making a fool of oneself are major concerns of anxious language students when they use the target language for communication. Similarly, Oxford (1990) stated that anxiety can lower students' self-esteem, reduce their confidence in themselves, and lessen their willingness to take risks. Anxiety not only affects foreign language learners' thoughts and behaviors; it also affects their body. According to Gall and Goodwin's study (as cited in Sogunro, 1998), there are many effects of language anxiety on physical symptoms such as lightheadedness, heart palpitations, trembling, sudden feeling of being cold, knots in the stomach, profuse sweating, fainting in extreme cases, wet palms, goose flesh, and excruciating headache.

Considering the above discussion, it is obvious that if anxiety happens during learning, anxious students will perform poorly. However, anxiety may be more strongly aroused by speaking than by learning. Thus, anxiety may also interfere with the student's ability to demonstrate information that she or he does know.

Solutions for Coping with Anxiety

As anxiety can play a strong role in and has many negative effects on language learning, it impedes many students from preforming successfully in the foreign language class. This part of the paper proposes solutions for coping with anxiety, including changing the classroom patterns, positive thinking, and activities that can help students deal with language anxiety and encourage them to become more effective and self-confident language learners.

Changing the Classroom Patterns

One of the useful strategies that teachers can use to reduce or prevent the students' language anxiety is changing their classroom patterns. According to Crookall and Oxford (1991), teachers can do a great deal to help reduce language classroom anxiety by making the classroom as warm, friendly, and relaxed as possible.

In addition, Eschenmann (as cited in Sogunro, 1998) offered some clear classroom conditions that can enhance students' performance and reduce classroom anxiety: suitable heating, lighting, enough ventilation, reduced noise levels, and safety. Furthermore, Crookall and Oxford (1991, p. 142) explained several ways in which the teachers can improve the classroom as follows:

> *They can also improve the classroom climate through the use of pair work, small group work, games, simulations, and structured exercises that alter the communication pattern of the classroom. Instead of the all-too-typical format in which communication occurs mainly with the teacher, who highlights and corrects the embarrassed student's errors in front of onlookers, the pattern becomes one of student-to student communication, with the emphasis on conveying meaning rather than underscoring mistakes.*

Similarly, Matsuda and Gobel (2004) noted that using various class activities, such as pair work, small group work, games, and role plays, can create a friendly and supportive classroom atmosphere because students feel more relaxed about speaking with a small number of people

than facing the whole class. Likewise, Riasati (2011) suggested that using pair and group work activities in the language classroom can make students feel more comfortable because they communicate in English with their friends and their English skills are the same. Thus, they do not lose face in class when they make mistakes during conversation practice.

In brief, if the suggestions above are followed carefully and consistently, then classroom anxiety is likely to be minimized, and the effectiveness of language learning will be strengthened.

Positive Thinking

Another strategy to be offered is positive thinking. This strategy calls for positive thoughts when students face anxiety. Gall (as cited in Sogunro, 1998, p. 115) advises the positive thinking strategy so that students can increase their self-awareness, self-esteem, and self-confidence, as follows:

> *I'm going to fail, I'm going to freeze up in the exam room, I'll never get ready in time. . . , one should conceal these negative thoughts by thinking positive thoughts such as I'm going to do just fine on this exam, I'm going to stay as cool as a cucumber in the exam room, I'm not ready now, but I'm going to be ready by exam time.*

As well, Kopp (as cited in Sogunro, 1998, p. 116) suggested that the following kinds of positive thinking may be helpful in reducing students' anxiety: "That they may be experiencing some anxiety; that some levels of anxiety and apprehension are common and normal; that they are not alone in these feelings; and that anxiety about doing poorly does not necessarily foreshadow poor results."

In summary, the purpose of this strategy aims to increase the students' self-awareness and to help them to advance and develop a positive self-image in order to enhance their performance and overcome their anxiety.

Class Activities

The activities described below are all designed to help the students deal with language anxiety and study efficiently in the foreign language classroom. Many of the activities are in the form of music, games, and simulations, which can improve the emotional, physiological, and cognitive conditions of the learners.

A large number of the newer approaches to language teaching aim particularly at reducing classroom anxiety through the physical management of the classroom setting. Thus, many researchers have suggested teaching methodologies that can provide the students with a less stressful learning environment; namely, Total Physical Response (TPR), Silent Way, and Suggestopedia. When using TPR, the teacher gives commands to the students to respond physically and verbally (Asher, 1977 as cited in Mathews, 1996). This method is fun, easy, and memorable. It is a good tool for building new vocabulary and can help students with meaning in a real context. It also creates positive thinking, and helps students immediately understand the target language and achieve fluency more rapidly. The Silent Way is suggested by Gattegno (1972 as cited in Mathews, 1996). Here the teachers are required to model new vocabulary and structures, and then the students are asked to repeat and use them immediately. This method makes students feel comfortable and active in the class. Students can improve the vocabulary

in their speaking and increase their confidence in studying. The last technique presented here is Suggestopedia, which requires cheerful classroom decor, music, and yoga (Lozanov, 1979, cited in Sarawit, 1996). With this teaching method, chairs are arranged in a semicircle in order to make the students pay more attention and get more relaxed. This method encourages the students to apply the language more independently and take more personal responsibility for their own learning.

Additionally, Comeau (1998) suggested the use of Guessing Games, guessing the name or occupation of the person, or even what the person is thinking about (Twenty Questions). In this activity, the students are asked to choose a well-known person and describe his or her character and capabilities in front of the class, and they then try to identify the person.

Moreover, Oxford (1990) suggested that five or ten minutes of soothing music can lower learners' anxiety and put them in a more positive mood for learning. As well, poetry and song are the effective language-learning activities that are offered by Maley (1998). In these activities, the learners can read poetry aloud or sing songs as a group without feeling that it is an unnatural process. In addition, laughter can bring happiness to the classroom. Oxford (1990) suggests using laughter to help relax the students by watching a funny movie, reading a humorous book, or listening to jokes.

Conclusion

To sum up, it is obvious that anxiety negatively affects the language learning experience in numerous ways and that reducing anxiety seems to increase language acquisition and the learner's motivation. Foreign language anxiety has many sources; some may be associated with the teacher, the environment, or the student. In order to alleviate and cope with language anxiety in the classroom, effective ways were suggested throughout this paper. Creating a relaxed classroom atmosphere, encouraging students' self-awareness, self-esteem, and self-confidence, and providing music, games, and simulations are practical methods that the teacher can use to minimize language classroom anxiety. Teachers should also be mindful of the signs of severe anxiety whenever their students perform. Finally, I hope that English language anxiety will be resolved in the near future and that teachers can provide useful ways to help students achieve their foreign language learning.

References

Allwright, D., & Bailey, K. M. (1991). *Focus on the language classroom: An introduction to classroom research for language teachers.* New York: Cambridge UP.

Bekleyen, N. (2007). *The influence of teachers and peers on foreign language classroom anxiety.* Retrieved February 6, 2016, from http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/27/745/9525.pdf

Comeau, R. F. (1998). Interactive oral grammar exercises. In W. M. Rivers (Ed.), *Interactive language teaching* (pp.57-69). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Crookall, D., & Oxford, R. (1991). Dealing with anxiety: Some practical activities for language learners and teacher trainees. In E. K. Horwitz, & D. J. Young (Eds.), *Language anxiety: From theory and research to classroom implications* (pp.141-150). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.

Daly, J. (1991). Understanding communication apprehension: An introduction for language educator. In E. K. Horwitz, & D. J. Young (Eds.), *Language anxiety: From theory and research to classroom implications* (pp.3-13). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.

Dworetzky, J. P. (1991). *Psychology.* San Francisco: St. Paul.

EF EPI. (2015). *English proficiency index.* Retrieved February 6, 2016, from http://media2.ef.com/__/~/media/centralefcom/epi/downloads/full-reports/v5/ef-epi-2015-english.pdf

Ganschow, L., & Sparks R. (1996, summer). Anxiety about foreign language learning among high school women. *The Modern Language Journal, 80*(2), 199-212.

Horwitz, E. K., Horwitz, M. B., & Cope J. A. (1991). Foreign language classroom anxiety. In E. K. Horwitz, & D. J. Young (Eds.), *Language anxiety: From theory and research to classroom implications* (pp.27-36). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.

Horwitz, E. K., Tallon, M., & Luo, H. (2009). Foreign language anxiety. In J. C. Cassady (Ed.), *Anxiety in schools: The causes, consequences, and solutions for academic anxieties* (pp.95-115). New York: Peter Lang.

MacIntyre, P. D., & Gardner, R. C. (1991, December). Language anxiety: Its relationship to other anxieties and to processing in native and second languages. *Language Learning, 41*(4), 513-534.

MacIntyre, P. D., & Gardner, R. C. (1994, June). The subtle effects of language anxiety on cognitive processing in the second language. *Language Learning, 44*(2), 283-305.

MacIntyre, P. D. (1998). Language anxiety: A review of the research for language teachers. In D. J. Young (Ed.), *Affect in foreign language and second language learning: A practical guide to creating a low-anxiety classroom atmosphere* (pp.24-45). Tennessee: The McGraw-Hill Companies.

Mackenzie, A. S. (2002). *EFL curriculum reform in Thailand.* Retrieved February 12, 2016, from https://jalt.org/pansig/2002/HTML/Mackenzie1.htm

Maley, A. (1998). Poetry and song as effective language-learning activities. In W.M. Rivers (Ed.), *Interactive language teaching* (pp.93-109). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Marwan, A. (2007). Investigating students' foreign language anxiety. *Malaysian Journal of ELT Research, 3,* 37-55.

Mathews, T. J. (1996, March). A case for increasing negative affect in foreign language classes. *Language Learning Journal, 13,* 38-41.

Matlin, M. W. (1995). *Psychology.* Fort Worth: Harcourt Brace Jovanovich College.

Matsuda, S., & Gobel, P. (2004, February). Anxiety and predictors of performance in the foreign language classroom. *System, 32,* 21-36.

Onwuegbuzie, A. J., Bailey, P., & Daley, C. E. (2000, March). The validation of three scales measuring anxiety at different stages of the foreign language learning process: The input anxiety scale, the processing anxiety scale, and the output anxiety scale. *Language Learning, 50*(1), 87-117.

Oxford, R. L. (1990). Language learning strategies: *What every teacher should know.* New York: Newbury House Publishers.

Price, M. L. (1991). The subjective experience of foreign language anxiety: Interviews with highly anxious students. In E. K. Horwitz, & D. J. Young (Eds.), *Language anxiety: From theory and research to classroom implications* (pp.101-108). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.

Punthumasen, P. (2007). *International program for teacher education: An approach to tackling problems of English education in Thailand.* Retrieved February 6, 2016, from http://onec.go.th/onec_backoffice/uploaded/Category/EngBook/ProblemEngEd13dec07-03-03-2011.pdf

Riasati, M. J. (2011). Language learning anxiety from EFL learners' perspective. *Middle-East Journal of Scientific Research, 7*(6), 907-914.

Richard, J. C. (1992). *The language teaching matrix.* New York: Cambridge UP.

Sarawit, M. (1996, July-December). Language classroom anxiety and language achievement. *Naresuan University Journal, 4*(2), 26-33.

Simpson, J. (2011). *Integrating project-based learning in an English language tourism classroom in a Thai university* (Doctoral dissertation, Australian Catholic University, Australia). Retrieved from http://dlibrary.acu.edu.au/digitaltheses/public/adt-acuvp309.29062011/02whole.pdf

Sogunro, O. A. (1998, winter). Impact of evaluation anxiety on adult learning. *Journal of Research and Development in Education, 31*(2), 109-120.

Woodrow, L. (2006, December). Anxiety and speaking English as a second language. *RELC Journal, 37*(3), 308-328.

Yang, H. C. (2012, January). Language anxiety, acculturation, and L2 self: A relational analysis in the Taiwanese cultural context. *Electronic Journal of Foreign Language Teaching, 9*(2), 183-193.

Young, D. J. (1991, winter). Creating a low-anxiety classroom environment: What does language anxiety research suggest? *The Modern Language Journal, 75*(4), 426-439.

Young, D. J. (1992, April). Language anxiety from the foreign language specialist's perspective: Interviews with Krashen, Omaggio Hadley, Terrell, and Rardin. *Foreign Language Annals, 25*(2), 157-172.

การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้ถูกต้องทำอย่างไร

HOW TO MAKE THE RIGHT PERSONAL INCOME TAX PLANNING

ธนิดา จิตร์น้อมรัตน์, CFP™*
Thanida Chitnomrath, CFP™*

* รองศาสตราจารย์และปริญญาเอกบริหารธุรกิจสาขาการเงิน นักวางแผนการเงินรับอนุญาต
* Associate Professor, D.B.A. (Finance), Certified Financial Planner
* Email: thanida@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง "การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้ถูกต้องทำอย่างไร" เป็นบทความวิชาการ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการวางแผนภาษีส่วนบุคคลที่ถูกต้องในกรณีต่างๆ ให้บุคคลธรรมดาที่ต้องเสียภาษีเงินได้ ทราบสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่กฎหมายกำหนดให้ ว่าสามารถทำให้เกิดการประหยัดภาษีที่ต้องชำระได้อย่างไร โดยเปรียบเทียบให้เห็นผลได้จากการวางแผนภาษีกับกรณีการไม่วางแผนใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ซึ่งประกอบด้วยตัวอย่างต่อไปนี้คือ การแยกหน่วยภาษีและการกระจายเงินได้ การเพิ่มค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อน รวมทั้งการใช้ประโยชน์จากเงินได้ที่ได้รับการยกเว้นตามกฎหมายและการเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า บทความนี้จะช่วยให้ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเข้าใจการวางแผนภาษีและภาษีเงินได้ของตนเองได้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สิทธิประโยชน์ทางภาษี ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

Abstract

The article titled "How to make the right personal income tax planning" is an academic article. Its objective is to present the right planning in each case of personal tax matters. The income tax payers will know tax benefits which law provides for them. They also know how tax benefits can result in tax saving. By comparing the results from tax payment planning with cases not planning to use the tax benefits, examples are comprised of separating tax units and distributing income, increasing expenses and allowances, including the use of income that are exempt by law and a choice paying tax at a lower tax rate. This article will help an individual understands tax planning and its own income tax more and more.

Keywords: Personal income tax planning, Tax benefits, Income tax payer

บทนำ

เมื่อถึงเวลาที่ต้องจ่ายภาษีเงินได้ บุคคลที่มีรายได้ตามเกณฑ์ที่ต้องเสียภาษี ก็มักจะปรารถนาให้ทางราชการมีมาตรการต่างๆที่จะมาช่วยให้สามารถประหยัดรายจ่ายค่าภาษีที่ต้องจ่ายในทุกๆปี เพราะยิ่งรายได้มากขึ้น ค่าภาษีเงินได้ก็จะเพิ่มขึ้นตามรายได้ที่เพิ่ม และโดยที่ประเทศไทยเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราก้าวหน้าด้วยแล้ว ย่อมส่งผลให้ค่าภาษีเงินได้ที่ต้องจ่ายในบุคคลที่มีรายได้สูงเพิ่มขึ้นแบบก้าวหน้าตามไปด้วย นี้คือประเด็นหลักที่ทำให้ปัจจุบันการวางแผนภาษีส่วนบุคคลมีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างมาก

หลักของการวางแผนภาษีตามแนวทางของการวางแผนการเงินส่วนบุคคลนั้น เป็นการวางแผนภาษีเพื่อช่วยให้แต่ละบุคคลสามารถเตรียมการเสียภาษีได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ซึ่งอาจมีคนทั่วไปจำนวนหนึ่งที่ยังไม่ทราบประโยชน์ชัดเจนถึงการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีตามที่กฎหมายกำหนดให้ จึงยังไม่ได้ใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีตามที่กฎหมายกำหนด ให้เกิดการประหยัดในค่าภาษีเงินได้ที่ต้องจ่ายรายปีอย่างเต็มประสิทธิภาพ บทความนี้จึงมีจุดมุ่งหมายที่จะนำเสนอตัวอย่างในการวางแผนภาษีส่วนบุคคลให้ทราบถึงประโยชน์ที่แต่ละบุคคลจะได้รับจากการที่ทางราชการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆทางภาษี โดยแสดงการคำนวณให้เห็นถึง ภาษีเงินได้ที่ต้องชำระ เงินได้คงเหลือหลังหักภาษี จำนวนเงินที่ประหยัดได้ในการเสียภาษี และอัตราภาษีที่แท้จริง เปรียบเทียบกรณีการวางแผนภาษีกับกรณีการไม่วางแผนใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี

การนำเสนอในบทความนี้ แบ่งออกเป็นสามส่วน ส่วนแรก กล่าวถึงหลักเกณฑ์และเงื่อนไขสำคัญตามกฎหมายเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งคนทั่วไปต้องทราบเสียก่อนว่า วิธีการคิดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาคิดอย่างไร ใครอยู่ในข่ายที่ต้องเสียภาษี และเสียภาษีจากเงินได้ประเภทอะไรบ้าง เงินได้ประเภทอะไรที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องนำมารวมคำนวณภาษี และกฎหมายกำหนดเกณฑ์การหักค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อนการเสียภาษีไว้อย่างไร รวมทั้งอัตราคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่เป็นปัจจุบัน จากนั้นในส่วนที่สอง เป็นการกล่าวถึงแนวทางการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่น่าจะช่วยให้เกิดการประหยัดทางภาษีได้ว่ามีแนวคิดอย่างไร สำหรับส่วนสุดท้าย เป็นการนำเสนอตัวอย่างการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบต่างๆตามแนวทางการวางแผนภาษีที่กล่าวในส่วนที่สอง โดยวิธีการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่นำเสนอประกอบด้วย การแยกหน่วยภาษีและการกระจายเงินได้ การเพิ่มค่าใช้จ่ายให้สูงขึ้น การเพิ่มค่าลดหย่อนให้สูงขึ้น รวมทั้งการใช้ประโยชน์จากเงินได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษีตามกฎหมายและการเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า โดยแสดงในรูปของตัวอย่างแต่ละกรณี เพื่อให้เห็นตัวเลขเชิงประจักษ์ และเข้าใจถึงสิทธิประโยชน์ที่บุคคลธรรมดาทั่วไปที่ต้องเสียภาษีพึงได้รับจากการใช้สิทธิประโยชน์ต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนดสิทธิ์ให้

หลักเกณฑ์การเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไปหรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษตามที่กฎหมายกำหนด และมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใดๆ (ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม) ผู้มีเงินได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการตนเองตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงมีนาคมของปีถัดไป ซึ่งผู้อยู่ในข่ายที่ต้องยื่นแบบแสดงเงินได้เพื่อคำนวณภาษีนั้น กฎหมายระบุว่าคือผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีที่ผ่านมา โดยอาจมีสถานะอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น 1) เป็นบุคคลธรรมดา หรือ 2) เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคล หรือ 3) เป็นผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษี หรือ 4) เป็นกองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง หรือ 5) วิสาหกิจชุมชนตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเฉพาะที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคล

โดยผู้ที่มีเงินได้ดังกล่าวจะต้องยื่นแบบฟอร์มของกรมสรรพากรเพื่อแสดงเงินได้ของตนก็ต่อเมื่อมีเงินได้ถึงเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด กล่าวคือ 1) ผู้มีเงินได้จากการจ้างแรงงานประเภท

เงินเดือน/ค่าจ้างที่ได้รับในปีภาษีนั้น ถ้าไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 50,000 บาท แต่ถ้ามีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียว หรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกัน เกิน 100,000 บาท 2) ผู้มีเงินได้จากการทำธุรกิจการค้าทั่วไปที่มิใช่เกิดจากการจ้างแรงงานที่ได้รับในปีภาษีนั้น ถ้าไม่มีคู่สมรสต้องมีเงินได้พึงประเมินเกิน 30,000 บาท แต่ถ้ามีคู่สมรสไม่ว่าฝ่ายเดียวหรือทั้งสองฝ่ายต้องมีเงินได้พึงประเมินรวมกัน เกิน 60,000 บาท 3) กองมรดกของผู้ตายที่ยังไม่แบ่งเกิน 30,000 บาท 4) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคลเกิน 30,000 บาท

สำหรับการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเพื่อให้สามารถคำนวณภาษีและใช้สิทธิประโยชน์ต่างๆทางภาษีได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ควรเริ่มต้นจากการศึกษาหลักเกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามที่ระบุไว้ในประมวลรัษฎากร (ประมวลรัษฎากรคือชื่อของกฎหมายภาษีอากรฉบับหนึ่ง ที่ระบุการจัดเก็บภาษี 5 ประเภท ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์ โดยกฎหมายนี้ให้อำนาจ กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง เป็นผู้จัดเก็บภาษีดังกล่าว) โดยกรมสรรพากรได้นำความรู้เรื่องภาษีต่างๆ จากประมวลรัษฎากรรวมทั้งภาษีเงินได้บุคคลธรรมดามาแสดงไว้ในเว็บไซต์ของกรมสรรพากร (www.rd.go.th) ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและถูกต้องในการนำมาใช้ในการคำนวณภาษีในแต่ละปี อีกประการหนึ่ง หลักเกณฑ์ต่างๆในการเสียภาษีนั้น ทางราชการมักมีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขและเกณฑ์การคำนวณภาษีในแต่ละปีอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นบุคคลธรรมดาที่ต้องการได้รับประโยชน์จากการวางแผนภาษีเงินได้ จึงละเลยไม่ได้ที่จะต้องศึกษาความรู้เกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในแต่ละปีให้เข้าใจก่อนทำการวางแผนเสมอ

โดยหลักเกณฑ์สำคัญที่ต้องทำความเข้าใจก่อนทำการวางแผนภาษี คือหลักเกณฑ์ของรายการต่างๆ ที่นำมาใช้ในการคำนวณภาษี ประกอบด้วยรายการตามสมการคำนวณภาษีดังนี้

สมการ 1 : ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ต้องชำระ = เงินได้สุทธิ x อัตราภาษี

สมการ 2 : เงินได้สุทธิ = เงินได้พึงประเมิน – ค่าใช้จ่าย – ค่าลดหย่อน

จากสองสมการข้างต้นอธิบายได้ว่า ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ต้องชำระในสมการที่ 1 คำนวณจากเงินได้สุทธิคูณกับอัตราคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ส่วนเงินได้สุทธิก็คำนวณได้จาก การนำเงินได้พึงประเมินมาหักค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อนตามที่กฎหมายกำหนด ดังที่แสดงในสมการที่ 2 ดังนั้น เมื่อรวมสองสมการเข้าด้วยกัน จะได้สมการคำนวณภาษี สมการที่ 3 ซึ่งมีรายการต่างๆที่ใช้คำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในสมการเดียวกัน ดังนี้

สมการ 3 : ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ต้องชำระ = (เงินได้พึงประเมิน – ค่าใช้จ่าย – ค่าลดหย่อน) x อัตราภาษี

คำว่าเงินได้พึงประเมินที่ใช้คำนวณเงินได้สุทธิดังกล่าว เป็นชื่อเรียกตามกฎหมายของเงินได้ที่ต้องนำมารวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ประกอบด้วย 1) เงินที่ได้รับจริง 2) ทรัพย์สินที่ได้รับจริงและสามารถคิดคำนวณเป็นเงินได้ 3) ประโยชน์ที่ได้รับจริงที่สามารถคิดคำนวณเป็นเงินได้ 4) เงินค่าภาษีอากรที่ผู้จ่ายเงินหรือผู้อื่นออกแทนให้ และ 5) เครดิตภาษีตามที่กฎหมายกำหนด - หมายถึงสิทธิหรือประโยชน์อันมีมูลค่าเป็นเงินที่ผู้เสียภาษีได้รับเนื่องจากได้เสียภาษีล่วงหน้าไว้แล้ว หรือถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายไว้แล้ว ทั้งนี้เงินได้พึงประเมินที่ต้องเสียภาษียังต้องพิจารณาถึงแหล่งที่มาของเงินได้ด้วย ซึ่งอาจมาจากแหล่งเงินได้ภายในประเทศหรือแหล่งเงินได้ภายนอกประเทศ ว่าเข้าตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดหรือไม่ เช่น กฎหมายกำหนดว่า ผู้มีเงินได้อันเกิดจากแหล่งในประเทศ จากการมีหน้าที่งานที่ทำในประเทศ หรือกิจการที่ทำในประเทศ หรือกิจการของนายจ้างในประเทศ หรือทรัพย์สินที่อยู่ในประเทศไทย (ได้แก่ ดอกเบี้ย เงินปันผล ค่าเช่า เป็นต้น) มีหน้าที่ต้องเสียภาษีเงินได้ตามที่ประมวลรัษฎากรกำหนดไว้เสมอ เว้นแต่จะมีข้อยกเว้นตามกฎหมาย ไม่ว่าเงินได้พึงประเมินในปีภาษีที่ล่วงมาแล้วนั้นจะจ่ายในหรือนอกประเทศ และไม่ว่าผู้มีเงินได้นั้นจะเป็นผู้อยู่ในประเทศไทยหรือไม่ก็ตาม เป็นต้น รายละเอียดในประเด็นนี้สามารถเข้าไปอ่านได้ในเว็บไซต์ของกรมสรรพากรเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ เรื่องของเงินได้ยังพบว่า มีเงินได้อีกหลายกรณีที่ได้รับการยกเว้นตามกฎหมาย ไม่ต้องนำมารวมเพื่อคำนวณภาษี ได้แก่ การยกเว้นตามมาตรา 42 แห่งประมวลรัษฎากร การยกเว้นตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 126 การยกเว้นตามพระราชกฤษฎีกา ฉบับต่างๆ เป็นต้น เงินได้ที่ได้รับยกเว้นภาษีตาม

ที่ระบุในเว็บไซต์ของกรมสรรพากรมีถึง 120 รายการ เช่น ดอกเบี้ยสลากออมสิน หรือดอกเบี้ยเงินฝากออมสินของรัฐบาลเฉพาะประเภทฝากเผื่อเรียก ดอกเบี้ยเงินฝากประเภทออมทรัพย์ที่ได้รับจากสหกรณ์ บำนาญพิเศษ บำเหน็จพิเศษ บำนาญตกทอด หรือบำเหน็จตกทอด เงินได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ซึ่งโดยปกติใช้ประโยชน์เพื่อเป็นที่อยู่อาศัย เป็นต้น ผู้ที่ต้องการวางแผนภาษีจึงควรเข้าไปอ่านรายละเอียดในเว็บไซต์ของกรมสรรพากร เพื่อพิจารณาว่าเงินได้ที่ตนได้รับเข้าข่ายเงินได้ที่ได้รับการยกเว้นตามรายการที่กฎหมายระบุหรือไม่ หากไม่แน่ใจ สามารถสอบถามกับเจ้าหน้าที่กรมสรรพากรที่ประจำอยู่ตามเขตต่างๆ อีกครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าเงินได้ประเภทนั้นๆต้องนำมารวมในการยื่นแบบแสดงเงินได้ต่อกรมสรรพากรหรือไม่ ซึ่งกรณีนี้เป็นกรณีหนึ่งของการใช้สิทธิประโยชน์ตามที่กฎหมายกำหนดให้

เห็นได้ว่าจากสมการที่ 3 ข้างต้น ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ต้องชำระมีรายการสำคัญที่ควรทำความเข้าใจอยู่ 4 รายการ คือ 1) ประเภทของเงินได้พึงประเมิน 2) รายการที่หักค่าใช้จ่ายได้ตามประเภทของเงินได้พึงประเมิน 3) รายการค่าลดหย่อนที่กฎหมายยอมให้นำมาหักลดหย่อนในการคำนวณภาษี และ 4) อัตราคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งแต่ละรายการมีรายละเอียดโดยสรุปจากเว็บไซต์กรมสรรพากร (www.rd.go.th) อยู่ในตารางที่ 1 – ตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 1 ประเภทของเงินได้พึงประเมินและเกณฑ์การหักค่าใช้จ่ายแยกตามประเภทของเงินได้พึงประเมิน

ประเภทของเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40	เกณฑ์การหักค่าใช้จ่าย
(1) ได้แก่ เงินได้เนื่องจากการจ้างแรงงาน - เงินเดือน ค่าจ้าง เบี้ยเลี้ยง โบนัส เบี้ยหวัด บำเหน็จ บำนาญ เป็นต้น	หักค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 40 แต่ไม่เกิน 60,000 บาท
(2) ได้แก่ เงินได้เนื่องจากหน้าที่หรือตำแหน่งงานที่ทำหรือจากการรับทำงานให้ ไม่ว่าจะเป็น - ค่าธรรมเนียม ค่านายหน้า ค่าส่วนลด - เงินอุดหนุนในงานที่ทำ เบี้ยประชุม บำเหน็จ โบนัส	หักค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 40 แต่ไม่เกิน 60,000 บาท
(3) ได้แก่ ค่าแห่งกู๊ดวิลล์ ค่าแห่งลิขสิทธิ์หรือสิทธิอย่างอื่น เป็นต้น	หักค่าใช้จ่ายไม่ได้ ยกเว้นค่าแห่งลิขสิทธิ์หักได้ร้อยละ 40 แต่ไม่เกิน 60,000 บาท
(4) ได้แก่ ดอกเบี้ย เงินปันผล เงินส่วนแบ่งกำไร เงินลดทุน เงินเพิ่มทุน ผลประโยชน์ที่ได้จากการโอนหุ้น เป็นต้น	กฎหมายไม่ยอมให้หักค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น
(5) เงินได้จากการให้เช่าทรัพย์สิน เช่น บ้าน อพาร์ตเม้นท์ คอนโดมิเนียม ที่ดิน รถยนต์ เป็นต้น	หักค่าใช้จ่ายตามความจำเป็นและสมควรหรือหักเป็นการเหมาในอัตราที่กฎหมายกำหนด (ร้อยละ10-30) เช่นบ้านหักได้ร้อยละ 30 ที่ดินใช้ในการเกษตรหักได้ร้อยละ 20 ที่ดินไม่ใช้ในการเกษตรหักได้ร้อยละ 15 ยานพาหนะหักได้ร้อยละ 30 เป็นต้น
(6) ได้แก่ เงินได้จากวิชาชีพอิสระ คือวิชากฎหมาย การประกอบโรคศิลป วิศวกรรม สถาปัตยกรรม การบัญชี ประณีตศิลปกรรม หรือวิชาชีพอื่นซึ่งจะได้มีพระราชกฤษฎีกากำหนดชนิดไว้	หักค่าใช้จ่ายตามความจำเป็นและสมควรหรือหักเป็นการเหมาในอัตราที่กำหนด โดยเงินได้จากการประกอบวิชาชีพอิสระ การประกอบโรคศิลป ให้หักค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 60 เงินได้จากการประกอบวิชาชีพอิสระนอกนั้นหักได้ร้อยละ 30
(7) ได้แก่ เงินได้จากการรับเหมาที่ผู้รับเหมาต้องลงทุนด้วยการจัดหาสัมภาระในส่วนสำคัญนอกจากเครื่องมือ	หักตามความจำเป็นและสมควรหรือหักเป็นการเหมาในอัตราร้อยละ 70
8) ได้แก่ เงินได้จากการธุรกิจ การพาณิชย์ การเกษตร การอุตสาหกรรม การขนส่ง การขายอสังหาริมทรัพย์ หรือการอื่นนอกจากที่ระบุไว้ในประเภทที่ 1 ถึงประเภทที่ 7 แล้ว	หักตามความจำเป็นและสมควร หรือ หักเป็นการเหมาในอัตราตามที่กฎหมายกำหนด (ร้อยละ40-85) เช่นขนส่งหักได้ร้อยละ 80 ภัตตาคารหักได้ร้อยละ 70 เลี้ยงสัตว์หักได้ร้อยละ 85 เป็นต้น

ตารางที่ 2 รายการลดหย่อนและเกณฑ์การหักลดหย่อนของแต่ละรายการ

รายการลดหย่อน	เกณฑ์การหักลดหย่อน
ผู้มีเงินได้ สามีหรือภริยาของผู้มีเงินได้	ผู้มีเงินได้ 30,000 บาท คู่สมรสของผู้มีเงินได้ 30,000 บาท
การหักลดหย่อนบุตรชอบด้วยกฎหมาย หรือบุตรบุญธรรม	คนละ 15,000 บาท แต่รวมกันต้องไม่เกิน 3 คน และหักลดหย่อนการศึกษาบุตรเพิ่มได้อีกคนละ 2,000 บาท
ค่าเบี้ยประกันชีวิตเฉพาะในกรณีที่กรมธรรม์ประกันชีวิตมีกำหนดเวลาตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	ตามที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 100,000 บาท
ค่าเบี้ยประกันชีวิตในกรณีทำประกันชีวิตแบบบำนาญ	ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกินร้อยละ 15 ของเงินได้ และสูงสุดไม่เกิน 200,000 บาท
เงินสะสมที่จ่ายเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 500,000 บาท
ค่าซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund : RMF)	หักได้ไม่เกินร้อยละ 15 ของเงินได้ และเมื่อรวมกับเงินสะสมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพและกองทุน กบข. (ถ้ามี) แล้วไม่เกิน 500,000 บาท ตามเงื่อนไขที่กำหนด
ค่าซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Equity Fund : LTF)	ไม่เกินร้อยละ 15 ของเงินได้ แต่ไม่เกิน 500,000 บาท
ดอกเบี้ยเงินกู้ยืมตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด	ตามจำนวนเงินที่ได้จ่ายไปจริงแต่ไม่เกิน 100,000 บาท
เงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม	ตามจำนวนที่จ่ายจริง
ค่าลดหย่อนบิดามารดา ตามเงื่อนไขที่กำหนด	คนละ 30,000 บาท
ค่าเบี้ยประกันสุขภาพบิดามารดาของผู้มีเงินได้และคู่สมรส	ตามที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 15,000 บาท
ค่าอุปการะเลี้ยงดูบิดามารดา สามีหรือภริยา บุตรชอบด้วยกฎหมายหรือบุตรบุญธรรมของผู้มีเงินได้ บิดามารดาหรือบุตรชอบด้วยกฎหมายของสามีหรือภริยาของผู้มีเงินได้หรือบุคคลอื่นที่ผู้มีเงินได้เป็นผู้ดูแลตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ	คนละ 60,000 บาท
ค่าเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ตามเงื่อนไขที่กำหนด	ตามที่จ่ายจริง แต่รวมกันไม่เกิน 15,000 บาท
ค่าซื้อสินค้าหรือค่าบริการ ตามเงื่อนไขที่กำหนด	ตามที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 15,000 บาท
เงินได้ที่จ่ายไปเพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์ มีมูลค่าไม่เกิน 3 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยของตนเอง ตามเงื่อนไขที่กำหนด	หักลดหย่อนได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของมูลค่าอสังหาริมทรัพย์ โดยหักลดหย่อนตั้งแต่ปีที่มีการจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ และให้หักลดหย่อนต่อเนื่องกัน 5 ปีภาษี ให้เป็นจำนวนเท่าๆ กันในแต่ละปีภาษี
เงินสะสมที่จ่ายเข้ากองทุนการออมแห่งชาติ	ตามที่จ่ายจริง ตามเงื่อนไขที่กำหนด
เงินสนับสนุนเพื่อการศึกษา	หักลดหย่อนได้ 2 เท่าของจำนวนเงินที่ได้จ่ายไปจริง แต่ไม่เกินร้อยละ 10 ของเงินคงเหลือหลังจากหักค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อนอื่น ๆ แล้ว
เงินบริจาคเพื่อการศึกษาให้แก่กองทุนพัฒนาครูคณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา	ตามเงื่อนไขที่กำหนด

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รายการลดหย่อน	เกณฑ์การหักลดหย่อน
เงินได้ที่จ่ายเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดให้คนพิการได้รับสิทธิเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากสิ่งอำนวยความสะดวกและความช่วยเหลืออื่นจากรัฐ	ตามเงื่อนไขที่กำหนด
เงินได้ที่จ่ายให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดตั้งศูนย์พัฒนาเด็กเล็กหรือสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	ตามเงื่อนไขที่กำหนด
เงินบริจาคที่ไม่ใช่เพื่อการศึกษาตามเงื่อนไขที่กำหนด	ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกินร้อยละ 10 ของเงินได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายและหักค่าลดหย่อนต่าง ๆ ข้างต้นแล้ว

หมายเหตุ รายละเอียดรายการลดหย่อนสามารถศึกษาได้จากเว็บไซต์ของกรมสรรพากร รายการลดหย่อนข้างต้นเป็น ของปีภาษี 2558

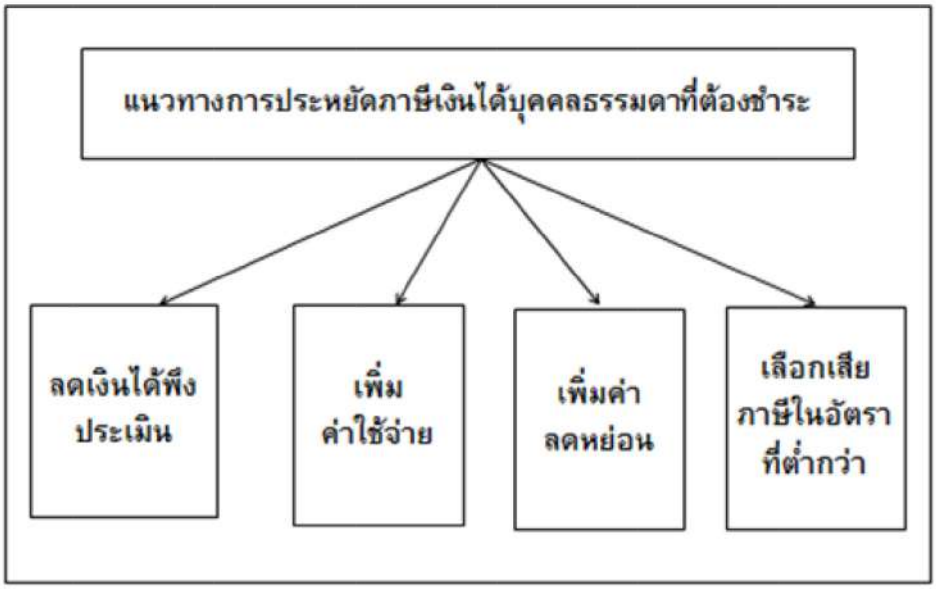
ตารางที่ 3 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับปีภาษีปัจจุบัน (2558)

เงินได้สุทธิตั้งแต่ (บาท)	เงินได้สุทธิจำนวนสูงสุดของขั้น	อัตราภาษีร้อยละ	ภาษีในแต่ละขั้น	ภาษีสะสมสูงสุดของขั้น
0 ถึง 150000	150,000	5	ยกเว้น	0
เกิน 150,000 ถึง 300,000	150,000	5	7,500	75,00
เกิน 300,000 ถึง 500,000	200,000	10	20,000	27,500
เกิน 500,000 ถึง 750,000	250,000	15	37,500	65,000
เกิน 750,000 ถึง 1,000,000	250,000	20	50,000	115,000
เกิน 1,000,000 ถึง 2,000,000	1,000,000	25	250,000	365,000
เกิน 2,000,000 ถึง 4,000,000	2,000,000	30	600,000	965,000
เกิน 4,000,000 ขึ้นไป		35		

หมายเหตุ อัตราคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแต่ละปี ผู้วางแผนภาษีสามารถศึกษาได้จากเว็บไซต์ของกรมสรรพากร

แนวทางการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ตามที่กล่าวแล้วข้างต้น การวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นการวางแผนภาษีเพื่อให้ภาษีที่ต้องชำระ ถูกต้อง ครบถ้วน และใช้สิทธิประโยชน์ต่างๆที่กฎหมายให้สิทธิ์แก่ผู้เสียภาษี โดยแนวทางการวางแผนตามลักษณะนี้ ย่อมทำให้เกิดการประหยัดค่าภาษีที่ต้องชำระได้ การวางแผนใช้แนวคิดตามหลักของคณิตศาสตร์เข้ามาช่วย โดยนำสมการคำนวณภาษีที่ต้องชำระมาพิจารณา (ดูสมการที่ 1 – สมการที่ 3 ประกอบ) ทำให้มองเห็นว่าจากสมการที่ 1 ถ้าสามารถลดเงินได้สุทธิลงได้ ภาษีเงินได้ที่ต้องชำระก็สามารถลดลงได้ ซึ่งเงินได้สุทธิจะลดลงได้ (ดูสมการที่ 2) ก็ต้องพยายามทำให้เงินได้พึงประเมินที่ใช้คำนวณภาษีลดลง หรือใช้การเพิ่มค่าใช้จ่าย/เพิ่มค่าลดหย่อน หรือเลือกใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่เสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า ซึ่งสามารถสรุปแนวทางการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในบทความนี้ตามสมการรวม สมการที่ 3 ได้ 4 แนวทางคือ 1) การทำให้เงินได้พึงประเมินที่ใช้คำนวณภาษีลดลง 2) การเพิ่มค่าใช้จ่ายของประเภทเงินได้พึงประเมิน 3) การเพิ่มรายการค่าลดหย่อน และ 4) การเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า (รัชนีกร วงศ์จันทร์, 2558; Kapoor, Dlabay, & Hughes, 2010; Tyson, 2010) ดูภาพที่ 1 ประกอบแนวทางการวางแผนภาษีที่ทำให้เกิดการประหยัดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ต้องชำระ



ภาพที่ 1 แนวทางการวางแผนให้เกิดการประหยัดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ต้องชำระ

จากภาพที่ 1 ข้างต้น แต่ละแนวทางมีรายละเอียด ดังนี้

1. การทำให้เงินได้พึงประเมินที่ใช้ในการคำนวณภาษีลดลง อาจทำได้หลายกรณี ได้แก่ แยกยื่นภาษี เพราะกรณีสามีและภรรยามีเงินได้ทั้งคู่ หากนำมารวมกันคำนวณภาษี จะทำให้เสียภาษีในอัตราที่สูง เนื่องจากภาษีที่ใช้คำนวณ (ดูตารางที่ 3 ประกอบ) เป็นภาษีอัตราก้าวหน้า ถ้าต่างฝ่ายต่างแยกยื่น ซึ่งกฎหมายยอมให้สามีและภรรยาสามารถแยกยื่นได้ จะทำให้สามารถเสียภาษีในอัตราที่ต่ำลงได้ เช่น สมมติว่าสามีและภรรยามีเงินได้สุทธิรวมกันเท่ากับ 750,000 บาท เมื่อนำมาคำนวณภาษีตามตารางที่ 3 จะได้ว่าทั้งคู่ต้องเสียภาษี เท่ากับ 65,000 บาท แต่ถ้าแยกเงินได้สุทธิเป็นของสามี 500,000 บาท ของภรรยา 250,000 บาท แล้วคำนวณภาษีใหม่ตามตารางที่ 3 จะพบว่า สามีจะเสียภาษีเงินได้เท่ากับ 27,500 บาท ส่วนภรรยาจะเสียภาษีเงินได้เท่ากับ 5,000 บาท รวมภาษีเงินได้ที่ทั้งคู่ต้องชำระ (27,500 + 5,000) เท่ากับ 32,500 บาท ซึ่งลดลงจากเดิมที่รวมเงินได้ของทั้งคู่คำนวณภาษีและยื่นภาษีรวมกัน เห็นได้ว่าการแยกยื่นภาษีสามารถประหยัดเงินที่ต้องเสียภาษีลงได้ (65,000 – 32,500) เท่ากับ 32,500 บาท เป็นต้น หรืออาจใช้วิธี แยกหน่วยภาษีออกเป็นหลายๆหน่วยเพื่อกระจายเงินได้ไปตามหน่วยภาษี ทำให้แต่ละหน่วยเสียภาษีในอัตราที่ต่ำลงได้ เช่นนายดำมีเงินได้จากงานประจำเดือนละ 40,000 บาท กับมีรายได้จากการทำงานพิเศษนอกเนือจากงานประจำอีกเดือนละ 20,000 บาท ถ้าไม่แยกหน่วยภาษี นายดำต้องนำเงินได้ทั้งหมดมารวมคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ทำให้นายดำต้องเสียภาษีในอัตราที่สูง แต่ถ้านายดำนำเงินได้เฉพาะเงินได้ประจำเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา แล้วแยกเงินได้พิเศษมาจดทะเบียนตั้งเป็นนิติบุคคลในรูปวิสาหกิจขนาดย่อม (SME) เงินได้พิเศษนี้จะสามารถหักค่าใช้จ่ายได้ตามจริงตามหลักฐานในการทำบัญชีและสามารถหักภาษีเงินได้นิติบุคคลของวิสาหกิจขนาดย่อมซึ่งมีอัตราที่ต่ำมากได้ ก็จะทำให้เงินได้ทั้งหมดของนายดำสามารถประหยัดภาษีที่ต้องชำระลงได้ (ดูตัวอย่างที่ 1 ในหัวข้อถัดไปประกอบ)

2. การเพิ่มค่าใช้จ่าย ทำได้โดยพิจารณาเงินได้ที่ได้รับว่าเข้าข่ายเป็นเงินได้พึงประเมินประเภทอื่นที่สามารถหักค่าใช้จ่ายได้เพิ่มขึ้นหรือไม่ เพราะเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 (1) และ (2) ซึ่งเป็นเงินได้จากงานประจำ และหน้าที่งานหักค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 40 แต่ไม่เกิน 60,000 บาท เท่านั้น แต่มีเงินได้ประเภทอื่นๆ

ที่สามารถหักค่าใช้จ่ายเหมาได้มากกว่า (ดูตารางที่ 1 ประกอบ) ได้แก่ เงินได้จากการประกอบวิชาชีพอิสระ ดังนั้นถ้าผู้เสียภาษีมีเงินได้หลายประเภทก็จะสามารถหักค่าใช้จ่ายได้เพิ่มขึ้น เช่น นายแดงทำงานเป็นวิศวกรเครื่องกลให้บริษัทแห่งหนึ่ง และมีคุณสมบัติและใบแสดงวุฒิที่สามารถควบคุมหม้อน้ำได้ ปรากฏว่าบริษัทในเครือได้มาว่าจ้างให้นายแดงตรวจสอบหม้อน้ำให้ ทำให้นายแดงมีเงินได้จากการรับตรวจสอบหม้อน้ำด้วย กรณีนี้เงินได้ของนายแดงจะมี 2 ประเภท คือ จากเงินเดือนประจำตามมาตรา 40(1) สามารถหักค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 40 แต่ไม่เกิน 60,000 บาท ส่วนเงินได้จากการรับตรวจสอบหม้อน้ำเป็นเงินได้ตามมาตรา 40(6) สามารถหักค่าใช้จ่ายเหมาได้ร้อยละ 30 ทำให้ค่าใช้จ่ายที่นำไปหักเงินได้สุทธิเพิ่มมากขึ้น เงินได้สุทธิที่ต้องเสียภาษีก็จะลดลง ส่งผลให้ภาษีที่คำนวณได้ลดลงจากเดิมได้ เป็นต้น (ดูตัวอย่างที่ 2 ในหัวข้อถัดไปประกอบ)

3. การเพิ่มค่าลดหย่อน ทำได้โดยเลือกใช้สิทธิประโยชน์จากรายการลดหย่อนที่กฎหมายกำหนดให้มากขึ้น เช่น ในปีภาษีปัจจุบัน (ปีภาษี 2558) ในตารางที่ 2 มีรายการลดหย่อนที่สามารถนำไปหักเงินได้สุทธิได้หลายรายการ เช่น ค่าลดหย่อนบิดามารดา ค่าอุปการะเลี้ยงดูคนพิการ การซื้อประกันชีวิตที่กรมธรรม์มีกำหนดเวลาตั้งแต่ 10 ปี ขึ้นไป หรือประกันชีวิตแบบบำนาญ การซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) การซื้อหน่วยลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ดอกเบี้ยเงินกู้ยืม เป็นต้น รายการเหล่านี้จะทำให้ค่าลดหย่อนที่ไปหักเงินได้พึงประเมินเพิ่มมากขึ้น ทำให้เงินได้สุทธิที่ต้องเสียภาษีลดลง เมื่อคำนวณภาษีเงินได้ที่ต้องชำระจึงทำให้สามารถประหยัดภาษีได้ (ดูตัวอย่างที่ 3 ในหัวข้อถัดไปประกอบ)

4. การเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า ทำได้โดยนำเงินได้บางประเภท เช่น เงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40(4) ที่กฎหมายยอมให้เลือกเสียภาษีในอัตราหักภาษี ณ ที่จ่าย เป็นภาษีสุดท้าย (Final Tax) ได้ ไม่นำมารวมเป็นเงินได้เพื่อคำนวณภาษีอีกตอนสิ้นปี หากการวางแผนภาษีพบว่า การเลือกไม่นำมารวมกับรายได้อื่นจะมีผลดีทางภาษีมากกว่า กล่าวคือทำให้สามารถประหยัดภาษีเงินได้ที่ต้องชำระลงได้ เงินได้เหล่านั้นได้แก่ ดอกเบี้ยพันธบัตร ดอกเบี้ยเงินฝาก ดอกเบี้ยหุ้นกู้ ซึ่งหักภาษี ณ ที่จ่ายแล้วในอัตราร้อยละ 15 เงินปันผลจากการลงทุนในบริษัทที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย เงินปันผลจากการลงทุนในกองทุนรวม ที่เลือกเสียภาษี ณ ที่จ่ายในอัตราร้อยละ 10 เป็นต้น (ดูตัวอย่างที่ 4 ในหัวข้อถัดไปประกอบ)

ตัวอย่างในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามแนวทางการวางแผนภาษีที่กล่าวไปในส่วนที่สอง โดยแต่ละตัวอย่างจะแสดงการคำนวณภาษีเงินได้ที่ต้องชำระในปีภาษี 2558 ก่อนวางแผนและหลังวางแผนภาษี เงินได้คงเหลือหลังหักภาษีและอัตราภาษีที่แท้จริงก่อนวางแผนและหลังวางแผนภาษี พร้อมแสดงตารางเปรียบเทียบให้เห็นว่าการวางแผนภาษีจะทำให้สามารถประหยัดภาษีได้อย่างไร

ตัวอย่างที่ 1. การแยกหน่วยภาษีและการกระจายเงินได้ - นายสมพรได้รับเงินเดือน เดือนละ 60,000 บาท โดยจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมปีละ 9,000 บาท และมีเงินสะสมเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ 10,000 บาท มีรายได้พิเศษจากการรับงานด้านคอมพิวเตอร์โดยมีรายได้เดือนละ 50,000 บาท ต่อมามีผู้แนะนำให้นายสมพรแยกรายได้พิเศษออกมาเป็นนิติบุคคล SME นายสมพรจึงได้ตั้งกิจการห้างหุ้นส่วนของตนเองรับงานด้านคอมพิวเตอร์อิสระ โดยนำเงินได้พิเศษมาเป็นรายได้ของกิจการเดือนละ 50,000 บาท และมีค่าใช้จ่าย ซึ่งประกอบด้วย ค่าเช่า ค่าสาธารณูปโภค และเงินเดือนพนักงานตามหลักฐานทางบัญชี สมมติว่าเป็นร้อยละ 60 ของรายได้ทั้งหมด ซึ่งกรมสรรพากร (www.rd.go.th) กำหนดว่าบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่จดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท มีรายได้จากการขายสินค้าและบริการไม่เกิน 30 ล้านต่อปี ในรอบระยะเวลาบัญชีปี 2558 หากแจ้งต่อกรมสรรพากรว่า ต่อไปนี้จะทำบัญชีเล่มเดียวจะได้รับสิทธิประโยชน์ยกเว้นและลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล 2 รอบระยะเวลาบัญชี คือ ในรอบระยะเวลาบัญชีปี 2559 และในรอบระยะเวลาบัญชีปี 2560 โดยกำไรสุทธิปี 2558 – 2559 จะเสียภาษีจากกำไรสุทธิในอัตราดังนี้

ขั้นของกำไรสุทธิที่ต้องเสียภาษี	อัตราภาษี ปี 2558	อัตราภาษี ปี 2559	อัตราภาษี ปี 2560
300,000 บาท	ยกเว้น	ยกเว้น	ยกเว้น
300,001 – 1,000,000 บาท	ร้อยละ 15	ยกเว้น	ร้อยละ 10
1,000,001 บาทขึ้นไป	ร้อยละ 20	ยกเว้น	ร้อยละ 10

ก่อนการวางแผนภาษี

เงินได้พึงประเมิน = เงินเดือน + เงินได้พิเศษ = 720,000 + 600,000 = 1,320,000 บาท
หักค่าใช้จ่าย = ร้อยละ 40 ของเงินได้ แต่ไม่เกิน 60,000 บาท = 60,000 บาท
หักค่าลดหย่อน = ผู้มีเงินได้ + ค่าประกันสังคม + เงินจ่ายเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
= 30,000 + 9,000 + 10,000 = 49,000 บาท
เงินได้สุทธิ = เงินได้พึงประเมิน – ค่าใช้จ่าย – ค่าลดหย่อน = 1,320,000 – 60,000 – 49,000 = 1,211,000 บาท
คำนวณภาษีที่ต้องชำระ = เงินได้สุทธิ x อัตราภาษีตามตารางที่ 3 = 167,750 บาท
เงินได้คงเหลือ = เงินได้พึงประเมิน – ภาษีที่ต้องชำระ = 1,320,000 – 167,750 = 1,152,250 บาท
อัตราภาษีที่แท้จริง = (ภาษีที่ต้องชำระหารด้วยเงินได้พึงประเมิน) x 100 = (167,750/1,320,000) x 100 = 12.71%
หลังวางแผนภาษี – โดยนำเงินได้พิเศษไปเป็นเงินได้ของนิติบุคคล SME ทำให้หน่วยภาษีแยกเป็น 2 หน่วย
ก. บุคคลธรรมดา: เงินได้พึงประเมิน = เงินเดือน = 720,000 บาท
หักค่าใช้จ่าย = ร้อยละ 40 ของเงินได้ แต่ไม่เกิน 60,000 บาท = 60,000 บาท
หักค่าลดหย่อน = ผู้มีเงินได้ + ค่าประกันสังคม + เงินจ่ายเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
= 30,000 + 9,000 + 10,000 = 49,000 บาท
เงินได้สุทธิ = เงินได้พึงประเมิน – ค่าใช้จ่าย – ค่าลดหย่อน = 720,000 – 60,000 – 49,000 = 611,000 บาท
คำนวณภาษีที่ต้องชำระ = เงินได้สุทธิ x อัตราภาษีตามตารางที่ 3 = 44,150 บาท
ข. นิติบุคคล SME: รายได้ต่อปี = 600,000 บาท, ค่าใช้จ่ายตามหลักฐานทางบัญชี = 600,000 x 0.60 = 360,000 บาท
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี = รายได้ – ค่าใช้จ่าย = 600,000 – 360,000 = 240,000 บาท
คำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลจากกำไรสุทธิ = ไม่ต้องเสียภาษี เพราะกำไรสุทธิไม่เกิน 300,000 บาท ได้สิทธิ์ยกเว้น

ดังนั้น เมื่อรวมหน่วยภาษีทั้ง 2 หน่วย (บุคคลธรรมดาและนิติบุคคล SME) จะได้ว่า ภาษีทั้งหมดที่ต้องชำระ = 44,150 + 0 = 44,150 บาท เงินได้คงเหลือ = เงินได้พึงประเมินบวกรายได้นิติบุคคล SME – ภาษีที่ต้องชำระ = (720,000 +600,000) – 44,150 = 1,275,850 บาท อัตราภาษีที่แท้จริง = (ภาษีที่ต้องชำระหารด้วยเงินได้พึงประเมินบวกรายได้นิติบุคคล SME) x 100 = (44,150/1,320,000) x 100 = 3.34%

สรุปเป็นตารางเปรียบเทียบตารางที่ 4 ได้ว่า หลังวางแผนภาษีโดยนำเงินได้พิเศษไปเป็นเงินได้ของนิติบุคคล SME ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคือ ภาษีที่ต้องชำระลดลง แสดงว่าเกิดการประหยัดในภาษีที่ต้องจ่าย ทำให้เงินได้คงเหลือหลังหักภาษีเพิ่มขึ้นเท่ากับภาษีที่ต้องชำระที่ลดลง และอัตราภาษีที่แท้จริงลดลงไปถึงร้อยละ 9.37

ตารางที่ 4 ภาษีที่ต้องชำระเงินได้คงเหลือหลังหักภาษี และอัตราภาษีที่แท้จริงก่อนและหลังวางแผนภาษี กรณีตัวอย่างที่ 1 - แยกหน่วยภาษีและกระจายเงินได้

รายการ	ก่อนวางแผน	หลังวางแผน	การเปลี่ยนแปลงหลังวางแผน
ภาษีที่ต้องชำระ	167,750	44,150	ลดลง =167,750 – 44,150 = 123,600 บาท
เงินได้คงเหลือหลังหักภาษี	1,152,250	1,275,850	เพิ่มขึ้น = 1,275,850 – 1,152,250= 123,600 บาท
อัตราภาษีที่แท้จริง	12.71%	3.34%	ลดลง = 12.71 – 3.34 = 9.37%

ตัวอย่างที่ 2. การเพิ่มการหักค่าใช้จ่าย – นายชลิตมีอาชีพเป็นวิศวกรเครื่องกล ทำงานประจำในบริษัทอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง ได้รับเงินเดือน 100,000 บาท/เดือน จ่ายประกันสังคม 9,000 บาท และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ร้อยละ 3 ของเงินเดือน นอกจากนี้ นายชลิตยังรับจ้างตรวจหม้อน้ำให้กับบริษัทในเครือด้วยเพราะมีคุณสมบัติตามที่กฎหมายกำหนด มีเงินได้จากการรับจ้างอีกปีละ 500,000 บาท ที่ผ่านมาบริษัทในเครือออกใบหักภาษี ณ ที่จ่ายเป็นเงินได้พึงประเมินมาตรา 40(2) ด้วยเข้าใจว่าเป็นหน้าที่งานเกี่ยวเนื่องกัน จนมีผู้แนะนำนายชลิตให้แจ้งบริษัทเหล่านั้นว่าการรับจ้างตรวจหม้อน้ำให้บริษัทอื่นๆ เป็นการกระทำในฐานะผู้ประกอบวิชาชีพอิสระ เป็นเงินได้พึงประเมินมาตรา 40(6) ซึ่งจะทำให้นายชลิตสามารถหักค่าใช้จ่ายเหมาได้ร้อยละ 30 (ดูรายละเอียดในตารางที่ 1)

ก่อนการวางแผนภาษี

เงินได้พึงประเมิน = เงินเดือน + เงินได้พิเศษ = 1,200,000 + 500,000 = 1,700,000 บาท
หักค่าใช้จ่าย = ร้อยละ 40 ของเงินได้ แต่ไม่เกิน 60,000 บาท = 60,000 บาท
หักค่าลดหย่อน = ผู้มีเงินได้ + ค่าประกันสังคม + เงินจ่ายเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
= 30,000 + 9,000 + 36,000 = 75,000 บาท
เงินได้สุทธิ = เงินได้พึงประเมิน – ค่าใช้จ่าย – ค่าลดหย่อน = 1,700,000 – 60,000 – 75,000 = 1,565,000 บาท
คำนวณภาษีที่ต้องชำระ = เงินได้สุทธิ x อัตราภาษีตามตารางที่ 3 = 256,250 บาท
เงินได้คงเหลือ = เงินได้พึงประเมิน – ภาษีที่ต้องชำระ = 1,700,000 – 256,250 = 1,443,750 บาท
อัตราภาษีที่แท้จริง = (ภาษีที่ต้องชำระหารด้วยเงินได้พึงประเมิน) x 100 = (256,250/1,700,000) x 100 = 15.07%

หลังวางแผนภาษี - โดยนำเงินได้พิเศษจากการรับจ้างไปเป็นเงินได้พึงประเมินมาตรา 40(6) แทน
เงินได้พึงประเมิน = เงินเดือน + เงินได้พิเศษ = 1,200,000 + 500,000 = 1,700,000 บาท
หักค่าใช้จ่าย = ร้อยละ 40 ของเงินได้ แต่ไม่เกิน 60,000 บาท บวก ค่าใช้จ่ายเหมาร้อยละ 30 ของเงินได้รับจ้าง
= 60,000 + 150,000 = 210,000 บาท
หักค่าลดหย่อน = ผู้มีเงินได้ + ค่าประกันสังคม + เงินจ่ายเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
= 30,000 + 9,000 + 36,000 = 75,000 บาท
เงินได้สุทธิ = เงินได้พึงประเมิน – ค่าใช้จ่าย – ค่าลดหย่อน = 1,700,000 – 210,000 – 75,000 = 1,415,000 บาท
คำนวณภาษีที่ต้องชำระ = เงินได้สุทธิ x อัตราภาษีตามตารางที่ 3 = 218,750 บาท
เงินได้คงเหลือ = เงินได้พึงประเมิน – ภาษีที่ต้องชำระ = 1,700,000 – 218,750 = 1,481,250 บาท
อัตราภาษีที่แท้จริง = (ภาษีที่ต้องชำระหารด้วยเงินได้พึงประเมิน) x 100 = (218,750/1,700,000) x 100 = 12.87%

สรุปเป็นตารางเปรียบเทียบตารางที่ 5 ได้ว่า หลังวางแผนภาษีโดยนำเงินได้พิเศษจากการรับจ้างไปเป็นเงินได้พึงประเมินมาตรา 40(6) แทน ทำให้หักค่าใช้จ่ายได้เพิ่มมากขึ้น เกิดการเปลี่ยนแปลงคือ ภาษีที่ต้องชำระลดลง นั่นคือเกิดการประหยัดในภาษีที่ต้องจ่าย ส่งผลให้เงินได้คงเหลือหลังหักภาษีเพิ่มขึ้นเท่ากับภาษีที่ต้องชำระที่ลดลง และอัตราภาษีที่แท้จริงลดลงไปร้อยละ 2.20

ตารางที่ 5 ตารางเปรียบเทียบ ภาษีที่ต้องชำระ เงินได้คงเหลือหลังหักภาษี และอัตราภาษีที่แท้จริง ก่อนและหลังวางแผนภาษี กรณีตัวอย่างที่ 2 – การเพิ่มการหักค่าใช้จ่าย

รายการ	ก่อนวางแผน	หลังวางแผน	การเปลี่ยนแปลงหลังวางแผน
ภาษีที่ต้องชำระ	256,250	218,750	ลดลง = 256,250 – 218,750 = 37,500 บาท
เงินได้คงเหลือหลังหักภาษี	1,443,750	1,481,250	เพิ่มขึ้น= 1,481,250 – 1,443,750= 37,500 บาท
อัตราภาษีที่แท้จริง	15.07%	12.87%	ลดลง = 15.07 – 12.87 = 2.20%

ตัวอย่างที่ 3. การเพิ่มค่าลดหย่อน – นายสกลมีเงินได้เดือนละ 80,000 บาท โบนัส 3 เดือน จ่ายค่าประกันสังคมปีละ 9,000 บาท มีประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ 45,000 บาทต่อปี โดยกรมธรรม์มีกำหนดเวลา 10 ปีขึ้นไป บริจาคเงินปีละ 2,000 บาท ต่อมานายสกลได้รับการแนะนำให้ประกันชีวิตแบบสะสมเพิ่มให้ครบวงเงิน 100,000 บาท และนายสกลได้ทำแบบประเมินความสามารถในการรับความเสี่ยงจากการลงทุน พบว่าอยู่ในระดับที่รับความเสี่ยงได้ไม่สูงมาก นักวางแผนภาษีจึงแนะนำให้นายสกลลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เพื่อประหยัดภาษีประเภทได้รับเงินปันผลกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง ซึ่งนายสกลเห็นด้วยและต้องการลงทุนครั้งแรกเป็นเงิน 100,000 บาท โดยนายสกลรับทราบว่าการซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาวประหยัดภาษีจะต้องถือไว้ไม่ต่ำกว่า 5 ปี

ก่อนการวางแผนภาษี

เงินได้พึงประเมิน = เงินเดือน + โบนัส = 960,000 + 240,000 = 1,200,000 บาท
หักค่าใช้จ่าย = ร้อยละ 40 ของเงินได้ แต่ไม่เกิน 60,000 บาท = 60,000 บาท
หักค่าลดหย่อน = ผู้มีเงินได้ + ค่าประกันสังคม + เงินประกันชีวิต + เงินบริจาค
= 30,000 + 9,000 + 45,000 + 2,000 = 86,000 บาท
เงินได้สุทธิ = เงินได้พึงประเมิน – ค่าใช้จ่าย – ค่าลดหย่อน = 1,200,000 – 60,000 – 86,000 = 1,054,000 บาท
คำนวณภาษีที่ต้องชำระ = เงินได้สุทธิ x อัตราภาษีตามตารางที่ 3 = 128,500 บาท
เงินได้คงเหลือ = เงินได้พึงประเมิน – ภาษีที่ต้องชำระ = 1,200,000 – 128,500 = 1,071,500 บาท
อัตราภาษีที่แท้จริง = (ภาษีที่ต้องชำระหารด้วยเงินได้พึงประเมิน) x 100 = (128,500/1,200,000) x 100 = 10.71%

หลังวางแผนภาษี - โดยเพิ่มค่าเบี้ยประกันชีวิตและลงทุนในกองทุนรวม LTF ทำให้ค่าลดหย่อนเพิ่มขึ้น
เงินได้พึงประเมิน = เงินเดือน + โบนัส = 960,000 + 240,000 = 1,200,000 บาท
หักค่าใช้จ่าย = ร้อยละ 40 ของเงินได้ แต่ไม่เกิน 60,000 บาท = 60,000 บาท
หักค่าลดหย่อน = ผู้มีเงินได้ + ค่าประกันสังคม + เงินประกันชีวิต + เงินลงทุนกองทุน LTF +เงินบริจาค
= 30,000 + 9,000 + 100,000 + 100,000 + 2,000 = 241,000 บาท
เงินได้สุทธิ = เงินได้พึงประเมิน – ค่าใช้จ่าย – ค่าลดหย่อน = 1,200,000 – 60,000 – 241,000 = 899,000 บาท
คำนวณภาษีที่ต้องชำระ = เงินได้สุทธิ x อัตราภาษีตามตารางที่ 3 = 94,800 บาท
เงินได้คงเหลือ = เงินได้พึงประเมิน – ภาษีที่ต้องชำระ = 1,200,000 – 94,800 = 1,105,200 บาท
อัตราภาษีที่แท้จริง = (ภาษีที่ต้องชำระหารด้วยเงินได้พึงประเมิน) x 100 = (94,800/1,200,000) x 100 = 7.90%

สรุปเป็นตารางเปรียบเทียบตารางที่ 6 ได้ว่า หลังวางแผนภาษีโดยเพิ่มค่าเบี้ยประกันชีวิตและลงทุนในกองทุนรวม LTF ทำให้หักค่าลดหย่อนได้เพิ่มมากขึ้น เกิดการเปลี่ยนแปลงคือ ภาษีที่ต้องชำระลดลง นั่นคือเกิดการประหยัดในภาษีที่ต้องจ่าย เงินได้คงเหลือหลังหักภาษีจึงเพิ่มขึ้นเท่ากับภาษีที่ต้องชำระที่ลดลง และอัตราภาษีที่แท้จริงลดลงไปร้อยละ 2.81

ตารางที่ 6 ตารางเปรียบเทียบ ภาษีที่ต้องชำระ เงินได้คงเหลือหลังหักภาษี และอัตราภาษีที่แท้จริง ก่อนและหลังวางแผนภาษี กรณีตัวอย่างที่ 3 – การเพิ่มค่าลดหย่อน

รายการ	ก่อนวางแผน	หลังวางแผน	การเปลี่ยนแปลงหลังวางแผน
ภาษีที่ต้องชำระ	128,500	94,800	ลดลง = 128,500 – 94,800 = 33,700 บาท
เงินได้คงเหลือหลังหักภาษี	1,071,500	1,105,200	เพิ่มขึ้น= 1,105,200 – 1,071,500= 33,700 บาท
อัตราภาษีที่แท้จริง	10.71%	7.90%	ลดลง = 10.71 – 7.90 = 2.81%

ตัวอย่างที่ 4. การเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า – นายจำลองมีเงินได้ประจำจากการทำงานในบริษัทแห่งหนึ่ง 100,000 บาท/เดือน และมีรายได้ดอกเบี้ยจากหุ้นกู้จำนวนเงิน 3 ล้านบาท อายุ 5 ปี ซึ่งเหลืออายุที่จะครบกำหนดอีก 2 ปี อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6 จ่ายดอกเบี้ยปีละ 2 ครั้ง โดยดอกเบี้ยรับจากหุ้นกู้ถูกหักภาษี ณ ที่จ่าย ในอัตราร้อยละ 15 นายจำลองจ่ายประกันสังคมปีละ 9,000 บาท

ก่อนการวางแผนภาษี - นำดอกเบี้ยรับจากหุ้นกู้มารวมเป็นเงินได้พึงประเมินเพื่อคำนวณภาษีตอนสิ้นปี
เงินได้พึงประเมิน = เงินเดือน + เงินได้จากดอกเบี้ยรับจากหุ้นกู้ = 1,200,000 + 180,000 = 1,380,000 บาท
หักค่าใช้จ่าย = ร้อยละ 40 ของเงินได้ แต่ไม่เกิน 60,000 บาท = 60,000 บาท
หักค่าลดหย่อน = ผู้มีเงินได้ + ค่าประกันสังคม = 30,000 + 9,000 = 39,000 บาท
เงินได้สุทธิ = เงินได้พึงประเมิน – ค่าใช้จ่าย – ค่าลดหย่อน =1,380,000 – 60,000 – 39,000 = 1,281,000 บาท
คำนวณภาษีที่ต้องชำระ = เงินได้สุทธิ x อัตราภาษีตามตารางที่ 3 = 185,250 บาท
คำนวณภาษีหัก ณ ที่จ่าย จากดอกเบี้ยรับหุ้นกู้ ร้อยละ 15 = 180000 x 0.15 = 27,000 บาท
คำนวณภาษีที่ต้องชำระเพิ่ม = ภาษีที่ต้องชำระ - ภาษีหัก ณ ที่จ่ายจากดอกเบี้ยรับหุ้นกู้
= 185,250 - 27,000 = 158,250 บาท
เงินได้คงเหลือ = เงินได้พึงประเมิน – ภาษีที่ต้องชำระ =1,380,000 – 185,250 = 1,194,750 บาท
อัตราภาษีที่แท้จริง = (ภาษีที่ต้องชำระหารด้วยเงินได้พึงประเมิน) x 100 = (185,250/1,380,000) x 100 = 13.42%
หลังวางแผนภาษี - โดยเลือกไม่นำดอกเบี้ยรับจากหุ้นกู้มารวมเป็นเงินได้พึงประเมินเพื่อคำนวณภาษีตอนสิ้นปี เงินได้พึงประเมิน = เงินเดือน = 1,200,000 บาท
หักค่าใช้จ่าย = ร้อยละ 40 ของเงินได้ แต่ไม่เกิน 60,000 บาท = 60,000 บาท
หักค่าลดหย่อน = ผู้มีเงินได้ + ค่าประกันสังคม = 30,000 + 9,000 = 39,000 บาท
เงินได้สุทธิ = เงินได้พึงประเมิน – ค่าใช้จ่าย – ค่าลดหย่อน = 1,200,000 – 60,000 – 39,000 = 1,101,000 บาท
คำนวณภาษีที่ต้องชำระ = เงินได้สุทธิ x อัตราภาษีตามตารางที่ 3 = 140,250 บาท
รวมภาษีที่ชำระทั้งหมด = ภาษีที่ต้องชำระ + ภาษีหัก ณ ที่จ่ายจากดอกเบี้ยรับหุ้นกู้
= 140,250 + 27,000 = 167,250 บาท
เงินได้คงเหลือ = เงินได้พึงประเมิน + เงินได้ดอกเบี้ยรับหุ้นกู้ (ที่ไม่นำมารวมคำนวณ) – ภาษีที่ชำระทั้งหมด = 1,200,000 + 180,000 - 167,250 = 1,212,750 บาท
อัตราภาษีที่แท้จริง = (ภาษีที่ชำระทั้งหมดหารด้วยเงินได้พึงประเมินบวกเงินได้ดอกเบี้ยรับหุ้นกู้) x 100
= (167,250/1,380,000) x 100 = 12.12%

สรุปเป็นตารางเปรียบเทียบตารางที่ 7 ได้ว่า หลังวางแผนภาษีโดยเลือกไม่นำดอกเบี้ยหุ้นกู้มารวมเป็นเงินได้พึงประเมินเพื่อคำนวณภาษีตอนสิ้นปี เกิดการเปลี่ยนแปลงคือ ภาษีที่ต้องชำระลดลง ทำให้ประหยัดในภาษีที่ต้องจ่าย ทำให้เงินได้คงเหลือหลังหักภาษีเพิ่มมากขึ้นเท่ากับภาษีที่ต้องชำระที่ลดลง และอัตราภาษีที่แท้จริงลดลงไปร้อยละ 1.30

ตารางที่ 7 ตารางเปรียบเทียบ ภาษีที่ต้องชำระ เงินได้คงเหลือหลังหักภาษี และอัตราภาษีที่แท้จริง ก่อนและหลังวางแผนภาษี กรณีตัวอย่างที่ 4 – การเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า

รายการ	ก่อนวางแผน	หลังวางแผน	การเปลี่ยนแปลงหลังวางแผน
ภาษีที่ต้องชำระ	185,250	167,250	ลดลง = 185,250 – 167,250 = 18,000 บาท
เงินได้คงเหลือหลังหักภาษี	1,194,750	1,212,750	เพิ่มขึ้น= 1,212,750 – 1,194,750= 18,000 บาท
อัตราภาษีที่แท้จริง	13.42%	12.12%	ลดลง = 13.42 – 12.12 = 1.30%

สำหรับกรณีตัวอย่างที่ 4 นี้ พบว่า ในบางบุคคลการวางแผนนำดอกเบี้ยหรือเงินได้ที่สามารถเลือกถูกหักภาษี ณ ที่จ่าย เป็นภาษีสุดท้าย มารวมเป็นเงินได้พึงประเมินเพื่อคำนวณภาษีตอนสิ้นปี อาจให้ผลดีกว่าการไม่นำมารวมก็ได้ ยกตัวอย่างเช่น นายมีสุขมีเงินได้จากเงินเดือนปีละ 200,000บาท และดอกเบี้ยรับจากเงินฝากธนาคาร 40,000 บาท ซึ่งถูกหักภาษีดอกเบี้ย ณ ที่จ่ายไว้แล้วในอัตราร้อยละ 15 เป็นเงิน 6,000 บาท ถ้านายมีสุขไม่นำเงินได้ดอกเบี้ยมารวมคำนวณภาษีเงินได้กับเงินได้จากเงินเดือนตอนสิ้นปี เงินได้สุทธิจากเงินเดือนหลังหักค่าใช้จ่ายส่วนตัว ค่าลดหย่อน และค่าประกันสังคมแล้วจะเท่ากับ

101,000 บาท (200,000 – 60,000 – 30,000 – 9,000) ซึ่งไม่เกิน 150,000 บาทตามตารางอัตราภาษี ตารางที่ 3 ไม่ต้องจ่ายค่าภาษีจากเงินเดือน แต่เสียภาษีเงินได้จากดอกเบี้ย 6,000 บาท แต่ถ้าเขานำเงินได้ดอกเบี้ยมารวมคำนวณภาษีเงินได้กับเงินได้จากเงินเดือนตอนสิ้นปี เงินได้สุทธิหลังหักค่าใช้จ่ายส่วนตัว ค่าลดหย่อน และค่าประกันสังคมแล้วจะเท่ากับ 141,000 บาท (240,000 – 60,000 – 30,000 – 9,000) ซึ่งไม่เกิน 150,000 บาท ไม่ต้องเสียภาษีเงินได้ใดๆเลย และยังสามารถขอคืนภาษีหัก ณ ที่จ่ายจากดอกเบี้ยรับ 6,000 บาท ได้อีก เป็นต้น ดังนั้นผู้วางแผนภาษีจะต้องพิจารณาประโยชน์ทางภาษีของผู้มีเงินได้เป็นรายๆไป

สรุป

การวางแผนภาษีส่วนบุคคลหรือการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือการกำหนดแนวทางปฏิบัติในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เพื่อให้เสียภาษีได้อย่างถูกต้องและสามารถประหยัดภาษีได้สูงสุด ซึ่งไม่ใช่แนวทางการหลีกเลี่ยงภาษี แต่เป็นการใช้สิทธิประโยชน์ต่างๆ มาคำนวณภาษีอย่างถูกต้อง ทำให้ภาษีที่ต้องจ่ายจริงสามารถลดลงจากเดิมที่ไม่ได้วางแผนภาษีได้ เรียกว่าทำให้เกิดการประหยัดในภาษีที่ต้องชำระอย่างถูกกฎหมาย ซึ่งเป็นประโยชน์หลักของการวางแผนภาษี โดยแนวทางการวางแผนที่สามารถลดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ต้องชำระในบทความนี้ ประกอบด้วย แนวทางการลดเงินได้พึงประเมิน การเพิ่มค่าใช้จ่าย/ค่าลดหย่อน และการเลือกเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า ตามที่แสดงตัวอย่างให้เห็นในแต่ละกรณี (ตัวอย่างที่ 1 – ตัวอย่างที่ 4) จึงหวังว่าตัวอย่างต่างๆ ในบทความนี้ จะเป็นประโยชน์แก่บุคคลธรรมดาที่ต้องเสียภาษีเงินได้และช่วยให้ผู้วางแผนภาษีมีความเข้าใจถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากสิทธิประโยชน์ที่กฎหมายกำหนดให้มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

Kapoor, J. R., Dlabay, L. R., & Hughes, R. J. (2010). Personal finance (9th edition). Boston: McGraw-Hill.

Tyson, E. (2010). *Personal Finance For Dummies* (6th edition). Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.

กรมสรรพากร. (2559). *ความรู้เรื่องภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา.* สืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2559, จาก http://www.rd.go.th/publish/309.0.html

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.) *การวางแผนภาษี.* สืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2559, จาก https://www.set.or.th/education/th/start/start_start_3_7.pdf

ธนาคารเกียรตินาคิน. (ม.ป.ป.) *8 กลยุทธ์ในการวางแผนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา.* สืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2559, จาก http://www.kiatnakin.co.th/knowledge-detail.php?id=14

รัชนีกร วงศ์จันทร์. (2558). *การบริหารการเงินส่วนบุคคล* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน (ศคง.). (ม.ป.ป.) *การวางแผนภาษี.* สืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2559, จาก https://www.1213.or.th/th/moneymgt/taxplan/Pages/taxplan.aspx

อมรศักดิ์ พงศ์พศุตม์. (2556). 10 *กฎลดภาษีบุคคลธรรมดา ตอนที่ 2.* สืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2559, จากhttp://www.sentangsedtee.com/news_detail.php?rich_id=535&section=2&column_id=19

การสร้างอัตลักษณ์เด็กผู้หญิงผ่านวรรณกรรมนิทานเรื่อง “กุ๋งกิ๋ง”

FORMING GIRLS’ IDENTITY THROUGH CHILDREN LITERATURE “KUNGKING”

เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง*
Yaowanart Panpeng*

* รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
* Associate Dean, School of Communication Arts, Sripatum University, Chonburi Campus
* Email: yaowanart@hotmail.com

บทคัดย่อ

การสร้างอัตลักษณ์เด็กผู้หญิงผ่านวรรณกรรมนิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" เป็นการใช้สื่อที่มีอิทธิพลต่อเด็กผู้หญิง คือ นิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" มาเป็นการสร้างอัตลักษณ์ในการส่งเสริมพฤติกรรม ของเด็กในวัยอายุ 3-4 ปี โดยมีการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของเด็กผู้หญิง ในนิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" จำนวน 4 ชุด 16 เล่ม มีการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ได้แก่ ภาษาที่ใช้เขียนนิทานเป็นกลอนสี่สุภาพ ประมาณ 11 บท ต่อ 1 เรื่อง มีการใช้คำง่ายๆ เหมือนภาษาพูดและภาพประกอบ จะใช้ภาพการ์ตูน มีสีสันสดใส น่าสนใจและเป็นสีที่เป็นไปตามธรรมชาติ สื่อถึงอารมณ์ของตัวละคร ส่วนการรับรู้อัตลักษณ์ของเด็กผู้หญิงในนิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" ได้มีการสัมภาษณ์จากผู้ปกครองและครูระดับปฐมวัย ชั้นอนุบาล 1 จำนวน 5 คน ถึงพฤติกรรมการรับรู้ในขณะที่เล่านิทาน และการนำไปใช้ในชีวิตประจำวันของเด็กๆ พบว่าส่วนใหญ่คุณแม่จะเป็นคนเล่านิทาน ซึ่งเด็กแต่ละคนอาจจะมีการรับรู้แตกต่างกัน ทำให้ความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมีความหลากหลาย (Polysemy) เนื่องจากมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการเข้าใจไม่เหมือนกัน สุดท้ายจะนำมาสรุปโดยการนำทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษาในเรื่องอัตลักษณ์มาเชื่อมโยงถึงการสร้างอัตลักษณ์ของเด็กผู้หญิงจากการได้รับฟังนิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" คือ มีการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นเด็กผู้หญิงในชนชั้นกลาง แสดงออกถึงพฤติกรรมการกินอยู่ การสร้างบุคลิกภาพ การใช้เวลาว่าง การใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคม

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ การรับรู้ เด็กผู้หญิง นิทาน

Abstract

Kungking, a children literature, displays a girl whose character play a role in establishing an identity of little girls, ranging from 3 to 5 years old. In the textual analyzing, Kungking's identity is used as an ideal example for girls. There are four series with 16 books altogether. According to the analysis, the style of language used in the literature is a type of Thai poem called Klon Si Suphap. Each chapter contains 11 sets of the poem. The story applies a style of spoken language that makes it easy to read and understand. Shades of colors are suitably used in cartoon characters which helps illustrate different facial expressions naturally.

The perception of girls on the story of Kungking is obtained by conducting an interview from parents and five teachers in kindergarten 1. The interview was aimed at obtaining two main points of information; 1) girls' perceptional behavior during listening to their mothers reading the story, 2) how they apply what they learn in a daily life. Since each girl holds different background knowledge and experiences, their ability to learn is found to vary. Therefore, how they perceive and construct the idea are also different, as the term polysemy can apply. Various experiences also form different perception and understanding.

The theory of cultural studies is applied to construct a relation between Kungking's and girls' identity after they have listened to the story. The story displays how a middle-class girl spend her daily life, eating habit and manner, personalities and how she live with other people in a society.

Keywords: Identity, Perception, Girls, Literature

บทนำ

ปัจจุบันสื่อของเด็กมีจำนวนมาก เช่น หนังสือการ์ตูน รายการเด็กในโทรทัศน์ หนังสือนิทาน หากเปรียบเทียบกันระหว่างหนังสือกับโทรทัศน์ พ่อแม่อาจจะอยากให้เด็กอ่านหนังสือมากกว่าดูโทรทัศน์ ในการใช้สื่อเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวสาระไปให้แก่เด็ก ไม่ว่าจะเป็นสื่อชนิดใดจะถูกผลิตโดยผู้ใหญ่ส่งไปให้ผู้ใช้สื่อก็คือ "เด็ก" ได้รับข้อมูลเรื่องราวเหล่านั้น หนังสือนิทาน เป็นสื่อที่มีบทบาทในการส่งเสริมพฤติกรรมของเด็กในวัยอายุ 3-4 ปี เพราะสามารถส่งเสริมให้เด็กได้เห็นตัวแบบที่ดี การแก้ปัญหา การเสริมแรงและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การนำนิทานมาเล่าให้เด็กฟังเป็นการจำลองสถานการณ์ในชีวิตจริงที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการช่วยเหลือมาเล่าให้เด็กฟัง จะช่วยให้เด็กได้เรียนรู้และเห็นคุณค่าของการช่วยเหลือยิ่งขึ้น กิติยวดี บุญชื่อ และคณะ (2540, น. 60) กล่าวว่า เด็ก 3-6 ขวบ ชอบฟังนิทานเป็นชีวิตจิตใจ ชอบคิด ชอบจินตนาการ ครูสามารถสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมให้ซึมซาบเข้าไปในจิตใจโดยไม่รู้ตัว สอดคล้องกับกิ่งแก้ว อัตถากร (2519, น. 8) ที่เห็นว่า นิทานเป็นส่วนหนึ่งของต้นแบบที่มีอิทธิพลต่อเด็ก หนังสือนิทานที่จัดจำหน่ายในท้องตลาดมีความหลากหลายทั้งตัวการ์ตูน เรื่องราวรูปแบบที่แตกต่างกัน ผู้ศึกษาสนใจศึกษาหนังสือนิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" เนื่องจากเป็นนิทานที่ผู้ปกครอง ครู และเด็กให้ความนิยมในระดับมาก

นิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" เป็นหนังสือนิทาน เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กระทรวงศึกษาธิการจัดเป็นหนังสือเสริมประสบการณ์สำหรับเด็กปฐมวัย พ.ศ. 2552 และ พ.ศ. 2553 และได้รับรางวัล "การคัดสรรหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน ครั้งที่ 3 โดยสมาพันธ์องค์กรเพื่อพัฒนาหนังสือและการอ่าน และได้รับการตีพิมพ์ในหลายประเทศ ได้แก่ ฮ่องกง ไต้หวัน สิงคโปร์ ฯลฯ (บริษัท แปลน ฟอร์ คิดส์ จำกัด, 2557) แบ่งเป็น 4 ชุด ได้แก่ ชุดสร้างเสริมสุขอนามัย ชุดส่งเสริมทักษะทางสังคม ชุดส่งเสริมสุขนิสัย และชุดวันแสนสนุกของกุ๋งกิ๋ง โดยชุดแรกเป็นเรื่องของสุขลักษณะอย่างเช่น ปัญหาหัวเหม็น ตัวมอม ท้องผูก ปวดฟัน ซึ่งเป็นปัญหาสากลพ่อแม่ทั่วโลกต่างก็เคยเจอปัญหานี้ ดังนั้น ถ้าในนิทานเวลาเล่าให้เด็กฟังเขาก็จะรู้สึกเหมือนกุ๋งกิ๋งเป็นเพื่อนของเขา แล้วเขาก็จะได้เรียนรู้ว่า ถ้าทำแบบนี้ๆ จะเกิดผลอะไรตามมา ในขณะเดียวกันมันก็สร้างความผูกพันในครอบครัวได้

ภาพที่ 1 ตัวอย่างนิทานกุ๋งกิ๋ง

การที่เด็กได้ฟังนิทาน เรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" จะทำให้ได้รับรู้ความเป็นตัวตนของกุ๋งกิ๋ง ที่เป็นเด็กผู้หญิงในแต่ละเรื่องแต่ละชุดซึ่งจะสื่อถึงนิสัยการปฏิบัติตนเองตามหน้าที่การใช้ชีวิตในสถานการณ์ต่างๆ รวมทั้งความสัมพันธ์พ่อแม่ เพื่อน และสังคมจากกิจกรรมในชีวิตประจำวันของกุ๋งกิ๋ง ดังนั้น จากความหมายของ อัตลักษณ์ (identity) หมายถึง ลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ อาจจะหมายถึง ลักษณะเฉพาะของบุคคล ที่รวมสติปัญญา คุณธรรม จริยธรรม ความประพฤติที่แสดงออกเป็นลักษณะนิสัยของบุคคลนั้น ตามที่ได้ศึกษานิทาน กุ๋งกิ๋งมาหลายเล่ม จะพบว่า ในพฤติกรรมของกุ๋งกิ๋งจะมีทั้งเชิงบวก เช่น กุ๋งกิ๋งไม่ร้องไห้เวลาไปโรงเรียน กุ๋งกิ๋งรักพ่อแม่และในเชิงลบ กุ๋งกิ๋งไม่ยอมอาบน้ำ กุ๋งกิ๋งไม่ยอมแปรงฟัน ซึ่งจะมีการอธิบายถึงที่มาของพฤติกรรมต่างๆ เรียงร้อยเป็นเรื่องราว และนำเสนอมาในเหตุการณ์ที่เป็นตัวกำหนดขอบเขตพฤติกรรมที่เกิดขึ้นด้านหนึ่งของอัตลักษณ์นั้นทำให้เด็กๆ รู้สึกว่าเรามีความเหมือนกับเด็กคนอื่นๆ ที่ได้อ่านนิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง"

ในการสร้างอัตลักษณ์นั้นอาจจะเกิดจากการที่เด็กๆ ได้รับรู้เรื่องราวของนิทาน ผ่านพ่อ แม่ หรือคุณครูที่เล่าให้ฟัง เนื่องจากเด็กในวัยปฐมวัย หรือ อายุ 3 -4 ขวบนั้น ยังไม่สามารถอ่านหนังสือเองได้ การรับรู้ผ่านภาพและเสียงอ่านของผู้เล่านิทานทำให้เด็กๆ ได้เข้าใจพฤติกรรมต่างๆ ของกุ๋งกิ๋งในแต่ละเรื่อง ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาว่าในวรรณกรรมเรื่องนี้ ผู้เขียนมีการกำหนดอัตลักษณ์ของเด็กผู้หญิง ก็คือ กุ๋งกิ๋งไว้อย่างไรบ้าง และทำให้เด็กมีอัตลักษณ์ตามที่ได้รับรู้จากนิทานหรือไม่ เพื่อจะได้นำไปพัฒนาในการสร้างสื่อของเด็กในรูปแบบอื่นๆ ต่อไป

การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis)

นิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" โดยผู้เขียน คือ มนฤดี ทองกลอย และ วาดภาพ คือ นพดล กำจรไพศาล เป็นนิทานที่สร้างมาเพื่อสื่อสารกับเด็ก โดยการสร้างตัวละครมาเป็นเพื่อนๆ กับเด็กๆ เรียนรู้ผ่านภาพและตัวอักษรในนิทาน แล้วนำมาใช้ในชีวิตประจำวันมีขนาด 24x24 เซนติเมตร เป็นขนาดจับถือได้สะดวกพิมพ์ 4 สีจำนวน 30 หน้า เล่มแรกเริ่มมาจากนิทานเรื่องกุ๋งกิ๋งปวดฟัน และมีเรื่องอื่นๆ ตามมาในชุด การส่งเสริมสุขนิสัย ใช้การสื่อสารโดยกลอนสี่สุภาพ เพื่อช่วยในการจดจำง่าย ผู้ปกครองจะใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารสอนการเรียนรู้ในชีวิตประจำวันให้แก่เด็ก และเป็นการสร้างความผูกพันในครอบครัว เพราะเป็นการสื่อสารระหว่างพ่อแม่ กับลูก เนื่องจากเด็กในวัย 3-4 ขวบ ยังไม่สามารถอ่านหนังสือได้ พ่อ แม่ ผู้ปกครองจะต้องให้เวลาในการเล่า นิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง"

ภาษาที่ใช้ในการเขียนนิทาน

ภาษาที่ใช้เขียนเป็นกลอนสี่สุภาพ ประมาณ 11 บท ต่อ 1 เรื่อง มีการใช้คำง่ายๆ คำไทยสองพยางค์ คำประสมสองพยางค์ หรือสามพยางค์ คำซ้อนสองพยางค์ คำซ้ำที่มีความถี่สูง เป็นคำที่นำมาใช้แต่งบทร้อยกรองสำหรับเด็ก เพราะจะช่วยให้เด็กเข้าใจความหมายได้ทันทีมีภาพประกอบ ภาษาที่ใช้ความหมายเด่น หมายถึง ความหมายของคำ และความหมายของเนื้อความในบทร้อยกรอง ร้อยกรองแต่ละบทจะใช้คำที่มีความหมายเด่นชัด เข้าใจได้ทันที ไม่สับสน ไม่กำกวม ในนิทานจะใช้คำง่ายๆ บางคำเสมือนภาษาพูด เพื่อให้เด็กๆ เข้าใจ และคำซ้ำ เช่น

การใช้คำง่ายๆ เหมือนภาษาพูด

"สิ่งของส่วนตัวทั้งหลาย อย่าเผลอไปใช้ร่วมกัน<u>นะจ๊ะ</u>
เชื้อโรคมีอยู่ทุกที่ ล้างมือให้ดีห้ามขยี้ตา"

การใช้คำว่า "นะจ๊ะ" เป็นภาษาพูดที่แสดงถึงความใกล้ชิดสนิทสนม ไม่เป็นทางการ

การใช้คำซ้ำ

"เล่นเพลินจนตัวเลอะเทอะ กุ่งกิ่งยังเผลอใช้มือขยี้ตา
ขยี้ปุ๊บ คันยุบคันยิบ กะพริบตาปริบปริบ รู้สึกเคืองตา"

การใช้คำว่า "คันยุบคันยิบ" เป็นการใช้คำซ้ำ คือ คำว่า "คัน" และ คำว่า "ปริบปริบ" เป็นการใช้คำว่า "ปริบ" ทำให้เป็นการย้ำเตือน และเป็นการสร้างความน่าสนใจฟังในการอ่าน

ภาพประกอบ

ในนิทานเรื่อง "กุ่งกิ่ง" ใช้ภาพการ์ตูน มีสีสันสดใส น่าสนใจ และเป็นสีที่เป็นไปตามธรรมชาติ ขนาดของภาพไม่ใหญ่ หรือเล็กเกินไป เพื่อสื่อความหมายเหมือนความเป็นจริง ภาพจะทำหน้าที่บรรยายเรื่องโดยตลอดและช่วยเพิ่มพูนความรู้ด้านคำ ช่วยขยายความรู้ด้านต่างๆ ของเด็กให้กว้างและลึกซึ้งยิ่งขึ้น ขนาดของภาพเหมาะสมกับเรื่องและถูกสัดส่วน เช่น น่าตาน่ารัก สวยงาม ไม่พิการหัวโต ตัวเล็กเนื้อหาสาระเหมาะสมกับวัย แสดงการกระทำต่างๆ มีการถ่ายทอด อารมณ์ที่น่าพอใจ ไม่น่าพอใจ

ภาพที่สื่อถึงอารมณ์ของกุ่งกิ่งรู้สึกมีความสุข จะมีประกอบอยู่ในนิทานเรื่อง "กุ่งกิ่ง" ทุกชุด ทุกเล่ม โดยเฉพาะในชุดวันแสนสนุกของกุ่งกิ่ง เช่น กุ่งกิ่งไปทะเล กุ่งกิ่งไปโรงเรียน และชุดส่งเสริมทักษะทางสังคม จะเป็นเรื่องราวที่ทำให้กุ่งกิ่งประทับใจ สนุกที่จะเรียนรู้สิ่งต่างๆ อย่างมีความสุข ภาพประกอบจะมีภาพในลักษณะดังกล่าวมาก ดังภาพประกอบด้านล่าง

ภาพที่สื่อถึงอารมณ์ของกุ่งกิ่งรู้สึกไม่ค่อยมีความสุข ส่วนใหญ่จะมีภาพลักษณะนี้จะมีประกอบอยู่ในนิทานเรื่อง "กุ่งกิ่ง" ในชุดส่งเสริมสุขนิสัย ได้แก่ กุ่งกิ่งปวดฟัน กุ่งกิ่งหัวเหม็น กุ่งกิ่งท้องผูก กุ่งกิ่งตัวมอมและชุดเสริมสุขอนามัย ได้แก่ กุ่งกิ่งเป็นไข้เลือดออก กุ่งกิ่งเป็นอีสุกอีใส กุ่งกิ่งเป็นตาแดง กุ่งกิ่งเป็นหวัด ซึ่งภาพในลักษณะอารมณ์ไม่ค่อยมีความสุข เกิดจากการเจ็บป่วย การไม่พอใจในการถูกบังคับแนะนำจากพ่อแม่ให้ทำในสิ่งที่ควรทำ เช่น ในเรื่อง กุ่งกิ่งท้องผูก กุ่งกิ่งถูกบังคับให้รับประทานผัก ก็เลยไม่ชอบ และอาจจะเกิดจาการเสียใจ เช่น ในเรื่อง กุ่งกิ่งตัวมอม เมื่อกุ่งกิ่งไม่ยอมอาบน้ำ ทำให้เพื่อนๆ รังเกียจ ก็เสียใจ ร้องไห้ แต่สุดท้าย ถึงจะเจ็บป่วยอย่างไร สุดท้ายกุ่งกิ่งก็เป็นเด็กที่เชื่อฟังพ่อแม่ และคุณหมอ ทำให้หายป่วย ฉะนั้นก็จะมีภาพในลักษณะอารมณ์แบบพอใจ มีความสุขในทุกๆ เรื่องเช่นกัน

นิทานเรื่อง "กุ่งกิ่ง" มีความสำคัญต่อพฤติกรรมตามวัยของเด็กปฐมวัยเป็นอย่างมาก เพราะจะเป็นการรวมกลุ่มฟังนิทานซึ่งส่งผลต่อการเรียนรู้ทางสังคม เช่น เรียนรู้มารยาทในการฟัง การปรับตัวให้เข้ากับกลุ่มเพื่อน ลดการยึดถือตนเองเป็นศูนย์กลาง นอกจากนี้ ตัวแบบ ซึ่งหมายถึง "กุ่งกิ่ง" และเนื้อหาสาระในนิทานดังกล่าว จะเป็นตัวชี้แนะพฤติกรรมนั้น เพื่อทดสอบว่าเป็นที่ยอมรับของสังคมหรือไม่ เพื่อให้สังคมยอมรับตนเองมากขึ้น โดยจากเนื้อหาเรื่องราวของนิทานแต่ละชุด แต่ละเล่มของกุ่งกิ่งนั้น มีการใช้ภาษาอ่านง่าย เป็นการเขียนแบบกลอนสี่สุภาพ ใช้คำเชื่อม คำพ้องเสียง คำซ้ำ ฟังดูเพลิดเพลินเวลาที่ผู้ปกครองเล่าให้ลูกฟัง ถ่ายทอดเนื้อหาในชีวิตประจำวัน เป็นเรื่องใกล้ตัวที่เด็กๆ สามารถสร้างความเข้าใจได้ไม่ยาก ประกอบกับมีภาพประกอบเป็นภาพการ์ตูน ทั้งตัวละครหลัก ได้แก่ กุ่งกิ่ง ถ่ายทอดลักษณะของเด็กผู้หญิงในครอบครัวของกลุ่มคนในระดับสังคมชนชั้นกลาง อยู่ในครอบครัวเดี่ยว อาศัยอยู่บ้านกับพ่อและแม่ ไม่มีพี่น้อง ในเรื่องจะมีตัวละครเสริม เป็น พ่อ แม่ ครู หมอ เพื่อน และญาติ ตามแต่ละเรื่องราวในเมืองที่กุ่งกิ่งอยู่จะมีการสะท้อนให้เห็นถึงความมีน้ำใจระหว่างผู้คน เพื่อนบ้าน ปู่ย่าตายาย ฉากส่วนใหญ่จะใช้บ้านเป็นหลัก เพราะเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันของเด็กๆ ส่วนใหญ่เกิดขึ้นที่บ้าน แต่มีการสร้างประสบการณ์ให้กุ่งกิ่งได้เรียนรู้สถานที่ภายนอก เช่น โรงเรียน ตลาด สวนสัตว์ บ้านญาติ บ้านเพื่อน และบทสรุปของนิทานแต่ละเรื่องจะสอนให้เด็กๆ รู้จักการปฏิบัติในเรื่องการดูแลความสะอาดของร่างกาย และการรับประทานอาหารให้เหมาะสม ชุดส่งเสริมสุขนิสัย ได้แก่ กุ่งกิ่งปวดฟัน กุ่งกิ่งหัวเหม็น กุ่งกิ่งท้องผูก กุ่งกิ่งตัวมอม สอนให้เด็กๆ รู้จักการเรียนรู้ในสถานที่ที่เด็กๆ บางคนอาจจะยังไม่เคยไป และการปฏิบัติตัวในการไปสถานที่ต่างๆ ให้เหมาะสม ในชุดวันแสนสนุกของกุ่งกิ่ง ได้แก่ กุ่งกิ่งไปโรงเรียน กุ่งกิ่งไปทะเล กุ่งกิ่งไปตลาด กุ่งกิ่งไปสวนสัตว์ สอนให้เด็กได้มีความสัมพันธ์อันดีกับคนอื่นๆ มีน้ำใจ ในชุดส่งเสริม

ทักษะทางสังคม ได้แก่ กุ๋งกิ๋งรักเพื่อน กุ๋งกิ๋งรักพ่อแม่ กุ๋งกิ๋งรักญาติ กุ๋งกิ๋งรักเพื่อนบ้าน และสอนให้รู้จักโรคติดต่อที่อาจจะเกิดขึ้นกับเด็กๆได้ หากปฏิบัติตนไม่เหมาะสม และการดูแลรักษาเมื่อเป็นโรคติดต่อ ในชุดเสริมสุขอนามัย ได้แก่ กุ๋งกิ๋งเป็นไข้เลือดออก กุ๋งกิ๋งเป็นอีสุกอีใส กุ๋งกิ๋งเป็นตาแดง กุ๋งกิ๋งเป็นหวัด

การรับรู้อัตลักษณ์ของเด็กผู้หญิงในนิทานเรื่อง"กุ๋งกิ๋ง"

การสื่อสารโดยการเล่านิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้ปกครองและคุณครู ที่ได้อ่านนิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" ให้เด็กระดับปฐมวัยฟัง โดยแบ่งเป็นผู้ปกครอง คือ คุณแม่ จำนวน 3 คน และคุณครู จำนวน 3 คน ทำให้ทราบว่า ส่วนใหญ่ผู้ปกครอง ซึ่งในที่นี้ หมายถึง คุณแม่ สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเรื่องเพศเดียวกัน และสายสัมพันธ์ของแม่กับลูกผู้หญิงจะแนบแน่นมากกว่า เพราะนิทานเรื่องนี้ตัวละครเป็นเด็กผู้หญิง และในเรื่องแม่จะมีบทบาทมากกว่าพ่อในการสอนการใช้ชีวิตประจำวัน คุณแม่ใช้เวลาในการเล่านิทานให้ลูกฟังเวลาก่อนนอน วันละ 2-4 เรื่อง เล่าตั้งแต่ลูกอายุ 1 ขวบ จนถึงปัจจุบัน บางเรื่องเล่าซ้ำหลายรอบ การเล่านิทานให้เด็กฟัง และเด็กเกิดการรับรู้ในกระบวนสื่อสาร เด็กผู้หญิง จึงหมายถึง ผู้รับสาร (Receiver) ผู้ถอดรหัส (Decoder) ผู้ฟัง (Listener) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของนิทานดังกล่าว ดังนั้น เด็กผู้หญิงจะได้รับสาร หมายถึง "เรื่องราวของนิทานเรื่อง กุ๋งกิ๋ง" สะท้อนถึงการดำรงชีวิตประจำวันของ "กุ๋งกิ๋ง" ในชุดนิทาน อธิบายถึงการดำรงชีวิตของบุคคล การสืบทอดค่านิยม ทัศนคติ ความรู้ จากรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า "วัฒนธรรม" (ชิตาภา สุขพลำ, 2548, น. 126) และตามแนวคิดของ Geertz (1973) ได้ให้นิยามว่า "วัฒนธรรมคือบันทึกการกระทำ (Acted Document) ที่อยู่ระหว่างสัญญะต่างๆ ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา" (Constructed) โดยที่มองว่า "ทุกอย่างที่ปรากฏในสังคมนั้นเป็น document (อาจเทียบได้กับคำว่า "text" ของกลุ่มสัญญะวิทยา – Semiology) ไม่ว่าจะเป็นรูปวาด การเต้นรำ หนังสืออ่านเล่น ละครโทรทัศน์ ชิ้นงานโฆษณา ฯลฯ ล้วนเป็นการกระทำที่มีความหมายแสดงออกมาและจำเป็นต้องตีความเพื่อทำความเข้าใจ การศึกษาวัฒนธรรมจึงต้องศึกษาความหมายที่ซ้อนอยู่ในระบบสัญลักษณ์เหล่านี้ซึ่งสอดคล้องกับทัศนะต่อแนวคิดเรื่อง "สื่อ" และ "การสื่อสาร" ของทฤษฎีวัฒนธรรม ของกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551) ในทฤษฎีสัญญวิทยา (Semiology) ตามทัศนะแบบการประกอบสร้าง (Construct) พบว่า คุณค่าและความหมายของนิทานเรื่องนี้จึงถูกประกอบสร้างขึ้น ผ่านกระบวนการสื่อสารจากคุณแม่ในแต่ละครั้งด้วย เป็นการถ่ายทอดความหมาย "เด็กผู้หญิง" ผ่านตัวละครคือ "กุ๋งกิ๋ง" ว่าควรมีลักษณะเช่นไร จากการศึกษา นิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" จะมี 4 ชุด แต่ละชุดส่งเสริมสุขนิสัย ทักษะทางสังคม สุขอนามัย และเสริมประสบการณ์สถานที่ต่างๆ ในชุดวันแสนสนุกของกุ๋งกิ๋ง

ในกระบวนการสื่อสารแต่ละครั้ง ไม่จำเป็นต้องมีความหมายเพียงหนึ่งเดียว หากแต่ด้วยการถอดรหัสจากจุดยืนและประสบการณ์ของเด็กที่รับรู้แตกต่างกัน การรับรู้ของมนุษย์เริ่มจากสิ่งเร้ามากระตุ้นอวัยวะความรู้สึกโดยผ่านความสนใจ ซึ่งหมายถึง การที่เด็กได้ฟังนิทาน จากนั้นเริ่มประมวลความคิดจากเสียงเล่านิทานที่ได้ยิน เก็บข้อมูล สังเกตจากสีหน้า แววตา น้ำเสียงของคนเล่านิทาน เด็กๆ เกิดความสนใจ ติดตามความเชื่อ ทัศนคติ วัฒนธรรม สังคม เพื่อตีความทำความเข้าใจออกมา โดยแสดงออกมาทางพฤติกรรม ได้แก่ การบอก การเล่าต่อ รวมถึงการปฏิบัติตามกุ๋งกิ๋งในเรื่องราวที่ได้ฟังมา เช่น กุ๋งกิ๋งหัวเหม็น เพราะไม่สระผม ทำให้ผมมีกลิ่นเหม็น ไม่มีเพื่อนเข้าใกล้ เมื่อเด็กๆ ฟังแล้ว เกิดการรับรู้ เกิดความเชื่อว่าหากไม่ยอมสระผมจะทำให้หัวเหม็น ไม่มีเพื่อนเล่น ตลอดจนเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" ตอนอื่นๆ ที่คุณแม่ที่เป็นคนเล่านิทานทำให้ความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นส่งผ่านไปให้เด็กเกิดการรับรู้มีความหลากหลาย (Polysemy) ไปด้วย เช่น กุ๋งกิ๋งไปเที่ยวทะเล เมื่อเด็กฟังนิทานเรื่องนี้แล้ว บางคนเคยไปทะเลบางแสน บางคนเคยไปทะเลหัวหินหรือทะเลที่อื่นๆ ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น ทะเลบางแสนมีต้นมะพร้าว มีร้านค้าขายของตามชายหาด มีเรือกล้วย มีห่วงยางให้เช่าว่ายน้ำ ส่วนทะเลหัวหิน ไม่มีต้นมะพร้าว มีร้านค้าขายของ และมีม้าให้ขี่เล่น เด็กเคยไปทะเลหัวหิน แต่ไม่เคยมาทะเลบางแสน ก็อาจจะเข้าใจว่าทะเลจะมีม้าให้ขี่เล่นเหมือนกัน โดยการผลิตเนื้อหานั้น มีคุณแม่ซึ่งเป็นคนเล่านิทานด้วย อาจจะมีการเติมเนื้อหา น้ำเสียงเพิ่มเติม และ

มีการใส่การถอดรหัสจากการอ่านของคุณแม่ สื่อสารไปยังลูกอีกขั้นหนึ่ง เช่น คุณแม่ชอบไปทะเลหัวหิน จึงใส่ทัศนคติชื่นชอบมากกว่าทะเลบางแสน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยเรื่องเด็กและสื่อ โดยวิธีการศึกษาทางวัฒนธรรม ของ Devid Backingham (2012) ที่กล่าวว่า วัฒนธรรมเป็นกระบวนการของสังคมที่เกิดจากการผลิตจากเนื้อหาที่มีความหมายเฉพาะ เช่น นิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" ปวดฟัน หมายถึง เด็กผู้หญิงอายุ 4 ขวบ กินขนมแล้วไม่ยอมแปรงฟัน จึงทำให้ปวดฟัน เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของเด็กๆ เมื่อผู้รับสารนั้นได้ตีความ หรือได้วิเคราะห์จากการฟัง ซึ่งจะย้อนกลับมาสู่กระบวนการผลิตซ้ำได้อีก หมายถึง เด็กๆ จะไปอ่านนิทานเรื่องที่คล้ายๆ กัน หรือมีผู้เขียนนิทานเรื่องเกี่ยวกับการดูแลรักษาฟันในนิทานเรื่องใหม่ หรือมีการเล่ารอบใหม่ โดยคนเล่านิทานเปลี่ยนไป เป็นต้น ดังนั้น ตามความเชื่อของ Impact Theory ผู้รับสารนั้นมีลักษณะเคลื่อนไหว (Active) ตามทฤษฎีของวัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่าผู้รับสารนั้นไม่เพียงแต่เลือกเปิดรับและเลือกใช้สื่อหรือสารเท่านั้น แต่ยังเลือกที่จะ อ่านความหมายหรือตีความหมายสารตามที่ขั้นตอนของการถอดรหัส อย่างในงานวิจัยของวรัชญ์ วานิชวัฒนากุล (2548) เรื่องการสื่อสารความหมายใน "การ์ตูนไทยพันธ์ใหม่" ซึ่งศึกษาการถอดรหัสของผู้รับสารที่เป็นเด็ก พบว่า กลุ่มเด็กชาย 8 คนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้น มีภูมิหลังทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยทางด้านจิตวิทยาคล้ายคลึงกัน แต่มีการตีความการ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่แตกต่างกัน เนื่องมาจากความแตกต่างในเรื่อง "ภูมิหลังทางวัฒนธรรม" คือต้นทุนความรู้เดิมทางวรรณคดีและนิทานพื้นบ้าน ในกลุ่มเด็กที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมมากกว่าจะมีการตีความแบบตั้งคำถาม โต้แย้ง ต่อรองกับการ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่มากว่าเด็กที่มีต้นทุนความรู้เดิมน้อย เป็นต้น

การสร้างอัตลักษณ์ของเด็กผู้หญิง

นิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" เป็นการสร้างแรงบันดาลใจ ให้ความรู้สึกรับรู้อย่างแรงกล้าในอัตลักษณ์เด็กผู้หญิงที่มีการเรียนรู้เกี่ยวกับตัวเองและสร้างอัตลักษณ์ของในบริบทของครอบครัวและชุมชนของเด็กๆ ได้แก่ บ้าน โรงเรียน บ้านเพื่อน บ้านญาติ ตลาด สวนสัตว์ ตลอดจนสถานที่ต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดความสัมพันธ์ของพวกเขากับคน สถานที่และสิ่งของ และการกระทำและการตอบสนองของผู้อื่น อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่คงที่เป็นสิ่งที่หล่อหลอมจากประสบการณ์ เมื่อเด็กมีประสบการณ์ในเชิงบวก พวกเขาจะพัฒนาความเข้าใจของตัวเองอย่างมีนัยสำคัญและเป็นที่เคารพและรู้สึกถึง รู้สึกรับรู้ของการเป็นส่วนหนึ่ง สิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ขึ้นมานั้น อาจจะดูได้จากการบริโภค (Consumption) ในชีวิตประจำวัน เด็กผู้หญิงในวัยนี้ มีลักษณะเป็นอย่างไร

"กุ๋งกิ๋ง" ถูกกำหนดให้มีอัตลักษณ์ เป็นเด็กผู้หญิงในวัย 3-4 ขวบ ในครอบครัวเดี่ยวของชนชั้นกลาง ในสังคมเมืองชีวิตประจำวันของเด็กผู้หญิงในวัยนี้ มีกิจวัตรเริ่มตั้งแต่ตื่นเช้ามาอาบน้ำไปโรงเรียนโดยนั่งรถโรงเรียน ทำกิจกรรมที่โรงเรียน เสร็จ นั่งรถโรงเรียนกลับบ้านมาเล่นกับเพื่อนๆ ผู้ใกล้ชิดกุ๋งกิ๋ง คือ คุณแม่ เมื่อเกิดเหตุการณ์ใดๆ คุณแม่จะเป็นคนแก้ปัญหาให้ แสดงให้เห็นถึงสภาพความเป็นจริงว่าเมื่อเกิดเหตุการณ์ใดๆ ก็ตาม เด็กๆ จะเรียกหาคุณแม่เพื่อให้ช่วยเหลือโดยสัญชาติญาณ ในนิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" นี้ มีการเล่าเรื่องโดยผ่านเหตุการณ์ในการส่งเสริมทักษะในนิทานชุดต่างๆ ได้แก่ ชุดส่งเสริมสุขนิสัย ชุดส่งเสริมทักษะทางสังคม ชุดเสริมสุขอนามัย และชุดวันแสนสนุกของกุ๋งกิ๋ง แต่ละชุดมีการแสดงถึงอัตลักษณ์ของกุ๋งกิ๋งที่เป็นตัวแทนของเด็กผู้หญิงในวัย 3-4 ขวบนี้ ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- การกินอยู่ที่ตอนแรกไม่ชอบกินผัก แต่พอเกิดอาการท้องผูกก็ปวดท้อง จนต้องไปพบหมอและเกิดความเข้าใจยอมกินผัก

- การสร้างบุคลิกภาพ การรักษาความสะอาดของร่างกาย การอาบน้ำ สระผม ที่ในนิทานจะสอนว่าหากไม่ดูแลความสะอาด อาจจะเกิดผลเสียกับร่างกายได้ เช่น ถ้าไม่อาบน้ำจะตัวเหม็น ถ้าไม่สระผมจะคันหัว รู้จักพูดจาไพเราะ รู้จักมารยาท กับผู้ใหญ่ จะสังเกตได้ว่ากุ๋งกิ๋งจะพูดไพเราะกับกับพ่อแม่ และผู้ใหญ่ สิ่งนี้จะเป็นต้นแบบให้เด็กๆ ทำตามได้

- การใช้เวลาว่าง การเรียนหนังสือ การเล่น เป็นการแสดงออกให้เห็นว่าส่วนใหญ่เด็กผู้หญิงจะไปเล่นกับเพื่อน ผู้หญิง ได้แก่ กุ๋งกิ๋งกินขนม และคุยเล่นกันกับเพื่อนผู้หญิง ที่ชื่อ น้อยหน่า

- การใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคม มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใหญ่ และเพื่อนๆ ช่อบช่วยเหลือแบ่งปัน เป็นเด็กมีน้ำใจ เช่น กุ๋งกิ๋งเที่ยวบ้านญาติ เมื่อไปถึงบ้านคุณตา คุณยาย กุ๋งกิ๋งก็ช่วยเหลือคุณยายโดยการช่วยถือของ พบญาติ คุณลุง คุณป้า ทักทายโดยการสวัสดี เมื่อได้รับของก็กล่าวว่า "ขอบคุณ" กุ๋งกิ๋งไปโรงเรียน เมื่อไปโรงเรียนมีน้ำใจกับเพื่อน แบ่งกันเล่นของเล่น ตั้งใจเรียน คุณครูรักเอ็นดู ฯลฯ

จากการศึกษานิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" พบว่า ความสัมพันธ์ในครอบครัว เป็นรากฐานสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ 'ฉันเป็นใคร', 'ฉันเป็นส่วนหนึ่งได้อย่างไร' และ 'สิ่งที่มีอิทธิพลต่อฉัน' สอดคล้องกับทฤษฎีสำนักวัฒนธรรมศึกษา ในด้านการสื่อสารวัฒนธรรม โดยมีการวิเคราะห์ (Textual Analysis) คือ นิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" เน้นการสื่อสารวัฒนธรรม ในระดับสังคม "ครอบครัว" ที่ศึกษาวัฒนธรรมแบบพรรณนาแบบแผนชีวิตประจำวันของผู้คน (Descriptive Approach) โดยมีการสื่อสารผ่านสัญญะ สิ่งที่ประกอบสร้าง (Construct) ความหมายของอัตลักษณ์เด็กผู้หญิง อายุ 3-4 ปี ผู้ศึกษาจึงมีการสัมภาษณ์ผู้ปกครองและคุณครูของเด็กผู้หญิงอายุ 3-4 ปี ประกอบกับดูพฤติกรรมจากการเล่นของเด็ก พบว่า เด็กๆ รู้จักการแบ่งปันสิ่งของ หรือเมื่อไปร้านของเล่น ไม่ต้องเอาของเล่นก็ได้ เหมือนกับพี่ก้อง ในนิทานเรื่องกุ๋งกิ๋งไปร้านของเล่น เด็กๆ รู้จักการแปรงฟันวันละ 2 ครั้ง เพราะกลัวฟันผุ เด็กๆ รู้จักโรคติดต่อและวิธีการดูแลรักษา เช่น โรคอีสุกอีไส โรคไข้เลือดออก อย่างบทความเรื่อง "บางครั้งเป็นคนไทยบางครั้งไม่ใช่ อัตลักษณ์แห่งตัวตนที่ผันแปรได้" ของ นิติ ภวัครพันธุ์ (2541) ได้ขยายความไว้ว่า อัตลักษณ์มีคุณลักษณะสำคัญสองประการ คือ อัตลักษณ์มีหลายมิติ และมีพลวัตรหรือความลื่นไหลเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ ทั้งนี้ นิติ ได้ศึกษากรณีของครอบครัวคนไทยเชื้อสายจีนในแถบยานนาวาที่เรียนหนังสือชั้นประถมศึกษาในโรงเรียนคริสต์ และแต่งงานอยู่กินกับผู้หญิงมุสลิม โดยตั้งปัญหาว่า คนกลุ่มนี้ จะประกอบสร้างอัตลักษณ์อย่างไร ข้อค้นพบของนิติชี้ให้เห็นว่า การแสดงออกของอัตลักษณ์หนึ่งๆ จะเกี่ยวข้องกับสภาพการณ์ที่ต้องแข่งขันเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากร เช่น ลูกครึ่งไทย-จีน จะแสดงอัตลักษณ์ "คนจีน" เมื่อออกไปหางานทำตามห้างร้าน ทว่าเมื่อต้องไปสอบชิงทุนเรียนต่อต่างประเทศและต้องแข่งขันกับชาติอื่นๆ ในเอเชีย เขาแสดงอัตลักษณ์เป็น "คนไทย" ออกมา เพราะฉะนั้น แม้ว่าคนๆหนึ่งจะมีอัตลักษณ์หลายมิติ แต่การแสดงลักษณะใดออกมาสื่อสารกับคนอื่นนั้น ขึ้นอยู่กับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่คนเหล่านั้นต้องช่วงชิงมา เช่นเดียวกับอัตลักษณ์ของเด็กผู้หญิง การแสดงลักษณะใดออกมาที่พบได้จากการสังเกตพฤติกรรม จะเห็นว่า ในบางสถานการณ์เด็กผู้หญิงในวัย 3-4 ปี จะมีความคิดเห็น และการกระทำแตกต่างกัน จะ

บทสรุป

การเรียนรู้ของเด็กในช่วงวัยแรกมีอิทธิพลต่อโอกาสต่างๆ ในชีวิต ความเป็นอยู่ที่ดีและความรู้สึกถึงการเชื่อมโยง การมองโลกในแง่ดี การมีส่วนร่วมในประสบการณ์จะช่วยให้เด็กพัฒนาทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนรู้ เช่น การสอนให้รู้จักเคารพผู้ใหญ่ สอนให้แบ่งปัน สอนให้ช่วยเหลือคนอื่น ครอบครัว และโรงเรียนมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการประกอบสร้างให้เด็กๆ เกิดการเรียนรู้ และสร้างอัตลักษณ์ในตนเอง ฉะนั้นนิทานเรื่อง "กุ๋งกิ๋ง" เป็นเพียงสื่ออย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลแก่เด็กผู้หญิงอายุ 3-4 ปี แต่ไม่ใช่ทั้งหมด เพราะนอกจากสื่อ สถานที่ เหตุการณ์ การสื่อสารจากผู้ส่งสารอย่างพ่อแม่ ผู้ปกครอง และครู ล้วนมีส่วนในการถ่ายทอดความคิด ทัศนคติให้เด็กๆ ได้เพิ่มเติมตามสิ่งที่เขาอยากจะให้เป็น ทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษาได้กล่าวว่า ผู้รับสาร คือเด็ก อาจจะไม่เข้าใจหรือไม่ได้รับรู้ (Perception) และถูกโน้มน้าวได้ง่ายๆ หากแต่เด็กเองก็จะสร้างความหมายในขั้นตอนของการถอดรหัสได้ โดยมีการสื่อสารผ่านสัญญะ สิ่งที่ประกอบสร้าง (Construct) ขึ้น โดยผลการวิจัยจากด้านการรับรู้ จดจำ และตีความของเด็กพบว่า ตัวแปรด้านอายุ และสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีผลต่อการรับรู้ การจดจำ และตีความ จากงานวิจัยของ วรเชษฐ หอมจันทร์ (2540) ที่ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อ ฉะนั้น การรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการสร้างความหมายในพฤติกรรม ดังนั้น เพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ในทิศทางที่เหมาะสม ผู้ปกครองควรให้เวลาและสร้างประสบการณ์ให้เด็กๆ ได้เรียนรู้สิ่งในที่ถูกต้องในการดำเนินชีวิตประจำวันต่อไป

บรรณานุกรม

กล่อมจิตต์ พลายเวช. (2527). *รายงานผลการวิจัยทุนวิจัยคณะอักษรศาสตร์เรื่องหนังสือสำหรับเด็กใน ช่วงปี พ.ศ.2525-2529.* กรุงเทพ: คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารการศึกษา.* กรุงเทพ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.

กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา.* กรุงเทพ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.

กาญจนา แก้วเทพ และนันทกา สุธรรมประเสริฐ และเอกธิดา เสริมทอง. (2554). *ผู้คนที่หลากหลายในการสื่อสาร : เด็ก สตรี และผู้สูงวัย.* กรุงเทพ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับการสื่อสารศึกษา.* กรุงเทพ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.

กิติยวดี บุญซื่อ และคณะ. (2540). *ทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีความสุข.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.

กิ่งแก้ว อัตถากร. (2519). *คติชนวิทยา.* กรุงเทพฯ: หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู.

เกริก ยุ้นพันธุ์. (2539). *การเล่านิทาน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพ: สุวีริยาสาส์น

ฉวีวรรณ คูหาภินันท์. (2527). *บทสคริปต์การทำหนังสือสำหรับเด็ก.* กรุงเทพฯ : ศิลปาบรรณาคาร.

ชิตาภา สุขพลำ. (2548). *การสื่อสารระหว่างบุคคล.* กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

นิตยา คชภักดี. (2543). *ขั้นตอนการพัฒนาของเด็กปฐมวัยตั้งแต่ปฏิสนธิถึง 5 ปี.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

บริษัท แปลน ฟอร์ คิดส์ จำกัด. (2558). *นิทานเรื่องกุ่งกิ่ง.* สืบค้น 13 เมษายน 2558, จาก https://www.planforkids.com/

ลาวัณย์ สังขพันธานนท์. (2552). การประกอบสร้างอัตลักษณะในนิทานพื้นเมืองลาวลุ่ม. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร,6* (3),107-125.

วรเชษฐ หอมจันทร์. (2540). *การรับรู้ของเยาวชนในเขตชุมชนคลองเตยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการชักจูงเยาวชนไปสู่การสร้างพฤติกรรมเบี่ยงเบน* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรัชญ์ วานิชวัฒนากุล. (2548). *การสื่อสารความหมายใน "การ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่"* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สิริวรรณ ฤทธิสาร. *การเปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์และความฉลาดทางอารมณ์ของเด็กปฐมวัยที่ใช้วิธีการสอนแบบการจัดกิจกรรมเล่านิทานประกอบภาพและวิธีการสอนแบบปกติ.* (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

Buckingham, D. (2012). *Children and media: a cultural studies approach.* *Year 5 Nº*. 2 Jan./June 2012 – Sใo Paulo – Brasil p. 93 – 121

Den B., B. V.,& Den B., J. V. (2000). Children and Media: Multidisciplinary Approaches. APD, Netherlands: CBGS & Garant Publisher.

Geertz, C. (1973). The Interpretation of cultures. New York: A Member of the Perseus Books Group.

บริบทสำคัญหรือไม่ในการเรียนรู้คำศัพท์

DOES CONTEXT MATTER IN VOCABULARY LEARNING?

รัชศักดิ์ จิรวัฒน์*
Rachasak Jirawat*

* อาจารย์ประจำ ภาควิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
* Lecturer, English Department, School of Humanities and Tourism Management, Bangkok University
* Email: rachasak.j@bu.ac.th

บทคัดย่อ

ความรู้เรื่องคำศัพท์ภาษาต่างประเทศนั้นมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษาภาษาใดก็ตาม ให้ประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตามยังมีข้อถกเถียงกันอย่างมากในเรื่องวิธีการเรียนรู้คำศัพท์อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ว่าการเรียนคำศัพท์แบบมีบริบทนั้นได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพที่สุด แต่นักวิจัยจำนวนหนึ่งยังเชื่อว่าการเรียนคำศัพท์แบบนอกบริบทให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าในแง่ของการจดจำคำศัพท์ บทความนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอแนวคิดการเรียนการสอนคำศัพท์ทั้งสองแบบและประเด็นโต้แย้งเกี่ยวกับวิธีการสอนที่ดีที่สุด อย่างไรก็ตามการหาวิธีการที่ดีที่สุดเพียงหนึ่งเดียวในการสอนคำศัพท์ให้กับทุกคนนั้นคงเป็นไปได้ยาก เพราะวิธีการสอนทั้งสองแบบสามารถเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพได้เท่าๆ กัน หากผู้สอนนำไปใช้ให้เหมาะสมกับบริบทและระดับความสามารถทางภาษาของผู้เรียน

คำสำคัญ: วิธีสอนแบบมีบริบท วิธีสอนแบบนอกบริบท คำศัพท์

Abstract

Vocabulary knowledge of a foreign language is believed to be a crucial element for successful language learning. However, there have been debates regarding effective vocabulary learning method. While contextualized vocabulary acquisition is widely seen as the most effective, a number of researchers believe that decontextualized approach yields better results in terms of word retention. This article mainly focuses on these two approaches of vocabulary acquisition and the debate over which approach is the best. It should be noted that it seems impossible to find a single best method of vocabulary learning to suit every language learner. Both methods can be equally effective if used in the appropriate context and with appropriate English efficiency levels of students.

Keywords: Contextualized Approach, Decontextualized Approach, Vocabulary

Introduction

Vocabulary is one of several important factors that enables language learners to develop their language proficiency. Enhancing vocabulary knowledge will help them improve their reading, writing, and speaking skills (Nist & Simpson, 2001; Scurfield, 2003). The importance of vocabulary in language learning is currently recognized by many language teachers and researchers as we can see more studies on lexical learning in various aspects (Gu, 2003; Laufer, 2009). However, many non-native speaking students who study English as a foreign or second language tend to face many problems regarding vocabulary learning and acquisition. For example, Yang and Dai (2011) point out that non-native speaking students appear to have limited vocabulary knowledge and quickly forget the words they have already learned. Consequently, students' insufficient knowledge of vocabulary usually results in difficulties in learning the second language (Saengpakdeejit, 2014).

Additionally, rote learning and memorizing words have been the main approaches in teaching vocabulary to non-native speaking students in most Asian countries (Sinhaneti and Kyaw, 2012). As rote learning is regarded as repetition and memorization, what most second language learners usually do is to repeat the learned words without understanding their usage. Thus, learning vocabulary for most of them means memorizing and repeating words with fixed meanings (Yang & Dai, 2011; Sinhaneti & Kyaw, 2012). As a result, students know only the meaning of words. When using English in real life, students cannot use the words they have learned in the right context and cannot form grammatical sentences. Although learning vocabulary from word lists may enable students to remember the meaning of words, students are not able to put those memorized words into sentences correctly and efficiently.

There have been some debates concerning vocabulary learning method. While learning words in context is strongly supported, some believe that learning words from word lists is more effective. Therefore, this article mainly discusses two approaches of vocabulary learning: contextualized learning method and decontextualized learning method. We will also discuss the findings of two approaches and the arguments stemmed from these differing views of teaching vocabulary.

Learning Words in Context

Learning words in context or contextualized vocabulary acquisition is the method of teaching words to students studying English as a second language (ESL) by presenting the target vocabulary items in context or example sentences. Students tend to infer the meaning of words from the context. Also, students can learn how to put those words in a sentence.

According to McCarthy's (1990, cited in Nielsen, n.d.) research, learning words in the meaningful context helps improve students' ability to remember and assimilate the words learned. Similarly, Baicheng (2009) conducted an experiment with 58 Chinese students who had been studying English for almost eight years and they were the 2nd year English majors. Each student was given a number of target words to study and then took the tests. The experiments were conducted during classes over three weeks. As a result, he found that learning words in context or using example sentences helped promote students' vocabulary learning skill and influenced retention effects. It is also interesting to note that students did better when they wrote their own example sentences. Nevertheless, he admitted that there were limitations in his research. There

was no control group whose test scores could compare with the results of the experimental group. Besides, the 58 subjects of this experiment were not selected through true randomization. Instead, 32 of them were selected from one class (Baicheng, 2009).

Here are some examples of words in context provided to students by Baicheng (2009):

1) cringe [krindʒ] vi. 畏缩，卑躬屈膝，阿谀奉承 The young man used to cringe to his boss.

2) primate [`praimət] n.大主教，总主教，首席主教 Primates are powerful in religion and politics.

3) succumb [sə`kʌm] vi. 屈服，认输，死 We never succumb to threats of violence.

As we can see, students were given the target words to learn including the meaning in Chinese, since they are Chinese students, and the example sentences which contain the target word. Thus, students were not learning only the words and definitions, but they would know how to put the target words in a sentence.

Webb (2008) goes further by providing the contexts with different amount of information to his subjects. He conducted this research with two groups of Japanese college students studying English as a foreign language. He gave each group a number of target words with different kinds of context. One was given the contexts that contained more contextual clues than the other. The contexts used in this experiment were rated by the English native speakers according to the amount of information these contexts provided about the meaning of the target words. The contexts were rated from the least informative to the most informative. Basically, the least informative contexts did not give participants any contextual clues and sometimes might be misleading whereas the most informative ones contained enough information and participants would be able to infer the meaning correctly.

In addition, he replaced the target words with disguised forms in order to ensure that the participants did not have knowledge of the target words before the experiment was done. The following are some examples of the disguised forms of the target words and their meanings: ancon (hospital), cader (lunch), dangy (street), denent (remember), etc.

Here are examples of contexts for the target word ancon (hospital) rated from the least to most informative (Webb, 2008):

1) He could read about things, and talk to his visitors, but he could not go out of the ancon by himself. He thought and played like a child.

2) "She's ill, that's all," I said quickly. "We're going to the ancon."

3) He was not ill, and of course the beds in the ancon are for ill people.

From the examples above, we can see that the first context does not give any informative clues. It is almost impossible for participants to guess the meaning of the target word. Conversely, the second context contains more information and participants may acquire partial knowledge in order to infer the actual meaning of the target word. However, the third context gives the clearest contextual clues so that the exact meaning of the word can be guessed correctly.

After several tests, the results showed that the group given the contexts with more contextual clues performed better in the tests. Besides, the quality of contexts played a crucial role in participants gaining knowledge of meaning. Webb (2008) also suggests that teachers and writers of course books and teaching materials should be aware of the importance of informative contexts in enhancing students' vocabulary knowledge. Teachers should consider how the context might have an effect on learning and prepare the course accordingly.

Furthermore, Scurfield (2003) states that learners' guessing ability is also very crucial when they encounter new words in reading materials. This skill can be acquired through practice and it can be done through classroom activities.

All in all, learning words in context can be most beneficial to language learners when the target words are presented with informative clues. The effectiveness of vocabulary acquisition crucially relies on the quality of contexts given. Therefore, teachers need to be aware of this when presenting contextualized words to students or when designing course books or materials on vocabulary learning.

Learning Words out of Context

Unlike learning words in context, learning words out of context or decontextualized vocabulary acquisition is the method of teaching vocabulary by presenting word lists. In other words, students learn only the definition of words without example sentences or knowing how to put words in a sentence.

There have been some language researchers and linguists who believe that learning vocabulary in context or with example sentences cannot help improve students' vocabulary learning skills. In the findings of the study conducted by Amirian and Momeni (2012), students learning words out of contexts performed better than those learning words in context. Their participants were 103 female students whose ages range from 16-19 years. The Oxford Placement Test was used to select the participants and the results showed that most participants were at the elementary level. The participants were randomly divided into two groups: the contextualized and decontextualized. The contextualized group was given the meaning inference lessons. They would be able to guess the meanings of words from contexts. The prefixes and suffixes were included in the lessons in order to assist their inferencing skills. In contrast, the decontextualized group was taught the words out of context. Rote learning of the translations of the words was the main approach. Then both groups were given the same vocabulary test and the results revealed that the group taught with decontextualized method did better than the other one. Amirian and Momeni (2012) point out that when it comes to inferring the meanings of new words, context seems unhelpful. This is because students in the contextualized group seemed to focus on the understanding of the whole texts but ignored the words and their morphological and phonological features. However, it should be noted that this study was conducted with high school students who studied English as a foreign language and their level of English proficiency was mostly elementary. Thus, their language skills and lexicon knowledge might be limited.

According to Huckin's (1987, cited in Stein, 1995) research, learning words from context did not have any impact on the improvement in vocabulary learning for students who study English as a second language because words in context or example sentences did not provide

enough information in order to clearly understand the meaning of words. Granted, sometimes example sentences do not give enough clues and it is extremely unlikely that target words can be inferred correctly. However, according to Webb's (2008) experiment mentioned above, we can see that guessing the exact meaning of words can be achieved if we provide students with the most informative context. Thus, it is a teacher's duty to prepare the suitable course materials that will develop students' vocabulary knowledge.

Similar to Huckin (1987, cited in Stein, 1995), Ciftci and Uster (2009) studied these two ways of teaching vocabulary and found that contextualized vocabulary learning did not make any difference in enhancing students' vocabulary proficiency. They conducted this research by dividing students into 2 groups. These students were from different classes of the Department of Foreign Languages of TOBB University of Economics and Technology and they were at the same proficiency level. Group 1 was taught by providing only definitions of words whereas Group 2 was taught by providing words in context. Words used in this experiment were selected from the units that had not been taught in class. Thus, it can be assumed that the students in both groups did not know these words. The students were instructed to do pretest which consisted of the target words they did not know. Then, both groups were taught the target vocabulary items in two different ways: one with the decontextualized method and the other with the contextualized one. After that, the students were asked to do the same test again in order to evaluate the effectiveness of these two teaching approaches. After the tests, the researchers found that there was no great difference between the performances of these two groups. The results of the posttest showed that there was no statistical significance in the students' scores of both groups. It can be concluded that giving target words in context is not more effective than teaching by providing only definitions of words (Ciftci & Uster, 2009).

In addition, there are other techniques commonly used in decontextualized vocabulary acquisition. For example, mnemonic and non-mnemonic techniques are effectively used in decontextualized vocabulary learning strategies (Nielsen, n.d.). They are believed to be more helpful than memorization strategies such as oral rote-repetition.

Mnemonic techniques are employed in order to enhance memory, so it is believed that it should help increase the effectiveness of lexical learning of foreign language (Gu, 2003). In mnemonic techniques, visual and verbal mental imagery are used to relate a word to be memorized. Nation (1982, cited in Nielsen, n.d.) points out that the Keyword Method is better than other methods in mnemonic techniques. The Keyword Method consists of two different versions: one based on the construction of visual images and the other the construction of sentences. Here is an example of how both versions can be used (Pressley et al., 1982 cited in Nielsen, n.d.):

Take the Spanish word *carta* (which means letter) as an example and use the keyword cart. A student might create an image of a shopping cart delivering a letter, or think of a sentence such as The cart carries the letter. This method seems helpful and makes students remember the word easily by generating images in their minds or forming sentences related to the keyword given. However, Hulstjin (1997) argues that this method can be used efficiently with concrete words only- the words that can be perceived visually such as cart, table, book, etc. In contrast, it seems to be less effective with abstract words such as peace, honesty, unity, etc.

Furthermore, Gu (2003) argues that this method does not provide enough grammatical information as it seems to focus mostly on the meaning of a word. Also, it does not help increase learners' knowledge in spelling and pronunciation.

In non-mnemonic techniques, *semantic mapping* and *ordering* are two methods widely used to help students learn target words efficiently. Semantic mapping is used to encourage students to learn words by creating a map displaying the meaning-based connections between words and other related words or concepts. For example, when ESL students were asked to think of words when they heard the word 'faithfulness,' they came up with words or phrases such as cat, *friend, family,* trust, dog, bonds, believe in friendships etc (Sokmen, 2009). After that, they grouped the words that they thought were related and the results were as follows:

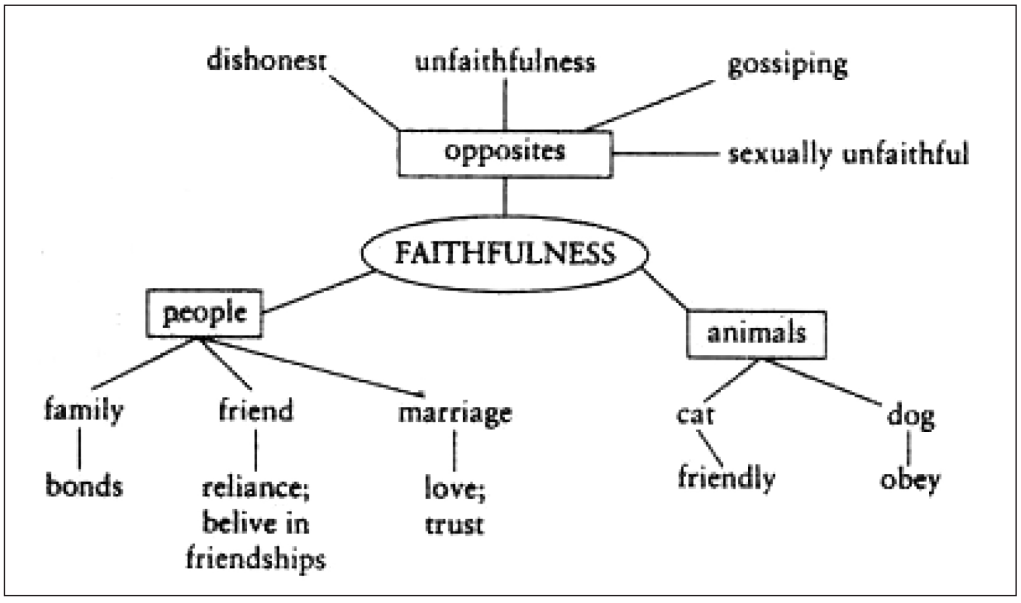


Figure 1
Source: Sokmen (2009, p. 250)

This technique may help learners remember words as well as know their semantic features. Besides, learners may be able to add new words or phrases to the charts (Sokmen, 2009)

Ordering is a method that requires students to organize the lists of words and distinguish differences in meaning (Nielsen, n.d.). For example, when ESL students are required to organize words in a particular order, they have the opportunity to learn how to integrate new information and create memory connections. Examples below are ordering practice created by ESL students (Sokmen, 2009):

Scrambled:	silk paper artificial flowers plastic
Ordered:	artificial flowers: silk, paper, plastic
Scrambled:	talkative quiet outgoing shy
Ordered:	talkative: out going quiet: shy

Another non-mnemonic technique is the Sentence Writing Method. It is used to enhance students' vocabulary learning by asking students to form a sentence using the target word. Instead of only memorizing the target word, students have to create a sentence by themselves using the target word. Thus, they have to understand the meaning of that word and construct a sentence correctly. However, the results of research on this method are mixed. Some studies (Pressley, Levin, & Miller, 1982; Barcroft, 2000) found that the Sentence Writing Method did not help students recall meanings of words whereas other studies (Coomber, Ramstad, & Sheets, 1986; Laufer,1997) point out that this method is effective as a tool for assisting memorization of words (Nielsen, n.d.).

As you can see, there are both benefits and drawbacks of decontextualized vocabulary acquisition. Some methods can be efficiently used to increase students' vocabulary learning while some others are less effective. Nevertheless, it can be concluded that teachers who give vocabulary lessons should consider all methods thoroughly and be able to adapt them to suit their purpose and students' ability. Besides, suitable course materials should be carefully prepared in order to develop students' vocabulary acquisition skills (Webb, 2008).

Teaching Vocabulary to Second Language Learners

For many non-native speaking students who learn English as a second language, vocabulary learning and acquisition seems to be one of the worrisome burdens they have to get through. Teachers who have to give vocabulary lessons also face an uphill task in providing the effective vocabulary learning approach in order that students can acquire the efficient and sufficient amount of vocabulary knowledge.

Nielsen (n.d.) suggests that learning words out of context is more effective in building foundation for beginner-level students. Word lists should be used in this level. Granted, learning of decontextualized words may not give a full knowledge of word meanings, but it can improve students' skills in the first phase of learning new words (Nielsen, n.d.; Scurfield, 2003). As the language ability of students develops, teachers should gradually move from decontextualized vocabulary method to contextualized one. Contextual reading should steadily be applied in class, so students will be familiar with this approach and enable to develop their skills. Furthermore, having students learn both methods (contextualized and decontextualized) is believed to enable them to achieve more effective vocabulary learning in the future.

Besides, the different English proficiency levels of students may be another difficulty in teaching vocabulary if they are in the same class. Some students may have a better knowledge of vocabulary than the others. Teaching vocabulary in this situation may require a combination of both contextualized and decontextualized learning approaches. Nassaji (2004) points out that students who have stronger depth of vocabulary knowledge perform better in inferring the meanings of unknown words. They also use some types of lexical inferencing strategies more efficiently than those who have weaker depth of lexical knowledge. This is why second language learners usually lag behind the native speakers when it comes to learning new words because the native speakers have stronger knowledge of vocabulary.

According to Saengpakdeejit's (2014) research on strategies used by Thai university students in dealing with vocabulary learning problems, the strategies commonly employed were using

a dictionary and guessing words from the context. This may be because a dictionary provides guidance on pronunciation and usage. Also, it gives example sentences containing the target words in various contexts (Carter, 1987; Saengpakdeejit, 2014). In addition, watching English-speaking films and listening to English songs were strategies used by a few students in order to learn new words (Saengpakdeejit, 2014). It can be believed that authentic materials are suitable for second language learners to acquire new words in the context. Moreover, some students also learn words by reading novels, newspapers, magazines, etc. These reading materials can help increase their lexical knowledge. Obviously, we can conclude that, according to Saengpakdeejit's (2014) research, many second language learners employ strategies mostly related to contextualized method to enhance their vocabulary knowledge. Instead of only memorizing words, they tried to learn new words from context such as watching movies, reading novels and etc. This approach seems to be more efficient for Thai EFL learners than decontextualized method or rote learning.

In addition, according to my experience as an English language teacher teaching English to Thai university students, decontextualized learning method seems effective for short-term purposes such as scoring well in vocabulary tests. However, when it comes to constructing grammatical sentences, students are not able to use those memorized words in the appropriate context. This may be because students know only the meanings of words without recognizing their syntactic elements. Therefore, it seems difficult for most students to put those newly learned words into the right place in order to form grammatically correct sentences. Personally, learning words in context seems to be the most effective method if our purpose is to enhance students' overall language proficiency rather than force them to memorize words.

Conclusion

We have discussed the two main approaches of vocabulary teaching: contextualized and decontextualized methods. However, the debate over which approach is the best seems far from over. Both methods can be equally beneficial if used in the appropriate context and with appropriate English efficiency levels of students. Amirian and Momeni (2012) point out that a single best teaching approach to suit everyone cannot be possibly achieved. Differences and needs of each language learner should be taken into consideration when it comes to designing course materials. Teachers should be aware that different strategies can be useful to students differently. Thus, teachers should be familiar with various kinds of vocabulary learning approaches and be able to apply them appropriately (Saengpakdeejit, 2014; Webb, 2008). Moreover, the combination of two learning approaches is also recommended. However, we need to bear in mind that meaning is not only one element that students should know when they encounter new words. In order to learn a word, it is necessary to recognize its word structure, syntactic pattern, and lexical relations with other words (Laufer, 2009). All in all, according to Gu (2003), language learners should be able to 'know' words as well as be able to 'use' them correctly in various language contexts.

References

Amirian, S. & Momeni, S. (2012). Definition-based versus contextualized vocabulary learning. *Theory and Practice in Language Studies, 2*(11), 2302-2307.

Baicheng, Z. (2009). Do example sentences work in direct vocabulary learning? *Issues in Educational Research, 19*(2), 175-189.

Barcroft, J. (2000). The effects of sentence writing as semantic elaboration on the allocation of processing resources and second language lexical acquisition. (Doctoral dissertation). University of Illinois at Urbana-Champaign.

Carter, R. (1987). Vocabulary and second / foreign language teaching. *Language Teaching, 20,* 3-16.

Ciftci, H. & Uster, S. (2009). A comparative analysis of teaching vocabulary in context and by definition. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 1*(1), 1568-1572.

Coomber, J.E., Ramstad, D.A., & Sheets, D.R. (1986). Elaboration in vocabulary learning: A comparison of three rehearsal methods. *Research in Teaching of English, 20*(3), 281-293.

Gu, Y. (2003). Vocabulary learning in a second language: Person, task, context and strategies. *Teaching English as a Second or Foreign Language, 7*(2), 1-26.

Hulstjin, J. (1997). Mnemonic methods in foreign language vocabulary learning: Theoretical considerations and pedagogical implications. In Coady, J. and Huckin, T. (Eds.). *Second language vocabulary acquisition.* (pp.203-224). Cambridge: Cambridge University Press.

Laufer, B. (1997). The lexical plight in second language reading: Words you don't know, words you think you know, and words you can't guess. In Coady, J. and Huckin, T. (Eds.). *Second language vocabulary acquisition.* (pp.20-34). Cambridge: Cambridge University Press.

Laufer, B. (2009). What's in a word that makes it hard or easy: some intralexical factors that affect the learning of words. In Schmitt, N. & McCarthy, M. (Eds.). *Vocabulary: Description, acquisition and pedagogy.* (pp. 140-155). Cambridge: Cambridge University Press.

Nassaji, H. (2004). The relationship between depth of vocabulary knowledge and L2 learners' lexical inferencing strategy use and success. *The Canadian Modern Language Review, 61,* 107-134.

Nielsen, B. (n.d.). *A review of research into vocabulary learning and acquisition.* Retrieved June 16, 2015, from http://www.kushiro-ct.ac.jp/library/kiyo/kiyo36/Brian.pdf

Nist, S. & Simpson, M. (2001). *Developing vocabulary for college thinking.* New York: Allyn and Bacon.

Pressley, M., Levin, J.R., & Miller, G.E. (1982). The keyword method compared to alternative vocabulary learning strategies. *Contemporary Educational Psychology, 7,* 50-60.

Saengpakdeejit, R. (2014). Strategies for dealing with vocabulary learning problems by Thai university students. *Silpakorn University Journal of Social Sciences, Humanities and Arts, 14*(1), 147-167.

Scurfield, S. (2003). Give vocabulary learning a chance. Retrieved June 18, 2015, from http://www.tesol-spain.org/newsletter/scurfield.html.

Sinhaneti, K. & Kyaw, E.K. (2012). A study of the role of rote learning in vocabulary learning strategies of Burmese students. *US-China Education Review A, 12,* 987-1005.

Sokmen, A. J. (2009). Current trends in teaching second language vocabulary. In Schmitt, N. & McCarthy, M. (Eds.). *Vocabulary: Description, acquisition and pedagogy.* (pp. 237-257). Cambridge: Cambridge University Press.

Stein, M. (1995). The healthy inadequacy of contextual definition. In Huckin, T., Haynes, M., & Coady, J. (Eds.). *Second language reading and vocabulary learning.* (pp. 203-214). New Jersey: Ablex.

Webb, S. (2008). The effects of context on incidental vocabulary learning. *Reading in a Foreign Language, 20*(2), 232-245.

Yang, W. & Dai, W. (2011). Rote memorization of vocabulary and vocabulary development. *English Language Teaching, 4*(4), 61-64.

พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

IN-CLASS SMARTPHONE USAGE BEHAVIORS AMONG DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY STUDENTS

ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ*
Thuntuch Viphatphumiprathes*

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
* Assistant Professor, Department of General Education, Faculty of Arts, Dhurakij Pundit University
* Email: thuntuch.vip@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนักศึกษา และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนและผลการเรียนของนักศึกษา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์จำนวน 323 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการทดสอบไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนเพื่อค้นคว้าข้อมูลในขณะทำกิจกรรมที่อาจารย์มอบหมาย (ร้อยละ 50.5) และในบางครั้งได้นำสมาร์ทโฟนมาใช้เพื่อค้นหาเนื้อหาที่ไม่เข้าใจเพิ่มเติมในระหว่างเรียน (ร้อยละ 46.8) นอกจากนี้ นักศึกษานำสมาร์ทโฟนมาใช้ถ่ายรูป PowerPoint ของอาจารย์แทนการจดบันทึกในบางครั้ง (ร้อยละ 47.7) และนำมาใช้เพื่อติดต่อ/ตามเพื่อนให้มาเข้าเรียนบางครั้ง (ร้อยละ 56.7) อย่างไรก็ดี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของคาบเรียนในการแอบใช้สมาร์ทโฟนโดยไม่เกี่ยวข้องกับการเรียน (ร้อยละ 47.7) โดยมีวัตถุประสงค์ในด้านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ และอินสตาแกรม (ร้อยละ 59.1) ทั้งนี้ ช่วงเวลาที่นักศึกษาส่วนใหญ่แอบใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียน คือ ช่วงที่อาจารย์เน้นสอนแบบบรรยาย (ร้อยละ 39.6) และ 2) พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนมีความสัมพันธ์กับผลการเรียนของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ คือ 1) อาจารย์ผู้สอนควรตกลงกฎหรือข้อบังคับเกี่ยวกับการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนร่วมกับนักศึกษาอย่างชัดเจน 2) อาจารย์ผู้สอนควรปรับเปลี่ยนวิธีการสอนโดยลดการบรรยายและเน้นกิจกรรมการเรียนรู้ในชั้นเรียนโดยให้นักศึกษาได้ค้นคว้าหรือเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสมาร์ทโฟน และ 3) อาจารย์ผู้สอนอาจปรับแผนการสอนรายคาบโดยเพิ่มช่วง "Technology Breaks" กล่าวคือ เป็นการอนุญาตให้นักศึกษาใช้สมาร์ทโฟนได้ในระหว่างการพักช่วงระยะเวลาสั้นๆ ระหว่างเรียนประมาณ 1-2 นาที เพื่อให้นักศึกษาได้เช็คข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ และหลังจากนั้นจึงกลับมาเข้าสู่เนื้อหาของบทเรียนต่อ ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้นักศึกษาแอบใช้สมาร์ทโฟน และจะช่วยทำให้นักศึกษามีสมาธิในระหว่างเรียนมากขึ้น

คำสำคัญ: พฤติกรรม สมาร์ทโฟน นักศึกษา

Abstract

The objectives of the present study were twofold: 1) to examine how university students use their smartphones in class; and 2) to determine whether there is a significant relationship between smartphone usage behaviors and learning performance. Questionnaires were distributed to 323 Dhurakij Pundit University students (undergraduate level), and the data was then analyzed using both descriptive statistics and a chi-square test.

The findings indicated that 1) the majority of participants used their smartphones in class to search for information for their assignment completion (50.5 percent) and they sometimes used the devices to find out particular information they did not understand within the classroom (46.8 percent). Moreover, the participants reported that they occasionally used their smartphones to take photos of their instructor's PowerPoint slides rather than taking notes (47.7 percent) and to have contact with their friends/ask their friends to attend class (56.7 percent). It was, nonetheless, found that most of the participants spent less than half of their class time using smartphones for other purposes unrelated to their class on the sly (47.7 percent), particularly to get access

to social media, including Facebook, Line, and Instagram (59.1 percent). The participants claimed that the moment they secretly used their smartphones the most was when their instructor was delivering a lecture (39.6 percent). The findings also revealed that 2) there was a significant relationship between smartphone usage behaviors and participants' learning performance at 0.05. Several recommendations could be made from this study. Firstly, instructors should, in collaboration with their students, clearly establish ground rules for appropriate use of smartphones in the classroom. Secondly, instructors should minimize their lecture time and conduct class activities allowing their students to do self-study through the use of smartphones. Thirdly, instructors should adjust their lesson plans by including the so-called "Technology Breaks." This is to allow their students to use their smartphones for a short-period of time, say approximately 1-2 minutes, so that they can get access to their social media and later get back to their lesson. The aims are to prevent them from using their smartphones on the quiet and to foster their concentration during class time.

Keywords: Behaviors, Smartphones, University Students

บทนำ

สมาร์ทโฟน (Smartphone) เป็นโทรศัพท์พกพาซึ่งมีความสามารถคล้ายคอมพิวเตอร์และสามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ หรืออาจกล่าวได้ว่าสมาร์ทโฟนคือ การผสมผสานกันระหว่างพีดีเอกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยสมาร์ทโฟนมีระบบปฏิบัติการที่สามารถพัฒนาให้รองรับโปรแกรมประยุกต์อื่นๆ ได้ด้วย (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2555) ปัจจุบัน สมาร์ทโฟนเป็นที่นิยมกันมากในคนหลากหลายกลุ่มรวมถึงกลุ่มนักศึกษา กล่าวคือ สมาร์ทโฟนได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของนักศึกษา ซึ่งสามารถสังเกตได้ทั้งการใช้อย่างเปิดเผยและการแอบใช้ในชั้นเรียน ที่ผ่านมามีงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่านักศึกษามักนำสมาร์ทโฟนมาใช้ในเวลาเรียนทั้งในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ และในขณะเดียวกันก็นำมาใช้ในเรื่องส่วนตัวด้วย เช่น การใช้งานอินเทอร์เน็ต การเล่นเกม และการใช้งานสื่อสังคม (Social Media) (Tindell & Bohlander, 2012)

อย่างไรก็ดี การที่นักศึกษาได้นำสมาร์ทโฟนมาใช้ในขณะเรียนนั้นได้ส่งผลกระทบต่อการเรียนมากขึ้น ดังเห็นได้จากงานวิจัยในประเทศสหรัฐอเมริกาของ Ravizza (2014) ซึ่งพบว่า การใช้อินเทอร์เน็ตในห้องเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยมิชิแกนสเตตผ่านสมาร์ทโฟนรวมถึงแล็ปท็อป โดยมีวัตถุประสงค์ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับเรื่องการเรียน เช่น การใช้งานเฟซบุ๊ก การรับ-ส่งอีเมล์ และการอ่านข่าว ได้ส่งผลกระทบต่อผลสอบของนักศึกษาได้ในที่สุด แม้ว่าก่อนหน้านี้จะมีงานวิจัยที่ระบุว่า นักศึกษาที่มีสติปัญญาเฉลียวฉลาดจะมีความสามารถในการทำงานหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกันและได้ผลดี รวมถึงสามารถจัดการกับสิ่งรบกวนได้ดี แต่งานวิจัยนี้ พบว่า นักศึกษาที่มีสติปัญญาไม่ว่าจะอยู่ในระดับใดๆ ก็ตาม หากใช้อินเทอร์เน็ตในระหว่างเรียนโดยที่ไม่เกี่ยวข้องกับวิชาที่เรียนแล้ว จะยิ่งมีคะแนนสอบต่ำกว่าเกณฑ์ นอกจากนี้ จากงานวิจัยของ Lepp, Barkley and Karpinski (2015) ที่เก็บข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า การใช้โทรศัพท์มือถือมีความสัมพันธ์กับผลการเรียน กล่าวคือ การใช้โทรศัพท์มือถือในชั้นเรียนจะส่งผลให้ผลการเรียนของนักศึกษาต่ำลง ส่วนงานวิจัยของ Rosen, Carrier and Cheever (2013) และ Al-Menayes (2014) พบว่า การใช้งานสื่อสังคม (Social Media) เช่น เฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการเรียน เช่นเดียวกับงานวิจัยในประเทศของเบญจวรรณ์ ธนูวาศ และคณะ (2557) พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาและนักศึกษาส่วนใหญ่แอบใช้สมาร์ทโฟนในห้องเรียนทุกวันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาบ่าย รูปแบบในการแอบใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนส่วนใหญ่ ได้แก่ การเล่นอินเทอร์เน็ต โทรเข้า-ออก เล่นเกม ถ่ายรูป และใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลทำให้ส่วนใหญ่ไม่เข้าใจเนื้อหาที่เรียน

จากสถานการณ์ดังกล่าว ประกอบกับแนวคิดทฤษฎีทางสังคมวิทยาดิจิตอล (Digital Sociology) (Lupton, 2012) ได้เสนอว่าควรมีการศึกษาวิเคราะห์ประเด็นเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น วัตถุประสงค์ของการใช้อุปกรณ์สื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ การนำอุปกรณ์สื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในสถานที่ต่างๆ ในชีวิตประจำวัน และการติดสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาประเด็นพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียน รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนกับผลการเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ โดยเน้นกรณีศึกษากับกลุ่มนักศึกษาสาขามนุษยศาสตร์ ได้แก่ คณะศิลปศาสตร์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม และคณะศิลปกรรมศาสตร์ ทั้งนี้เพื่อที่จะนำผลที่ได้มาสู่การให้ข้อเสนอแนะต่อแนวทางการจัดการเรียนการสอนสำหรับกลุ่มนักศึกษาดังกล่าวต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนและผลการเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและตัวอย่าง ประชากรคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1/2558 ซึ่งประกอบด้วยนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม และคณะศิลปกรรมศาสตร์ ซึ่งอยู่ชั้นปีที่ 2 ขึ้นไป มีจำนวน 1,649 คน เนื่องจากงานวิจัยนี้ศึกษาตัวแปรด้านผลการเรียน และพฤติกรรม/ประสบการณ์การใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียน ประกอบกับนักศึกษากลุ่มนี้อยู่ในสาขามนุษยศาสตร์ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการใช้ภาษา/การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีในการศึกษาค้นคว้า ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อค้นพบที่ได้มาให้ข้อเสนอแนะต่อการจัดการเรียนการสอนในสาขาดังกล่าว ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (อัศวิน แสงพิกุล, 2556, น. 156) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มไว้ที่ร้อยละ 5 ซึ่งได้จำนวน 323 คน และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วนคณะ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้าง คือ การทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ, 2558; เบญจวรรณ์ ธนูวาศ และคณะ, 2557; ชื่นสุมล บุนนาค, 2554; อาฟีฟี ลาเต๊ะ และคณะ, 2555; Alfawareh & Jusoh, 2014; Al-Menayes, 2014; Jena, 2014; Lepp, Barkley & Karpinski, 2015; Martin, 2011; Mok et al., 2014; Morphitou & Morphitis, 2014; Ravizza, 2014; Rosen, Carrier & Cheever, 2013; Yu, 2012) เพื่อสร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม ทั้งนี้ แบบสอบถามดังกล่าวประกอบด้วย 2 ตอนได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา และ ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนักศึกษา โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถามซึ่งมีค่าระหว่าง 0.67-1.00 และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่เป็นพฤติกรรมซึ่งพบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคที่ระดับ 0.754

3. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนักศึกษาใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนและผลการเรียนของนักศึกษาใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนักศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนเพื่อค้นคว้าข้อมูลในขณะทำกิจกรรมที่อาจารย์มอบหมาย (ร้อยละ 50.5) และในบางครั้งได้นำสมาร์ทโฟนมาใช้เพื่อค้นหาเนื้อหาที่ไม่เข้าใจเพิ่มเติมในระหว่างเรียน (ร้อยละ 46.8) นอกจากนี้ ยังพบว่า นักศึกษานำสมาร์ทโฟนมาใช้ถ่ายรูป PowerPoint ของอาจารย์แทนการจดบันทึกในบางครั้ง (ร้อยละ 47.7) และนำมาใช้เพื่อติดต่อ/ตามเพื่อนให้มาเข้าเรียนบางครั้ง (ร้อยละ 56.7)

อย่างไรก็ดี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของคาบเรียนในการแอบใช้สมาร์ทโฟนโดยไม่เกี่ยวข้องกับการเรียน (ร้อยละ 47.7) โดยมีวัตถุประสงค์ในด้านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ และอินสตาแกรม (ร้อยละ 59.1) ทั้งนี้ ช่วงเวลาที่นักศึกษาส่วนใหญ่แอบใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียน คือ ช่วงที่อาจารย์เน้นสอนแบบบรรยาย (ร้อยละ 39.6) ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนักศึกษา

พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนักศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
การใช้สมาร์ทโฟนเพื่อค้นคว้าข้อมูลเพื่อทำกิจกรรมที่อาจารย์มอบหมาย		
สม่ำเสมอ	163	50.5
บางครั้ง	152	47.0
ไม่เคย	8	2.5
การใช้สมาร์ทโฟนเพื่อค้นหาเนื้อหาที่ไม่เข้าใจเพิ่มเติม		
สม่ำเสมอ	150	46.4
บางครั้ง	151	46.8
ไม่เคย	22	6.8
การใช้สมาร์ทโฟนถ่ายรูป PowerPoint ของอาจารย์แทนการจดบันทึก		
สม่ำเสมอ	142	44.0
บางครั้ง	154	47.7
ไม่เคย	27	8.3
การใช้สมาร์ทโฟนเพื่อติดต่อ/ตามเพื่อนให้มาเข้าเรียน		
สม่ำเสมอ	120	37.1
บางครั้ง	183	56.7
ไม่เคย	20	6.2
ระยะเวลาการแอบใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียน		
มากกว่าครึ่งหนึ่งของคาบเรียน	100	31.0
ครึ่งหนึ่งของคาบเรียน	69	21.3
น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของคาบเรียน	154	47.7
วัตถุประสงค์หลักที่แอบใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียน		
โทรเข้า-ออก	20	6.2
รับ-ส่งอีเมล์	1	0.3
ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก, ไลน์, อินสตาแกรม)	191	59.1
เล่นอินเทอร์เน็ต	50	15.5
ฟังเพลง/ชมภาพยนตร์หรือโทรทัศน์	15	4.6
เล่นเกม	46	14.2
ช่วงเวลาที่แอบใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียน		
ช่วงที่อาจารย์ให้เพื่อนมานำเสนองานหน้าชั้นเรียน	74	22.9
ช่วงที่อาจารย์ให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	121	37.5
ช่วงที่อาจารย์เน้นสอนแบบบรรยาย	128	39.6

2. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนและผลการเรียนของนักศึกษา

จากการทดสอบไคสแควร์ ดังที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 2 พบว่า

การใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนเพื่อค้นหาเนื้อหาที่ไม่เข้าใจเพิ่มเติม มีความสัมพันธ์กับผลการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักศึกษาที่ใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนอย่างสม่ำเสมอ มีผลการเรียนในระดับปานกลาง (ร้อยละ 52.7) และสูง (ร้อยละ 37.3) มากกว่านักศึกษาที่ใช้สมาร์ทโฟนบางครั้งหรือไม่เคยเลย และพบว่า ระยะเวลาการแอบใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเรียน มีความสัมพันธ์กับผลการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักศึกษาที่มีระยะเวลาการแอบใช้สมาร์ทโฟนน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของคาบเรียน มีผลการเรียนในระดับสูง (ร้อยละ 54.5) มากกว่านักศึกษาที่มีระยะเวลาการแอบใช้สมาร์ทโฟนครึ่งหนึ่งหรือมากกว่าครึ่งหนึ่งของคาบเรียน

ตารางที่ 2 ร้อยละของผลการเรียนของนักศึกษา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียน

พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียน	ผลการเรียน			χ^2	p-value
	ต่ำ	ปานกลาง	สูง		
การใช้สมาร์ทโฟนเพื่อค้นหาเนื้อหาที่ไม่เข้าใจเพิ่มเติม					
สม่ำเสมอ	10.0	52.7	37.3	15.626	0.004
บางครั้ง	23.8	41.1	35.1		
ไม่เคย	36.4	40.9	22.7		
ระยะเวลาการแอบใช้สมาร์ทโฟน					
มากกว่าครึ่งหนึ่งของคาบเรียน	37.0	52.0	11.0	68.267	0.000
ครึ่งหนึ่งของคาบเรียน	14.5	58.0	27.5		
น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของคาบเรียน	7.8	37.7	54.5		

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนของนักศึกษา

จากผลการวิจัยที่พบว่า นักศึกษาใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยในการเรียน เช่น การค้นคว้าข้อมูลเพื่อทำกิจกรรม และการค้นหาเนื้อหาที่ไม่เข้าใจ มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักศึกษาในต่างประเทศ กล่าวคือ งานวิจัยของ Alfawareh and Jusoh (2014) Morphitou and Morphitis (2014) และ Jena (2014) พบว่า นักศึกษาใช้สมาร์ทโฟนเพื่อช่วยในการเรียน เช่น การหาข้อมูลในขณะเรียนที่อยู่ในห้องเรียนเมื่อมีหัวข้อที่ไม่เข้าใจ การอ่านบทความหรือ e-books รวมถึงการชม/ฟังบันทึกการสอนของวิชาต่างๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของบุษรา ประกอบธรรม (2556) พบว่า นักศึกษาส่วนหนึ่งใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สำหรับการเรียน/ทำงานกลุ่ม

อย่างไรก็ดี งานวิจัยนี้พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของคาบเรียนในการแอบใช้สมาร์ทโฟนโดยมีวัตถุประสงค์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเรียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น การเล่นเฟซบุ๊ก และไลน์ โดยเฉพาะในช่วงที่อาจารย์สอนโดยเน้นการบรรยาย ทั้งนี้ข้อค้นพบดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีทางสังคมวิทยาดิจิตอล (Digital Sociology) (Lupton, 2012) ซึ่งอธิบายว่าปัจจุบันคนทุกกลุ่มอายุมีปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อเทคโนโลยีกันมากขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและวัยรุ่นจะติดสื่อดังกล่าวมาก และอาจมีวัตถุประสงค์ของการใช้งานในทางที่น่าเป็นห่วงได้ ซึ่งในที่นี้หมายถึงการนำสมาร์ทโฟนมาใช้ในชั้นเรียนโดยมีวัตถุประสงค์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเรียน ซึ่งจะกระทบต่อความเข้าใจในเนื้อหาและผลการเรียนได้ นอกจากนี้ ข้อค้นพบจากงานวิจัยครั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jacobsen and Forste (2011) ที่พบว่า นักศึกษานิยมใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนในด้านสื่อสังคมออนไลน์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Tindell and Bohlander (2012) ซึ่งพบว่า นอกจากนักศึกษาจะ

นำสมาร์ทโฟนมาใช้ในชั้นเรียนในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้แล้ว ยังนำมาใช้เพื่อเรื่องส่วนตัวด้วย เช่น การใช้งานอินเทอร์เน็ต การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และการเล่นเกม และสอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศของเบญจวรรณ์ ธนูวาศ และคณะ (2557) ซึ่งพบว่า นักเรียนและนักศึกษาแอบใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนทุกวัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเล่นอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก

2. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนและผลการเรียนของนักศึกษา

จากผลการวิจัยที่พบว่า พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนโดยมีวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการเรียน มีความสัมพันธ์กับผลการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักศึกษาที่ใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนอย่างสม่ำเสมอมีผลการเรียนในระดับปานกลางและสูง มากกว่านักศึกษาที่ใช้สมาร์ทโฟนบางครั้งหรือไม่เคยเลย ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมดังกล่าวจะมีส่วนช่วยทำให้นักศึกษาเข้าใจเนื้อหาที่เรียนได้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้มีผลการเรียนที่ดี ข้อค้นพบดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศของ Jena (2014) ซึ่งพบว่า การใช้สมาร์ทโฟนของนักศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิชาการไม่มีผลกระทบทางลบต่อผลการเรียน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Jacobsen and Forste (2011) พบว่า นักศึกษาที่ใช้สมาร์ทโฟนเพื่อกิจกรรมทางวิชาการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับเกรดเฉลี่ย

นอกจากนี้ ยังพบว่า ระยะเวลาการแอบใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนโดยมีวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเรียน มีความสัมพันธ์กับผลการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักศึกษาที่มีระยะเวลาการแอบใช้สมาร์ทโฟนน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของคาบเรียนมีผลการเรียนในระดับสูง มากกว่านักศึกษาที่มีระยะเวลาการแอบใช้สมาร์ทโฟนครึ่งหนึ่งหรือมากกว่าครึ่งหนึ่งของคาบเรียน ทั้งนี้เนื่องจากการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนโดยมีวัตถุประสงค์อื่น เช่น การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้นักศึกษาขาดสมาธิในการเรียนซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการเรียนได้ในที่สุด ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Wei (2012) ที่อธิบายว่า แม้ว่านักศึกษาจะเชื่อว่าตนสามารถที่จะมีพฤติกรรมการทำงานได้หลายอย่าง (Multitasking Behaviors) ในขณะที่อยู่ในชั้นเรียน เช่น การฟังการบรรยายจากอาจารย์ไปพร้อมๆ กับการส่งข้อความในสมาร์ทโฟน แต่ในความเป็นจริงแล้ว นักศึกษาไม่สามารถที่จะเรียนรู้ได้อย่างเต็มที่ภายใต้สภาวะดังกล่าว เนื่องจากนักศึกษาไม่สามารถที่จะรักษาความสนใจต่อการเรียนการสอนในชั้นเรียนได้อย่างเต็มที่ ข้อค้นพบจากงานวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wei, Wang and Klausner (2012) Rosen, Carrier and Cheever (2013) Al-Menayes (2014) และ Ravizza (2014) ที่พบว่า การใช้สมาร์ทโฟนโดยเฉพาะในด้านสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้นักศึกษามีคะแนนสอบต่ำกว่าเกณฑ์หรือมีเกรดเฉลี่ยตกต่ำลง เนื่องจากสามารถใช้สมาร์ทโฟนได้ทุกที่ทุกเวลาแม้แต่ในห้องเรียน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Lepp, Barkley and Karpinski (2015) ที่พบว่า การใช้สมาร์ทโฟน มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หรือกล่าวได้ว่า การใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนจะส่งผลให้ผลการเรียนของนักศึกษาต่ำลง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jacobsen and Forste (2011) ที่พบว่า การใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนโดยมีวัตถุประสงค์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเรียน เช่น การเล่นเกม การชมภาพยนตร์/โทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ทางลบกับเกรดเฉลี่ย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 อาจารย์ผู้สอนควรตกลงกฎหรือข้อบังคับเกี่ยวกับการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนร่วมกับนักศึกษาอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาได้เรียนรู้เนื้อหาของวิชาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 อาจารย์ผู้สอนควรปรับเปลี่ยนวิธีการสอนโดยลดการบรรยาย และเน้นกิจกรรมการเรียนรู้ในชั้นเรียน เช่น การให้นักศึกษาได้ค้นคว้าหรือเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสมาร์ทโฟน ทั้งนี้เพื่อสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้มีความน่าสนใจและเพื่อป้องกันไม่ให้นักศึกษาใช้สมาร์ทโฟนโดยมีวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเรียน

1.3 อาจารย์ผู้สอนอาจปรับแผนการสอนรายคาบโดยเพิ่มช่วง “Technology Breaks” กล่าวคือ เป็นการอนุญาตให้นักศึกษาใช้สมาร์ทโฟนได้ในระหว่างการพักช่วงระยะเวลาสั้นๆ ระหว่างเรียนประมาณ 1-2 นาที เพื่อให้นักศึกษาได้เช็คข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ และหลังจากนั้นจึงกลับมาเข้าสู่เนื้อหาของบทเรียนต่อ ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้นักศึกษาแอบใช้สมาร์ทโฟน และจะช่วยทำให้นักศึกษามีสมาธิในระหว่างเรียนมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะต่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำวิจัยในชั้นเรียนโดยพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนที่นำสมาร์ทโฟนมาใช้ในฐานะที่เป็นสื่อสำหรับการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา

2.2 เนื่องจากงานวิจัยนี้มีข้อจำกัดจากการศึกษาเฉพาะตัวอย่างที่มหาวิทยาลัยแห่งเดียวดังนั้น จึงควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนระหว่างนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน

2.3 ควรศึกษาถึงสาเหตุที่นักศึกษาไม่นิยมใช้สมาร์ทโฟนเพื่อช่วยในการเรียน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น วิธีการสัมภาษณ์ และควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียน

2.4 ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนในชั้นเรียนระหว่างนักศึกษาคณะ/สาขาวิชาต่างๆ ให้ครอบคลุมทั้งสาขาวิชาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และวิทยาศาสตร์

บรรณานุกรม

ชื่นสุมล บุนนาค. (2554). ทัศนคติและพฤติกรรมการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 8*(2), 87-103.

ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ. (2558). ความพึงพอใจของนักศึกษาจีนที่มีต่อการเรียน ในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 26*(3), 32-41.

บุษรา ประกอบธรรม. (2556). การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ. *วารสารสุทธิปริทัศน์, 27*(81), 93-108.

เบญจวรรณ์ ธนูวาศ, ปารณีย์ สันเจริญ, นิตชา รัตนเสถียร, สุรัตน์ แก้วสกุล และเกรียงศักดิ์ ปัทมเรขา. (2557). การแอบใช้สมาร์ทโฟนระหว่างเรียนในชั้นเรียนของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 33*(4), 209-222.

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2555). *สมาร์ทโฟน.* สืบค้น 23 มีนาคม 2558, จาก http://www.thaiglossary.org/node/59286

อัศวิน แสงพิกุล. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

อาฟีฟี ลาเต๊ะ, ศรัชฌา กาญจนสิงห์, จิระนันท์ อนันต์ไทย และสรณ์สิริ โททอง. (2555). ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้ Facebook ของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 23*(3), 80-97.

Alfawareh, H. M. & Jusoh, S. (2014). Smartphones Usage among University Students: Najran University Case. *International Journal of Academic Research, 6*(2), 321-326.

Al-Menayes, J. J. (2014). The Relationship Between Mobile Social Media Use and Academic Performance in University Students. *New Media and Mass Communication, 25*(2014), 23-29.

Jacobsen, W. C. & Forste, R. (2011). The Wired Generation: Academic and Social Outcomes of Electronic Media Use Among University Students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*(5), 275-280.

Jena, R. K. (2014). The Impact and Penetration of Smartphone Usage in Student's Life. *Global Journal of Business Management, 8*(1), 29-35.

Lepp, A., Barkley, J. E., & Karpinski, A. C. (2015). The Relationship Between Cell Phone Use and Academic Performance in a Sample of U.S. College Students. *SAGE Open,* (January-March), 1-9.

Lupton, D. (2012). *Digital Sociology: An Introduction.* Sydney: University of Sydney.

Martin, C. (2011). *In-Class Texting Behaviors among College Students.* Retrieved March 23, 2015 from http://www.unh.edu/news/docs/UNHtextingstudy.pdf

Mok, JY., et al. (2014). Latent Class Analysis on Internet and Smartphone Addiction in College Students. *Neuropsychiatric Disease and Treatment, 2014*(10), 817-828.

Morphitou, R. N. & Morphitis, A. (2014). *The Use of Smartphones among Students in Relation to Their Education and Social Life.* Retrieved March 23, 2015, from http://www.icicte.org/Proceedings2014/Papers%202014/2.4%20Morphitou.pdf

Ravizza, S. (2014). *Suffering the Web in Class?.* Retrieved October 2, 2014, from http://msutoday.msu.edu/news/2014/surfing-the-web-in-class-bad-idea/

Rosen, L.D., Carrier, M. & Cheever, N. A. (2013). Facebook and Texting Made Me Do It: Media-Induced Task-Switching While Studying. *Computers in Human Behavior, 29,* 948-958.

Tindell, D. R. & Bohlander, R. W. (2012). The Use and Abuse of Cell Phones and Text Messaging in the Classroom: A Survey of College Students. *College Teaching, 6,* 1-9.

Wei, F.-Y. F. (2012). *Text Messaging in Class May Affect College Students' Learning.* Retrieved September 22, 2015, from http://www.sciencedaily.com/releases/2012/04/120404101822.htm

Wei, F.-Y. F., Wang, Y. K. & Klausner, M. (2012). Rethinking College Students' Self-Regulation and Sustained Attention: Does Text Messaging During Class Influence Cognitive Learning?. *Communication Education, 61*(3), 185-204.

Yu, F. (2012). *Mobile/Smart Phone Use in Higher Education.* Retrieved March 23, 2015, from http://www.swdsi.org/swdsi2012/proceedings_2012/papers/papers/pa144.pdf

ผลกระทบของการรับรู้ทัศนธาตุต่างๆ ที่มีต่อความตั้งใจซื้อแอพพลิเคชันเกมใหม่ ของผู้ใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทย

THE EFFECTS OF PERCEPTION OF VISUAL ELEMENTS ON PURCHASE INTENTION OF NEW GAME APPLICATIONS OF THE SMARTPHONE USERS IN THAILAND

กุลโรจน์ เกิดบัวแก้ว*
Kularoj Koedbuakaew*
ศุภรา คภะสุวรรณ**
Supara Kapasuwan**

* นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการสร้างตัวแบบและการพัฒนาธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล
* Student, MBA (Business Modeling and Development), Mahidol University International College
* Email: ymir_your@hotmail.com
** ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล
** Assistant Dean for Academic Affairs and Research, Mahidol University International College, Mahidol University
** Email: supara.kap@mahidol.ac.th

บทคัดย่อ

การใช้สมาร์ทโฟนในปัจจุบันมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แนวโน้มนี้จะสร้างโอกาสให้แก่นักพัฒนาในการพัฒนาแอพพลิเคชันในมือถือให้ดียิ่งขึ้น ทัศนธาตุต่างๆ ของแอพพลิเคชันในมือถือมีบทบาทสำคัญที่จะส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค การศึกษาครั้งนี้ให้ผลการวิจัยเชิงประจักษ์ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการรับรู้ทัศนธาตุต่างๆ ที่มีต่อความตั้งใจซื้อแอพพลิเคชันเกมใหม่ในกลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทย ในช่วงเวลาที่ได้ทำการศึกษาวิจัยนี้ แอพพลิเคชันเกมใหม่ "แรบบิดส์ บิ๊ก แบง" ได้ถูกเลือกมาเป็นตัวอย่างของเกมใหม่ในการศึกษาครั้งนี้ ข้อมูลการวิจัยเชิงสำรวจนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าองค์ประกอบภาพไอคอนของแอพพลิเคชัน ภาพชื่อของแอพพลิเคชัน ภาพรูปตัวอย่าง ภาพเนื้อหาของแอพพลิเคชัน และภาพข้อมูลของนักพัฒนาสามารถส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อ ในขณะที่ภาพปุ่มราคามีผลกระทบในเชิงลบต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังค้นพบว่าผู้บริโภคเพศชายประเมินชื่อเสียงของนักพัฒนาเกมในระดับที่สูงกว่าและมีความตั้งใจซื้อมากกว่าผู้บริโภคเพศหญิง ผู้วิจัยยังค้นพบอีกด้วยว่าผู้บริโภคที่เคยซื้อเกมจำนวนมากกว่ามองว่าเกมใหม่ราคาถูกกว่าและประเมินภาพตัวอย่างในระดับที่ต่ำกว่าผู้บริโภคที่เคยซื้อเกมเป็นจำนวนน้อยกว่า อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคเหล่านี้ประเมินภาพข้อมูลเกี่ยวกับความเข้ากันได้ของระบบในระดับที่สูงกว่าและมีความตั้งใจซื้อในระดับที่มากกว่าด้วย

คำสำคัญ: แอพพลิเคชันเกม ทัศนธาตุ สมาร์ทโฟน นักพัฒนาเกม

Abstract

The use of smartphones has dramatically increased recently. This trend brings the opportunity for developers to create better mobile applications. To influence consumer purchasing intention, visual elements play an important role. This study provides empirical findings related to the effects of perception of visual elements on purchase intention of new game applications among the smartphone users in Thailand. At the time of conducting this study, a new game application called "Rabbids Big Bang" was selected for investigation. The survey data indicated strong support that visual elements including the application icon, the name of the application, the screenshots, the description page and the developer information could positively impact on purchase intention whereas the price button could negatively influence on purchase intention. In addition, the researchers found that male consumers assessed the reputation of the game developer at a higher level and indicated a higher level of purchase intention compared with female consumers. The researchers also found that the consumers who purchased more games perceived a cheaper price and rated the screenshots lower than those who purchased fewer games; however, they rated the compatibility higher and showed a higher level of purchase intention.

Keywords: Game Application, Visual Element, Smartphone, Game Developer

Introduction

The use of smartphones has dramatically increased in recent years (Ayalew, 2011; Morimoto & Nagahata, 2013; Peabody, 2012). Many people use smartphones on a daily basis not only to make or to receive calls, but also to access to the Internet, to chat and to play games. These behaviors bring an opportunity for developers to create new mobile applications (or in short "apps") (Peabody, 2012). With their smartphones, people can easily download or purchase game apps via mobile application stores such as Apple's App Store and Google's Android Market. Game apps are always the popular programs of all times (MacMillan, Burrows & Ante, 2009; Peabody, 2012). They are usually ranked in the top five purchased apps, the top five free-downloading apps, and the top five searching apps.

Nowadays, a large number of people play games on their smartphones daily and weekly (Information Solutions Group, 2011; Osman, Talib, Sanusi, Shiang-Yen & Alwi, 2012). Also, the number of smartphone owners purchasing game apps is increasing (Information Solutions Group, 2011). This activity brings a lot of revenue to game developers. As a result, developers continuously create and introduce game apps along with the growth of smartphones (Ayalew, 2011; Maestri, 2010; Peabody, 2012). Many researchers tried to investigate what factors could encourage smartphone users to download or purchase apps. For example, Ayalew (2011) studied the app purchase via only desktop computers. There are many different types of game apps available in the stores. Consumers are unique and may have different perceptions and opinions when they decide to download or purchase the apps. Visual elements, defined as the elements of line, shape, tone, color, pattern, texture and form which people can see or observe, can play an important role for decision making of customers in the purchase of apps (Ayalew, 2011). Different genders such as male and female may have different ways of reviewing visual elements. Moreover, consumers who have had more experience in purchasing more games may have different perspectives on visual elements compared with those who have purchased fewer games. In this study, the researchers would like to explore consumers' perception of visual elements in relation with the purchase intention of game apps. Possible difference between genders of consumers and prior experiences in purchasing game apps would also be investigated. The main research question for this study is "What are the game visual elements' characteristics that can influence on purchase intention?"

Objectives and Scope of the Study

The purpose of this study is mainly to identify visual elements that smartphone users consider when downloading or purchasing game applications from mobile apps stores such as Apple's App Store and Google's Play Store. The findings of this study would benefit game developers because they would be able to understand consumer behaviors and figure out how to create visual elements of game apps to attract more downloads and purchases.

Since many people use different operating systems of smartphones such as IOS or Android system to access to different mobile app stores, the visual elements appearing on IOS system, Android system or other systems can be presented in different ways. To limit the scope of this study, the researchers only focused on investigating the perception of the Apple iPhone users in Bangkok, Thailand. The main reason is because Apple's App store is the first successful mobile store (Maestri, 2010). Even though there are more than 160,000 game apps available on

the Apple's App Store (App Store Matrics, 2013a) and about 175 new coming game app each day (App Store Matrics, 2013b), this study focused only on one game app to control for the context of the investigation of the consumers' perception of visual elements. The selected game app that was suitable for this study was not a popular game or episode game due to several reasons. First, popular games such as Angry Birds, Plant vs. Zombie, Candy Crush, etc. are well known; therefore, words of mouth can lead to a purchase intention without considering visual elements. Secondly, episode games such as Angry Birds, Fruit Ninja, or Alpha Racing consist of the characteristics that have been adapted and upgraded from the previous episodes from which the consumers might have had prior experience of playing the games, which in turn could influence their perceptions (Maghanati & Ling, 2013). Consumers with good experience and usage might have a positive attitude toward the previous versions and might intend to purchase the game without considering visual elements. As a consequence, a game that was appropriate for this study was a new game app that the potential customers had never experienced before. The researchers investigated their perception on the visual elements of the selected new game and assessed their purchase intention. At the time of this study, the selected game was Rabbids Big Bang which was a new game and had no previous episode.

Literature Review and Conceptualization of the Research Model

The concept of purchase intention is one of the most popular issues being discussed in the field of consumer behavior process in decision making (Kotler & Keller, 2009). Especially in the consumers' buying process model, purchase intention is established in the fourth stage after problem recognition, information search, and evaluation of alternatives, respectively (Kotler & Keller, 2009). First, in the stage of problem recognition, consumers will detect a stimulus which raises a need. Consumers may want to seek excitement and fun or may be influenced by friend's purchases, advertisement, and magazines. Next is the process of searching for information. Consumers might recall memories about a product that they have encountered in the past or what their friends or family have suggested for them. They can also be influenced by advertisements and may try to find information about the product on the Internet or other sources. Then, the potential consumers will begin to evaluate many different types of games and compare them based on his or her preferences. When the user tries to download or purchase an app from the mobile store, textual and graphical information will impact on their decision making (Ayalew, 2011). With better graphical design icons, smartphone users can make a better decision when more game alternatives are presented to them (Ayalew, 2011). Thus, evaluation of alternatives is the stage where visual elements start to play an important role in influencing purchase decision (Ayalew, 2011). The decision process of potential buyers usually starts when they first see an app icon, then decide to click on the app icon, visit to the product page, browse through the app pictures or screenshots, read the app description, and finally they may have a purchase intention (Ayalew, 2011). When consumers decide to purchase an app, they will go through all the information available in the store. Visual elements such as the description, the screenshots, icons, fonts, names of the apps and customer reviews can also have a great impact on download decision (Ayalew, 2011).

In the context of evaluation of game apps, visual elements can be referred to any items that a customer may see on the screen when he or she clicks on a game icon. At first, the customer can see only three visual items per one app, including an app icon, name of the app, and price button on the screen. Because these three elements can be seen at the first glance, their attractiveness is very important for product evaluation (Micu, Coulter & Price, 2009). The attractive items can strongly influence the customer to click in order to see other information inside the app. For example, colorful app icon (Ayalew, 2011), good attitude name app (Salciuviene, Ghauri, Streder & De Mattos, 2010) and 'free' price button (Suk, Yoon & Song, 2008) can influence on download and purchase intention.

For iPhone users, there are nine visual elements including app icon, name of the app, price button, screenshots, description, game information, developer information, rating and customer review. Since this study focused on evaluation of the visual elements of the new game apps that were just released, rating and customer review information was rarely available. Therefore, rating and customer review were dropped from this study. The other seven visual elements were investigated based on the respondents' evaluation of Rabbids Big Bang, a new game app that was released at the time of this study.

Application icon It is obvious that an application icon can be one of the first impressions when consumers search for an app (Ayalew, 2011; Siau, 2005). A simple app icon is better than a complex app icon in terms of grasping attention (Wiedenbeck, 1999). The icon can be text-based or image-based button, which is a tiny picture that can represent the computer actions (Siau, 2005; Wiedenbeck, 1999). An app icon is unique for each specific game. An attractive app icon can lead to a consumer's positive attitude toward the application and increases the likelihood to click and look through the app (Ayalew, 2011). In addition, colorful icons (Ayalew, 2011) and playful characters (Ho & Wu, 2012) can grasp visitors' attention and may influence them to review the game and make a decision whether to download or not. Thirdly, the attractive icon can link to customers' memory (Alamgir, Shamsuddoha & Nedelea, 2010; Siau, 2005; Wiedenbeck, 1999). It helps users to memorize and recognize functions which are available within an application (Siau, 2005; Wiedenbeck, 1999). One of the techniques to design app icon that can link to customers' memory is to create resemblance icon or to create an image that looks like what it means (Siau, 2005). For example, Rabbids Big Bang icon is designed to link to users' thinking about crazy rabbits (Rabbids Official website, 2014). Based on the previous literature review, the following hypothesis is proposed:

H1: There is a positive relationship between an attractive game-app icon and the purchase intention.

Name of the Application The name of the application is similar to a brand name that helps customers to recognize products more easily (Salciuviene et al., 2010). Recognition plays a significant role when customers read about an app. A good name of the app should be unique, clear, and easy to pronounce (Alamgir et al., 2010). It can also be one of the major visual elements that influence on purchase intention. The name of the app should be associated with positive attitude (Bellman, Treleven-Hassard, Robinson, Varan & Potter, 2013; Salciuviene et al., 2010;), thus grasping customers' attention to read and to perceive attributes about the app (Alamgir et al., 2010). For example, after people read the app name "Rabbids Big Bang", the image of rabbits and the explosion might appear in their mind. Secondly, phonetic structure such as sounds of the name may also impact the customers' attitude (Salciuviene et al., 2010). For a

game app, the sound of the name should be related to the game with excitement. Consequently, the researchers proposed the following hypothesis:

H2: There is a positive relationship between the positive attitude toward the name of the app and the purchase intention.

Price button The definition of price is defined as the amount of money that customers must sacrifice to acquire an app they desire. Pricing can have a great impact on purchase intention (Suk et al., 2008). Thus, the price button is believed to be a visual element that influences on consumers' purchase intention, especially when consumers compare prices between many different game apps (Suk et al., 2008). A low price on the app button is a key for purchase intention. A cheap app is more attractive for people to download than an app with a high charge (Suk et al., 2008). As a consequence, it is hypothesized that

H3: There is a negative relationship between perceived expensive price button and the purchase intention.

Screenshots Screenshots are sample images that demonstrate an app. For the Apple's App Store, five screenshots are allowed on the product page (iPhone Apple's Store, 2013a). The screenshots include character, color, shape, texture or any piece of information that can be recognized from the actual products (iPhone Apple's Store, 2013b; Poornima & Hiremath, 2013). Screenshots are useful for customers because they can preview an app before deciding to download or purchase. When customers click through a specific app, most of them will look at the screenshots before reading the description and other information (Gordon, 2010; Padre, 2013a). Thus, attractiveness of the screenshots plays a significant role for decision making. If customers have positive attitude toward the screenshots, they may download the app. As a result, developers must select the screenshots in order to maximize effectiveness of marketing (Padre, 2013a). The attractiveness of the screenshots that can lead to a purchase intention should involve beautiful and well-designed background, exciting headlines and taglines and good-looking characters (Ayalew, 2011; Gordon, 2010; Padre, 2013a; Shao-Kang, 2008). The hypothesis is therefore

H4: There is a positive relationship between attractive screenshots and the purchase intention.

The Description of Application Description page is a good start where customers can read all information related to the app in details. Some people might say that an app description is similar to a product description (Macdonald, 2013; Padre, 2013b). A developer should use available space to promote, describe, and narrate an app in an interesting way. As a result, a well-written app description can convince customers to buy the app. A good description should include exciting words in the first paragraph in order to grasp customers' attention. A developer should take full advantage of the first few lines before the "more button". For example, the developers of Rabbids Big Bang started the first line with exciting sentence, "Forget the Milky Way! This is the Rabbids Way!" In addition, a good app description should entice customers with benefits, such as fun and the real experience that customers will gain from playing the game app (Macdonald, 2013; Padre, 2013b). A well-written app description should appeal to the readers' imagination (Macdonald, 2013). The aforementioned literature leads to the development of following hypothesis:

H5: There is a positive relationship between a well-written game description and the purchase intention.

Game information Customers can see eight elements from the game information. These elements are seller name, app category, date updated, current version, app size, rating, compatibility, and in-app purchases of the game (iPhone Apple's Store, 2013b). Customers may review through each game information element before making a purchase decision. Especially for the compatibility information, customers may pay the most attention because their smartphones must conform to these compatibility requirements in order to download (Ayalew, 2011). The literature leads to the following hypothesis:

H6: There is a positive relationship between the compatibility of the system requirements and the purchase intention.

Developer information Developers' work includes designing and programming of an app. The developer information that customers may see are other apps produced and the developer's website. In this study, Ubisoft is a game developer company of Rabbids Big Bang. Customers may review Ubisoft by viewing other game apps that the company developed or searching other information on Ubisoft's website before deciding to download or purchase. A developer's famous reputation can positively influence on the purchase intension (Pan, Kuo, Pan & Tu, 2013; Yoon, Guffey & Kijewski, 1993). The company's reputation can also influence buyers' expectations toward the quality of products and services (Yoon et al., 1993). Consumers who have experienced playing other game apps produced by a company will realize the company. Trustworthiness also has an impact on purchase decision (Kim, 2012). Customers who have good experience playing a developer's games are believed to trust the developer. As a consequence, it is hypothesized that

H7: There is a positive relationship between reputation of the developer and the purchase intention.

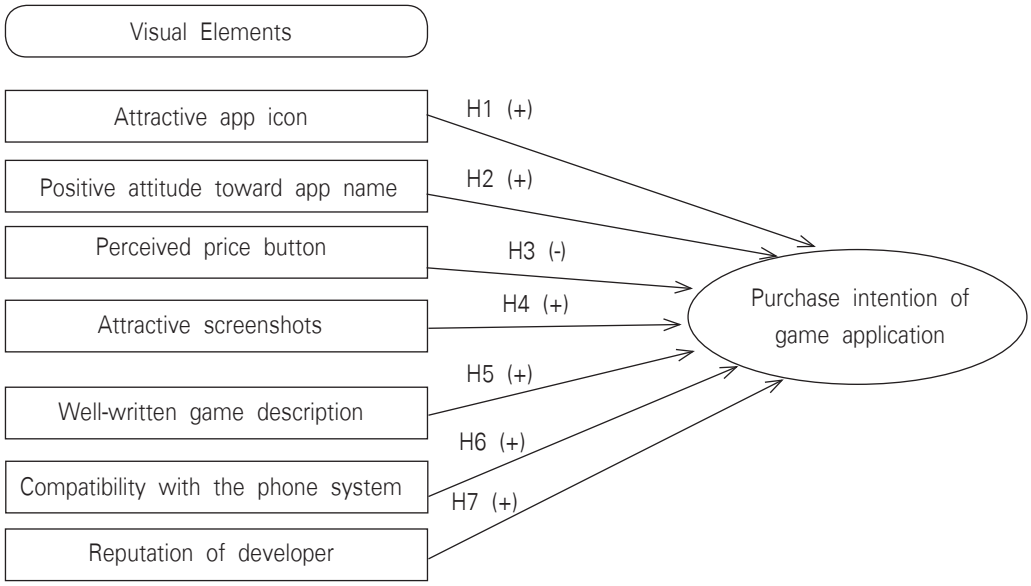


Figure 1 Conceptual Model

Research Methodology

In this study, the researchers conducted a survey research to collect primary data. The survey questionnaires were used to ask the respondents to provide personal information and assess visual elements of the selected sample game, which was Rabbids Bigbang. Each of the seven visual elements was presented to the respondents sequentially in order to isolate the assessment for each element of the game. Each visual variable was measured by at least two statements using 5-point Likert scale (1-strongly disagree to 5-strongly agree). The measurement items of app icon consisting of four items were adapted from Alamgir et al. (2010), Ayalew (2011), Siau (2005) and Wiedenbeck (1999). Four items measuring the name of the app were adapted from Alamgir et al. (2010), Bellman et al. (2013) and Salciuviene et al. (2010). Two measurement items of price button were adapted from Battle (2008) and Suk et al. (2008). Next, screenshots were measured by four items adapted from Ayalew (2011), Gordon (2010), Padre (2013a) and Shao-Kang (2008). Three items measuring the game description were adapted from Macdonald (2013) and Padre (2013b). To assess the compatibility of the phone's operating system, the researchers adapted two items based on Ayalew (2011). The developer information was measured by four items adapted from Kim (2012) and Yoon et al. (1993). Finally, purchase intention was measured by three items adapted from Tan (2013).

Based on the statistic report presented by National Statistical Office of Thailand (2012), Bangkok had the highest smart phone users. The age of most mobile phone gamers were less than 34 years old (Information Solutions Group, 2011). Therefore, in this study the researchers focused on the consumers aged 18-34 years who were iPhone users living in Bangkok metropolitan area. According to the record of National Statistical Office of Thailand (2013), the estimated population in Bangkok whose age range fell between 18-34 years comprised 1,367,605 people. According to Gfk Retail and Technology Thailand (2013), approximately 12 percent of the smartphone consumers used Apple's iOS; therefore, the target population was 164,113 people. Consequently, the researchers calculated the sample size by using Yamane (1967) formula at the significance level of 0.05 and obtained the sample size of 399.03, rounded up to 400 for this study. Quota sampling was used to obtain 200 male respondents and 200 female respondents. The period of data collection was four weeks in which the researchers conducted research in different periods of time (mornings, afternoons and evenings) and days (weekdays and weekends) in Bangkok metropolitan area. The response rate was approximately 43%.

Results and Discussion

Table 1 summarizes the demographic characteristics of the respondents and the number of game apps they purchased during the past six months. Most of the respondents were 18-25 years old and were students at a bachelor's degree level. Among the 400 respondents, 31.3% purchased only one game app during the past six months. 23.8% of the respondents purchased two game apps and 18.5% purchased three game apps during the past six months.

Table 1 Demographic Characteristics of the Respondents and Number of Purchased Game Apps

Demographic Characteristics	Number of respondents	Percentage
Gender		
Male	200	50%
Female	200	50%
Age		
18-25 years old	333	83.2%
26-34 years old	67	16.8%
Educational Level		
Below bachelor's degree	1	0.2%
Bachelor's degree	318	79.5%
Master's degree	81	20.3%
Purchased game apps during the past six months		
1 game app	125	31.3%
2 game apps	95	23.8%
3 game apps	74	18.5%
4 game apps	37	9.2%
5 game apps	20	5.0%
More than 5 game apps	49	12.2%

The researchers assessed the measures in terms of convergent validity and discriminant validity by performing factor analysis. The results are summarized in Table 2.

Table 2 Results of Reliability Statistics and Factor Analysis

Measures	Standardized Factor Loadings	Cronbach's α Reliability Coefficients
App icon	0.798-0.840	0.819
App name	0.743-0.819	0.835
Screenshots	0.673-0.853	0.812
The description	0.768-0.810	0.834
Compatibility	0.920-0.922	0.853
Developer information	0.772-0.910	0.893
Purchase intention	0.810-0.827	0.937

According to Table 2, there was no problem of cross loading among all factors except for one of the two items of perceived price button which was dropped from further analysis. All factor loadings are greater than 0.5, and internal consistency of all measures is demonstrated through Cronbach's alpha reliability coefficients of approximately 0.7 or higher (Nunnally & Bernstein, 1994). The researchers then used the mean scores of each construct in regression analysis. We performed univariate analysis of all variables to ensure normality of data distribution. In the

statistical procedures of multiple regression analysis, outliers, heteroscedasticity of residuals and multicollinearity were also examined to ensure that violation of assumptions underlying multiple linear regressions was not present and the estimate of the regression coefficients was not biased. The results of the regression analyses are summarized in Table 3. The regression model with purchase intention as the dependent variable was statistically significant at the significance levels of 0.01 (F-statistics = 61.891, p-value = 0.000) and explained about 52.5% of the sample variance of the respondents' purchase intention (R^2 = 0.525).

Table 3 Results of Regression Analyses – Estimates of Relationships

Measurement	Y = Purchase Intention		
	Unstandardized beta coefficient	Standard error	Sig.
App icon	0.150**	0.057	0.009
App name	0.415**	0.054	0.000
Price button	-0.137**	0.034	0.000
Screenshots	0.238**	0.064	0.000
Description	0.474**	0.057	0.000
Compatibility	0.051	0.060	0.400
Developer information	0.101**	0.036	0.005

* p < 0.05, two-tailed. ** p < 0.01, two tailed.

According to the regression analysis results in Table 3, the independent variables including app icon, name of the app, price button, screenshots, the description, and developer information were statistically significant at the significance level of 0.01. However, the compatibility of the phone system was not statistically significant. First of all, the regression results indicated that an attractive game-app icon had a positive effect on purchase intention (b = 0.15, p-value < 0.01). Therefore, Hypothesis 1 was supported. The higher the level of assessment in terms of the attractiveness of the app icon, the greater the likelihood for the consumers to intend to purchase the game app. Secondly, there was a positive relationship between perception toward the name of the app and purchase intention (b = 0.415, p-value < 0.01). Thus, Hypothesis 2 was supported. Next, there was a negative relationship between perceived expensive price and purchase intension (b = -0.137, p-value < 0.01), supporting Hypothesis 3 indicating that the higher the level of perceived expensiveness of the price, the lower the tendency for consumers to purchase the game app. Fourthly, there was a positive relationship between attractive screenshots and intention to purchase (b = 0.238, p-value < 0.01). As a result, Hypothesis 4 was also supported indicating the higher the level of perceived attractive screenshots, the higher the level of purchase intention. The fifth visual element which was analyzed was the game description. The results indicated that a well-written game description had a positive relationship with purchase intention (b = 0.474, p-value < 0.01). Therefore, Hypothesis 5 was supported. Next, there was no significant relationship between the compatibility of the system and purchase intention (b = 0.051, p-value > 0.05). Thus, Hypothesis 6 was not supported. Lastly, the regression results indicated that trust and reputation of the developer had a positive effect on purchase intention (b = 0.101, p-value < 0.01). Consequently, Hypothesis 7 was supported.

The researchers further probed into the possible effect of genders on the assessment of visual elements and purchase intention. Table 4 presents t-tests of the difference between the mean scores of the factors assessed by two independent groups of respondents classified by gender. By using the significance level of 0.05, according to the t-tests, there was a significant difference between the average levels of assessment of reputation of game developer between male and female respondents, and there was a significant difference between the average levels of purchase intention between male and female respondents. Male consumers were more likely to assess the reputation of game developer higher than female consumers and they also had a higher level of purchase intention compared to female consumers.

Table 4 Comparison of Respondents' Assessment of Visual Elements by Gender Group

	Gender	N	T-test	Sig.	Std. Deviation	Mean	Level
App icon	Male	200	-0.508	.612	.73569	3.7117	High
	Female	200			.70691	3.7483	High
App name	Male	200	1.114	.254	.74727	3.3738	Moderate
	Female	200			.78435	3.2863	Moderate
Price button	Male	200	-0.807	.420	1.115	2.39	Low
	Female	200			1.116	2.48	Low
Screenshots	Male	200	-1.894	.059	.65846	3.6850	High
	Female	200			.66131	3.8100	High
Description	Male	200	0.391	.696	.76855	3.5750	High
	Female	200			.76435	3.5450	High
Compatibility	Male	200	0.279	.780	.58307	4.4350	Very High
	Female	200			.66800	4.4525	Very High
Developer info	Male	200	2.621**	.009	1.13281	2.6813	Moderate
	Female	200			.91604	2.4113	Low
Purchase intention	Male	200	0.642*	.042	1.06326	3.1033	Moderate
	Female	200			1.01190	2.8917	Moderate

* $p < 0.05$, two-tailed. ** $p < 0.01$, two tailed.

In addition to the gender effect on purchase intention, the researchers also investigated whether there was any difference between the respondents who purchased more or less game apps during the past six months. To do this, the researchers classified the respondents into two groups. Group 1 consisted of 220 respondents who purchased one or two games during the past six months. Group 2 consisted of 180 respondents who purchased three or more games during the past six months. Table 5 indicates the t-test results of the difference between the mean scores of each factor and the two groups of respondents. At the significance level of 0.05, there was a significant difference between the two groups in terms of the average levels of assessment of price button, screenshots, compatibility, and purchase intention. Consumers who purchased fewer games in the past six months perceived a more expensive price button than those who purchased more games. They also were more likely to assess screenshots higher

than those consumers who purchased more games. However, consumers who purchased more than two games in the past six months were more likely to assess game compatibility information higher than those consumers who purchased fewer games. They also had higher purchase intention compared to consumers who purchased fewer games.

Table 5 Comparison of Respondents' Assessment of Visual Elements Classified by Purchased Apps

	Purchased Apps	N	T-test	Sig.	Std. Deviation	Mean	Level
App icon	Group1	220	-1.405	0.161	.76030	3.6848	High
	Group2	180			.66725	3.7852	High
App name	Group1	220	-1.297	0.195	.77721	3.2852	Moderate
	Group2	180			.75133	3.3847	Moderate
Price button	Group1	220	4.500**	0.000	1.138	2.65	Moderate
	Group2	180			1.028	2.17	Low
Screenshots	Group1	220	3.380**	0.001	.64337	3.8477	High
	Group2	180			.66565	3.6250	High
Description	Group1	220	-1.309	0.191	.79717	3.5152	High
	Group2	180			.72366	3.6148	High
Compatibility	Group1	220	-2.672**	0.009	.68599	4.3705	Very High
	Group2	180			.53273	4.5333	Very High
Developer info	Group1	220	-0.258	0.796	1.03063	2.5341	Low
	Group2	180			1.04895	2.5611	Low
Purchase intention	Group1	220	-2.534*	0.012	1.03194	2.8788	Moderate
	Group2	180			1.03869	3.1426	Moderate

* $p < 0.05$, two-tailed. ** $p < 0.01$, two tailed.

Conclusion and Managerial Implications

Visual elements were major sources that could influence purchase intention. The findings of this study indicated that six visual elements that could influence customers to buy new game applications include an app icon, a name of the app, a price button, screenshots, a description page, and developer information. The major findings of this study were consistent with the previous studies by Ayalew (2011), Shao-Kang (2008) and Kim (2012). However, the visual element of compatibility information was not significantly related to purchase intention. Most consumers might not pay attention to compatibility and thought that there should be no problem. The researchers found that 91.5% of the respondents perceived that the Rabbids Big Bang game app was compatible with their smartphones; therefore, the visual element of compatibility did not matter in purchase intention.

Based on the research results, many respondents agreed that they wanted to purchase Rabbids Big Bang app because they had positive attitude toward the app icon, consistent with the finding of Ayalew (2011). They believed that the icon looked colorful and the character appearing in the icon looked playful. Therefore, the app icon should present colorful and playful character to

grasp visitors' attention and influence them to review the game and make a purchase decision. Next, a positive attitude toward the name of the game app is important. If the name sounds exciting, the consumers may feel good and excited with the game, leading to purchase intention. Thirdly, a price button was also an important factor to consider because if the consumers perceive that the price is too expensive, they are less likely to purchase the game app. Moreover, consumers who have more experience in purchasing game apps tend to perceive that the price is cheaper compared with the people who have bought fewer game apps. Fourthly, well-designed screenshots can stimulate interest and excitement leading to purchase intention. The potential customers who have less experience in purchasing games are more likely to pay attention to the screenshots of the game and rate them higher than those who have purchased more games. Therefore, the characteristics of the screenshots should include beautiful and well-design background, exciting tag words, and good-looking game characters. Fifthly, the first paragraph of the description page of the game app can also make the consumers interested to purchase the app. The description page should involve imaginative description and benefits. Finally, the reputation of the game developer can also motivate the consumers to purchase the game app (Kim, 2012). Consumers who have seen some of the company's advertisements and the rating of the company's previous games or experienced playing other game apps by the developer are more likely to purchase the new game. According to the results of this study, male respondents were more likely to pay attention to the reputation of the game developer and rate the developer information higher than female respondents. The results of this study show that the game developer's reputation is an important factor. Customers can recognize reputation when they see high rating of the developer's previous game apps and they perceive higher trust if they have already experienced playing the developer's previous apps.

Bibliography

Alamgir, M., Shamsuddoha, M., & Nedelea, A. (2010). Influence of brand name on consumer decision making process. *The Annals of the Stefan cel Mare University of Suceava. Fascicle of the Faculty of Economic and Public Administration, 10, 2*(12), 142-153.

App Store Matrics. (2013a). *Count of active applications in the app store.* Retrieved October 23, 2013, from www.148apps.biz/app-store-metrics/?mpage=appcount

App Store Matrics. (2013b). *Count of game applications submissions.* Retrieved October 23, 2013, from www.148apps.biz/app-store-metrics/

Ayalew, R. (2011). *Consumer behavior in Apple's App Store.* (Master's thesis in Human Computer Interaction). Uppsala: Uppsala University.

Battle, J. (2008). Fair and reasonable price justification: judgment or market based? *Contract Management. January, 2008, 48*(1), 62-69.

Bellman, S., Treleven-Hassard, S., Robinson, J., Varan, D., & Potter, R. (2013). Brand communication with branded smartphone apps: First insights on possibilities and limits. *GfK-Marketing Intelligence Review, 5*(2), 24-27.

Gfk Retail & Technology Thailand. (2013). Smartphone sales to rise by 70%. Retrieved October 6, 2014, from http://www.bangkokpost.com/tech/mobile/360404/gfk-smartphone-sales-to-rise-by-70

Gordon, J. (2010). How to Sell More Apps with Well Designed Screenshots. Retrieved January 15, 2014, from www.mobile.tutsplus.com/tutorials/mobile-design-tutorials/app-store_screenshot-design_iphone-desig/

Ho, C., & Wu, T. (2012). Factors affecting intent to purchase virtual goods in online game. *International Journal of Electronic Business Management, 10*(3), 204-212.

Information Solutions Group. (2011). Mobile phone gaming. *PopCap games mobile phone gaming research.* Retrieved January 15, 2014, from http://www.infosolutionsgroup.com/2011_PopCap_Mobile_Phone_ Games_Presentation.pdf

iPhone Apple's Store. (2013a). Best new games: release date. Retrieved October 21, 2013 from iPhone Apple's store.

iPhone Apple's Store. (2013b). Rabbids Big Bang visual elements on iPhone Apple's Store. Retrieved October 21, 2013 from iPhone Apple's store.

Kim, J. (2012). An empirical study on consumer first purchase intention in online shopping: integrating initial trust and TAM. *Electronic Commerce Research, 12*(2), 125-150.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management.* Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Macdonald, M. (2013). 9 simple ways to write product descriptions that sell. Retrieved January 16, 2014, from www.shopify.com/blog/8211159-9-simple-ways-to-write-product-descriptions-that-sell# axzz2qX0KeKnr

MacMillan, D., Burrows, P., & Ante, S. (2009). The App Economy. *BusinessWeek,* 4153, 044-049.

Maestri, G. (2010). Let's talk business: Today's mobile phones are hard to silence when it comes to gaming. *Computer Graphics World, 33*(7), 54-56.

Maghanati, F. & Ling, K. (2013). Exploring the Relationship between Experiential Value and Usage Attitude towards Mobile Apps among the Smartphone Users. *International Journal of Business and Management, 8*(4), 1-9.

Micu, C., Coulter, R., & Price, L. (2009). How product trail alters the model of attractiveness. *Journal of Advertising, 38*(2), 69-81.

Morimoto, S. & Nagahata, K. (2013). Mapping Features of Smartphone on Consumer Behavior Model toward O2O2O. *ICDS 2013: The Seventh International Conference on Digital Society,* 93-96

National Statistical Office of Thailand. (2012). Summary the use of information and communication technology in Thailand. Retrieved October 25, 2013, from http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/ict_hh55_pocket.pdf

National Statistical Office of Thailand (2013). Bangkok population classified by age. Retrieved August 16, 2014, from www.stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php

Nunnally, J. C., & Bernstein I. H. (1994). *Psychometric Theory.* NY: McGraw-Hill.

Osman, M., Talib, A., Sanusi, Z., Shiang-Yen, T., & Alwi A. (2012). A Study of the Trend of Smartphone and its Usage Behavior in Malaysia. *International Journal on New Computer Architectures and Their Applications, 2*(1), 275-286.

Padre, J. (2013a). *App Store Optimisation #4: Sell your app through screenshots.* Retrieved January 15, 2014, from www.developer.sonymobile.com/2013/07/26/app-store-optimisation-4-sell-your-app-through-screenshots/

Padre, J. (2013b). *App Store Optimisation #5: Write an effective product description.* Retrieved January 15, 2014, from www.developer.sonymobile.com/2013/08/01/app-store-optimisation-5-write-an-effective-product-description/

Pan, M., Kuo, C., Pan, C., & Tu, W. (2013). Antecedent of purchase intention: online seller reputation, product category and surcharge. *Internet Research, 23*(4), 507-522.

Peabody, A. (2012). Invasion of the Apps. *License! Global, 15*(3), 134-144.

Poornima, Y. & Hiremath, P. S. (2013). Survey on Content Based Image Retrieval System and Gap Analysis for Visual Art Image Retrieval System. *International Journal of Computer Science Issues, 10*(3), 23-31.

Rabbids Official website. (2014). Rabbids. Retrieved January 13, 2014, from www.rabbids.ubi.com/bwaaah/en-GB/home/index.aspx

Salciuviene, L., Ghauri, P., Streder, R. S., & De Mattos, C. (2010). Do brand names in a foreign language lead to different brand perceptions? *Journal of Marketing Management, 26*(11/12), 037-1056.

Shao-Kang L., (2008). The impact of online game character's outward attractiveness and social status on interpersonal attraction. *Computers in Human Behavior, 24*(5), 1947-1958.

Siau, K. (2005). Human-Computer Interaction: The Effect of Application Domain Knowledge on Icon Visualization. *Journal of Computer Information Systems, 45*(3), 53-62.

Suk, K., Yoon, S., & Song, S. (2008). The Effects of Contextual Prices on Consumers' Brand Evaluation: a Test of Alternative Reference Price Models. *Advances in Consumer Research,* 35, 639-640.

Tan T. (2013). Use of Structural Equation Modeling to Predict the Intention to Purchase Green and Sustainable Homes in Malaysia. *Asian Social Science, 9*(10), 181-191.

Wiedenbeck, S. (1999). The use of icons and labels in an end user application program: An empirical study of learning and retention. *Behaviour & Information Technology,18*(2), 68-82.

Yamane, T. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis.* NY: Harper and Row.

Yoon, E., Guffey, H., & Kijewski, V. (1993). The effects of information and company reputation on intentions to buy a business service. *Journal of Business Research, 27*(3), 215-228

จารึกภาษาสันสกฤตในอินเดียและกัมพูชา: บรรทัดฐานความงามของอลังการ*

SANSKRIT INSCRIPTIONS IN INDIA AND CAMBODIA: AN AESTHETIC NORM OF ALAṂKARA

นิพัทธ์ แย้มเดช *
Nipat Yamdate *

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต เรื่อง "การศึกษาอลังการในจารึกปราสาท ตาพรหมของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7" หลักสูตรสาขาจารึกศึกษา ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรพัฒน์ ประพันธ์วิทยา ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ผู้สอนจารึกภาษาสันสกฤตในประเทศอินเดีย และอาจารย์ ดร.อุเทน วงศ์สถิตย์ ซึ่งได้ชี้แนะแนวทางการประยุกต์ทฤษฎีอลังการมาศึกษาจารึกภาษาสันสกฤต จนทำให้ผู้วิจัยเห็นคุณค่าของจารึกมากยิ่งขึ้น

* นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาจารึกศึกษา ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร
* Student, Master of Epigraphic Studies, Department of Oriental Languages, Faculty of Archaeology, Silpakorn University.
* E-mail: nipatyamdate@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาจารึกภาษาสันสกฤตในประเทศอินเดียและกัมพูชา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตกลุ่มจารึกภาษาสันสกฤตจำนวนหนึ่ง ซึ่งมีความงามในด้านอลังการ ได้แก่ จารึกบนเสาหินอัลละฮะบาด ของ พระเจ้าสมุทรคุปตะ จารึกเมืองมันทโสร์ ของพระเจ้ายโศธรมัน จารึกหฑาหา ของพระเจ้าอีศานวรมัน จารึกห้านไชย ของพระเจ้าภววรมันที่ 2 จารึกปราสาทตาพรหมและจารึกปราสาทพระขรรค์ ของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7

ผลการศึกษาพบว่ากวีผู้แต่งจารึกภาษาสันสกฤตทั้งในประเทศอินเดียและกัมพูชาต่างประจักษ์ถึงคุณค่าของอลังการ ซึ่งอลังการนี้เองเป็นบรรทัดฐานที่กำหนดความงามของเสียงและความหมายให้ลึกซึ้งคมคาย การสร้างสรรค์อลังการที่ปรากฏในจารึกภาษาสันสกฤตได้ยืนยันให้เห็นว่ากวีมีความรอบรู้ในเทพปกรณัม ธรรมชาติวิทยา เพื่อใช้เปรียบเทียบสิ่งที่กวีกล่าวถึงจนกลายเป็นขนบวรรณศิลป์ และสามารถสร้างสรรค์คุณลักษณะของอลังการทั้ง ศัพทาลังการและอรรถาลังการให้ประสานสอดคล้องกันอย่างยอดเยี่ยม โดยเฉพาะอรรถาลังการที่ต้องอาศัยการวิเคราะห์ ตีความ เนื่องจากคำศัพท์ส่วนมากในจารึกมิได้สื่อความหมายตามรูปศัพท์อย่างตรงไปตรงมา อลังการอันเป็นบรรทัดฐานความงามในจารึกภาษาสันสกฤตประเทศอินเดียและกัมพูชาจึงมีพลังทางวรรณศิลป์แห่งยุคสมัยสืบทอดมาอย่างยาวนาน

คำสำคัญ: จารึกภาษาสันสกฤตในอินเดียและกัมพูชา อลังการ ศัพทาลังการ อรรถาลังการ.

Abstract

This article is aimed to study Sanskrit inscriptions in India and Cambodia. As assessed by the current data on Allahabād Stone Pillar Inscription of Samudragupta, Mandasor Stone Inscription of Yaśodharman, Haḍāhā Stone Inscription of Iśānavarman, Han Chei Inscription of Bhavavarman II, Ta-prohm Inscription and Preah Khan Inscription of Jayavarman VII.

The results showed that the poets of Sanskrit inscriptions both in India and Cambodia were apparent of the value of Alaṃkāra. The Alaṃkāra of this expected way of behaving concerned with the enjoyment of beauty of sound and meaning profound poetically. Creative Alaṃkāra that appeared in Sanskrit inscriptions confirmed that poets were well versed in mythology and natural. As comparing to traditional artistic and creative features of the śabdālaṃkāra and Arthālaṃkāra, it was a superbly coordinated. Especially of the Arthālaṃkāra was a need for analysis and interpretation which did not always directly convey meanings. Thus, the Alaṃkāra of this norm dealing with beauty in Sanskrit Inscriptions in India and Cambodia had aesthetic powers from the last long era.

Keywords: Sanskrit Inscriptions in India and Cambodia , Alaṃkāra, Śabdālaṃkāra , Arthālaṃkāra

บทนำ

ในประเทศอินเดียจารึกที่บันทึกด้วยภาษาสันสกฤตพบทั้งทางตอนเหนือและทางตอนใต้ ทั้งที่อยู่ในสภาพสมบูรณ์และมีสภาพชำรุดมาก (วิไลวรรณ ขนิษฐานันท์,2537,น.,22) จารึกแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ จารึกที่มีเนื้อหาเป็นเรื่องของกษัตริย์ และจารึกที่มีเนื้อหาเป็นเรื่องของศาสนสถาน (V.Rangacharya,1919,p.692) จารึกบางหลักมีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี ดังเช่น จารึกแห่งเมืองชุนาคาธ ของพระเจ้ารุทรทามันที่ 1 ให้รายละเอียดเขื่อนที่เมืองคิรินครชำรุด น้ำที่เก็บกักไว้ได้ท่วมบริเวณโดยรอบทำให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อน จารึกบนเสาหินของพระเจ้าสมุทรคุปตะ ที่เมืองอัลละฮะบาด เนื้อหาสดุดีพระเจ้าสมุทรคุปตะ ทั้งพระปรีชาสามารถในการปกครอง และการสงครามแผ่ขยายอาณาจักร บางจารึกมีความสำคัญทางวรรณคดีที่โดดเด่น ดังเช่น จารึกแห่งเมืองมันทโสร์ ของพระเจ้ากุมารคุปตะ ที่ 1 และพระเจ้าพันธุวรมัน และจารึกแห่งเมืองมันทโสร์ ของพระเจ้ายโศธรมัน กวีพรรณนาภาษาจินตภาพโดยใช้อลังการอย่างงดงาม (จิรพัฒน์ ประพันธ์วิทยา, 2523) จารึกภาษาสันสกฤตที่พบในประเทศกัมพูชาก็มีความโดดเด่นเช่นเดียวกัน ส่วนใหญ่จารึกที่พบมีเนื้อหาเป็นบทสดุดีพระเกียรติพระมหากษัตริย์ซึ่งแต่งด้วยรูปแบบฉันท์ชนิดต่างๆ (มณีปิ่น พรหมสุทธิรักษ์, 2542,น.281) ตัวอย่างเช่น จารึกของพระเจ้าภววรมันที่ 2 หรือจารึกหันไชย จารึกสดกก็อกธม ซึ่งบันทึกเรื่องราวของพระเจ้าชัยวรมันที่ 2 ถึงสมัยพระเจ้าอุทิตยวรมันที่ 2 จารึกปราสาทแปรรูป จารึกแม่บุญตะวันออก และจารึกปักษีจำกรง ซึ่งเป็นจารึกในรัชสมัยของพระเจ้าราเชนทรวรมันที่ 2 จารึกปราสาทพิมานอากาศ จารึกปราสาทตาพรหมและจารึกปราสาทพระขรรค์ ซึ่งเป็นจารึกสำคัญในรัชสมัยของ พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ในแง่นี้ จารึกภาษาสันสกฤตที่พบในประเทศอินเดียและประเทศกัมพูชา จารึกบางหลักที่แต่งด้วยลีลาการประพันธ์ที่สละสลวย มีภาพพจน์งดงาม และสื่อความหมายที่ลึกซึ้งคมคาย จึงมีคุณค่าในฐานะงานสร้างสรรค์ทางวรรณศิลป์แห่งยุคสมัย ซึ่งเหมาะสมกับการนำมาวิเคราะห์ วิจารณ์ให้ตระหนักถึงคุณค่าอลังการอย่างลึกซึ้งสืบไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาอลังการในจารึกภาษาสันสกฤตประเทศอินเดียและกัมพูชาว่ามีความลึกซึ้งประการใดบ้าง ทั้งอลังการทางเสียงและอลังการทางความหมาย ซึ่งอลังการที่ปรากฏในจารึกเป็นบรรทัดฐานความงามทางวรรณศิลป์ที่มีความสัมพันธ์กับการนำเสนอสาระสำคัญที่กวีต้องการสื่อสาร

ขอบเขตของการศึกษา

ในบทความนี้จำกัดขอบเขตของจารึกเพียงบางหลักเท่านั้น กล่าวคือ จารึกในประเทศอินเดียที่เลือกนำมาศึกษา ได้แก่ จารึกบนเสาหินอัลละฮะบาด ของพระเจ้าสมุทรคุปตะ จารึกเมืองมันทโสร์ ของพระเจ้ายโศธรมัน จารึกหฑาหา ของพระเจ้าอีศานวรมัน ส่วนจารึกในประเทศกัมพูชาที่เลือกนำมาศึกษา ได้แก่ จารึกหันไชย ของ พระเจ้าภววรมันที่ 2 จารึกปราสาทตาพรหมและจารึกปราสาทพระขรรค์ของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7

ทฤษฎีอลังการ กับมาตรฐานคุณค่าความงามในการสร้างสรรค์งานวรรณศิลป์

"อลังการ" เป็นคำศัพท์สันสกฤตมาจากคำว่า "อลมฺ+กฺฤ ธาตุ+ฆญ ปัจจัย" แปลว่า การประดับตกแต่งหรือเครื่องประดับ หมายรวมถึงเครื่องประดับทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม (จิรพัฒน์ ประพันธ์วิทยา,2530,น. 8) ความหมายของอลังการในชั้นแรกจำกัดขอบเขตเพียงภาพพจน์ ความไพเราะของคำและเสียง เพราะปรากฏลักษณะอลังการไม่มากนักในตำราเล่มต่างๆ ต่อมาความหมายของอลังการขยายเพิ่มขึ้น เนื่องจากทฤษฎีอลังการมีการพัฒนาตามลำดับโดยสำนักอลังการที่ได้รับความนิยมในช่วงสมัยหลัง จึงมีการให้นิยามว่าอลังการเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความงดงามในบทประพันธ์ (ลัลนา ศิริเจริญ, 2524, น.25) ด้วยเหตุที่อลังการเป็นบรรทัดฐานกำหนดความงามในทางกวีนิพนธ์ กวีจึงยอมรับว่าอลังการเป็นเครื่องมือส่งเสริมการแต่งบทกวีให้มีความงาม ดังคำกล่าวของวาคภฏะ นักวรรณคดีในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 12 (กุสุมา รักษมณี, 2549, น.63) ที่ว่า "กาพย์บังเกิดความปีติยินดีอย่างยิ่งในใจพวกนักปราชญ์ ด้วยข้อความข้อใดๆ ข้อความข้อนั้นๆ

โดยส่วนมากก็เป็นอลังการ" หมายความว่า อลังการเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้บทกวีนิพนธ์มีความงามสมบูรณ์ เป็นพลังสนับสนุนให้เกิดอารมณ์สะเทือนใจ (ป.ส.ศาสตรี, 2550,น.50) ตำราอลังการศาสตร์กำหนดรูปแบบของอลังการไว้มากบ้างน้อยบ้างแตกต่างกัน ในที่นี้จะนำคำอธิบายนิยามอลังการรูปแบบต่างๆที่ปรากฏในวาคภฏาลังการ ของวาคภฏะ ซึ่งป.ส.ศาสตรี ได้แปลเป็นภาษาไทยชื่อ อลังการศาสตร์ ซึ่งมีศัพทาลังการ 4 รูปแบบ รูปแบบ อลังการที่น่าสนใจมี **(1) อนุปราส** คือ การเล่นเสียง ซ้ำเสียงพยัญชนะในวรรคเดียวกัน **(2) ยมก** คือ การซ้ำพยางค์ หรือกลุ่มคำ ส่วนที่ซ้ำจะมีความหมายแตกต่างกัน ส่วนอรรถาลังการ มี 35 รูปแบบ จะยกตัวอย่างมาบางส่วนที่น่าสนใจ ได้แก่ **(1) อุปมา** คือ การกล่าวถึงสิ่งที่เหมือนกันระหว่างอุปมานและอุปไมย **(2) รูปกะ** คือ อลังการที่กล่าวอุปมาและอุปไมยเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งเดียวกัน **(3) วยติเรก** คือ อลังการที่แสดงความหมายให้เห็นว่าสิ่งสองสิ่งเหมือนกัน ซึ่งสิ่งหนึ่งจะมีลักษณะที่เด่นกว่าสิ่งหนึ่ง **(4) ตุลยโยคิตา** คือ อลังการที่กล่าวถึงอุปมาอยู่ในระดับเดียวกับอุปไมย ซึ่งกล่าวถึงการกระทำของสิ่งทั้งสองสิ่งเหมือนๆ กัน และพร้อมๆ กัน **(5) อุตเปรกษา** คือ การสมมติขึ้นกล่าวว่าสิ่งหนึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่ง เมื่อประกอบด้วยคำ ประหนึ่งว่า **(6) อติศยะ** (หรืออติศโยกติ) คือ การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่น่าจะเป็นไปได้ เพื่อแสดงความประเสริฐของวัตถุต่างๆ นั้น **(7) ยถาสังขยะ** คือ อลังการสิ่งที่กล่าวถึงมีเรื่องร้อยกรองไว้ตามลำดับ **(8) เศลษะ** คือ การพูดถึงประโยคเดียว แต่แปลคำความหมายทั้งหลายตามที่ปรากฏอยู่นั้นเอง หรือแยกความหมายคนละอย่างกัน เพื่อแสดงความหมายหลายอย่าง **(9) สมุจจยะ** คือ กล่าวถึงสิ่งประเสริฐหรือเลวทรามหลายสิ่งไว้ในที่แห่งเดียวกัน **(10) อปรัสตุตประศังสา** คือ อลังการที่กล่าวสรรเสริญแต่สิ่งที่คนทั่วไปไม่สรรเสริญกัน (หรือข้อความสรรเสริญในทางอ้อม)

1. การสร้างสรรค์อลังการในจารึกภาษาสันสกฤตประเทศอินเดีย

จารึกภาษาสันสกฤตในประเทศอินเดียหลายหลัก กวีใช้คุณลักษณะในเรื่องของอลังการเป็นกลวิธีการประพันธ์สร้างผลงานให้มีคุณค่าความงาม โดยสืบทอดศิลปะการประพันธ์ในตำราอลังการศาสตร์ที่นักปราชญ์ชั้นครูกำหนดเป็นกฎเกณฑ์ขึ้นมา จะเห็นได้จากจารึกภาษาสันสกฤตหลักแรกของประเทศอินเดีย คือ จารึกแห่งเมืองชุนาคาธ สมัยพระเจ้ารุทรทามันที่ 1 กวีผู้แต่งจารึกแห่งเมืองชุนาคาธกล่าวถึงรูปแบบของอลังการว่าเป็นคุณลักษณะสำคัญในการแต่งคำประพันธ์ให้ไพเราะ มีความงดงาม ดังคำจารึกที่ว่า "สฺผุฏ-ลฆุ-มธุร-จิตฺร-กานฺต-ศพฺท-สมโยทาราลงฺกฺฤต-คทฺย-ปทฺย-กาวฺย-วิธาน-ปฺรวีเณน : ผู้ชำนาญในการแต่งบทกวีทั้งร้อยแก้วและร้อยกรอง ที่แจ่มแจ้ง เบา ไพเราะ วิจิตร งดงามเด่นชัดด้วยการใช้คำอย่างเหมาะสม และได้รับการเสริมแต่ง (ด้วยอลังการ)" (จิรพัฒน์ ประพันธ์วิทยา,2523 ,น.6)

ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยยกเนื้อความมาจากจารึก 3 หลัก ได้แก่ จารึกบนเสาหินอัลละฮะบาด ของพระเจ้าสมุทรคุปตะ จารึกแห่งเมืองมันทโสร์ ของพระเจ้ายโศธรมัน และจารึกหฑาหา ของพระเจ้าอีศานวรมัน เนื่องจากจารึกทั้ง 3 หลักมีเนื้อหาที่ค่อนข้างสมบูรณ์โดยตลอด และมีเนื้อหาขนาดยาวต่างจากจารึกหลักอื่นที่มักมีเนื้อความเพียงสั้นๆ และจารึกบางหลักก็มีอักษรที่จารึกลบเลือนขาดหายไป ดังนั้นจารึกทั้ง 3 หลักจึงเป็นตัวอย่างสนับสนุนการสร้างสรรค์อลังการเพื่อสร้างความงามอย่างประณีตได้อย่างชัดเจน

1.1 จารึกบนเสาหินอัลละฮะบาดของพระเจ้าสมุทรคุปตะ

จารึกบนเสาหินพบที่เมืองอัลละฮะบาด มีอายุราว ค.ศ.335 ถึง ค.ศ.376 ใช้ตัวอักษรพราหมีรุ่นหลังชนิดที่ใช้อยู่ในอินเดียภาคเหนือบันทึกข้อความ แต่งด้วยคำประพันธ์แบบจัมปู ซึ่งเป็นลักษณะคำประพันธ์ประเภทร้อยแก้วผสมกับร้อยกรอง (จำลอง สารพัดนึก, 2530, น.68) จารึกบนเสาหินอัลละฮะบาดในช่วงแรกแต่งด้วยฉันท์หลายชนิด ส่วนช่วงหลังดำเนินเรื่องด้วยร้อยแก้ว เนื้อหาจารึกบนเสาหินอัลละฮะบาด กวีมุ่งสดุดีพระเจ้าสมุทรคุปตะเป็นหลัก จารึกหลักนี้ยังระบุพระนามกษัตริย์อื่นๆ หลายพระองค์ที่ต่างแสดงความนอบน้อมแด่พระเจ้าสมุทรคุปตะ ซึ่งเป็นพระราชาผู้ปกครองทางตอนใต้เป็นส่วนใหญ่ (Sircar, 1965, pp. 263-268) ตัวอย่างข้อความที่แสดงอลังการอย่างหลากหลาย ต่อไปนี้

สรฺวปฺฤถิวี วิชย ชนิโตทย วฺยาปฺต นิขิลา นิตลำ กีรฺตฺติมิตสฺ ตฺริทศปติ
ภวน คมนาวาปฺต ลลิต สุขวิจารณามาจกฺษาณ อิว ภูโว พาหฺรย มุจฺฉริตะ สฺตมฺภะ
คำแปล : เสาที่ยกขึ้นตั้งแล้วนี้ เหมือนกับแขนแห่งแผ่นดินทั้งหมด ประกาศ
ถึงพระเกียรติยศที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากชัยชนะของพระองค์ที่ทรงมีต่อแผ่นดินทั้งหมด และที่
ซึมแทรกไปในแผ่นดินทั้งปวง ซึ่ง (พระเกียรติยศ) เดินทางอย่างงดงามและง่ายดายไปสู่พิภพของพระอินทร์
จากที่แห่งนี้

(***จารึกบนเสาหินอัลละฮะบาด:*** บรรทัดที่ 29-30)

เนื้อความดังกล่าว กวีเลือกใช้อลังการทั้งการเล่นเสียงซ้ำกัน ดังที่เรียกว่า อนุปราส จะเห็นได้จากเสียงที่ซ้ำกัน คือ (ปฤถิ)วี –วิชย คือ การซ้ำเสียง /ว/ และการซ้ำเสียง /น/ ในคำว่า นิขิลา กับ นิตลำ กวีเลือกใช้ อุปมา คือ อลังการที่เปรียบสิ่งหนึ่งประหนึ่งสิ่งหนึ่ง โดยกล่าวถึงเสาหินที่สร้างขึ้นเหมือนกับแขนแห่งแผ่นดิน ซึ่งในความคิดของกวีเสาหินมีชีวิตเพราะมีแขนเหมือนมนุษย์ และเสาหินแห่งนี้เป็นเครื่องหมายประกาศพระเกียรติยศของพระเจ้าสมุทรคุปตะทั้งในโลกมนุษย์และโลกเทวดา อลังการอีกรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏอย่างโดดเด่น ได้แก่ อุตเปรกษา ซึ่งเป็นอลังการที่แสดงจินตนาการของกวี มองภาพอันงดงามและลึกซึ้ง โดยเน้นคำว่า กีรฺตฺติ ที่เดินทางแทรกซึมไปในแผ่นดินทั้งหมด แม้ กระทั้งในพิภพผู้เป็นใหญ่แห่งเทพทั้ง 33 องค์ กวีเลือกใช้คำว่า ตฺริทศปติ มิได้สื่อความหมายตามรูปศัพท์ แต่สื่อถึง พระอินทร์ กล่าวคือ สวรรค์อันเป็นที่อยู่ของพระอินทร์ซึ่งพระเกียรติยศของพระเจ้าสมุทรคุปตะได้เดินทางไปถึง ซึ่งคุณลักษณะของเกียรติยศนี้ในทางขนบวรรณคดี (convention of poets) คือ แสงสีขาวสว่างรุ่งเรือง นัยนี้แสงแห่ง พระเกียรติยศจึงแผ่กระจายไปทั่วทุกพื้นที่ แสดงภาพให้เห็นลำแสงสีขาวบริสุทธิ์ที่แผ่กระจายไปในทุกพื้นที่ทั้งภาคพื้นมนุษย์และสูงขึ้นไปยังแดนสวรรค์ หากพิจารณาอลังการในการสร้างจินตภาพที่เกิดขึ้นในความคิดของผู้อ่าน จะเห็นได้ว่าเสาหินแห่งพระเกียรติยศที่กวีเปรียบว่ามีแขนทั้งสองข้างนี้ กวีเลือกใช้อลังการ เศลษะ เพื่อแสดงความหมายในสองนัย กล่าวคือ คำว่า มุจฺฉริตะ หากใช้กับเสาในความหมายธรรมดา มีความหมายว่าเป็นเสาที่คนสร้างขึ้นมาให้ตั้งมั่นในแผ่นดิน แต่หากใช้ในความหมายว่าแขน มีความหมายว่า แขนที่ยกขึ้นมา ตัวอย่างอลังการที่ปรากฏอย่างสมบูรณ์แบบอีกตอนหนึ่ง ปรากฏในข้อความที่กวีแสดงเนื้อความยกย่องพระปรีชาสามารถในการสงครามของพระเจ้าสมุทรคุปตะ ทรงมีความอาจหาญและมีพละกำลังอันแข็งแกร่ง สามารถพิชิตศัตรูได้โดยง่าย ดังข้อความต่อไปนี้

ตสฺย วิวิธ สมร ศตาวตรณ ทกฺษสฺย สฺวภุช พล ปรากฺรไมกพนฺธุโหฺ
ปรากฺภร-มางฺกสฺย ปรศุ ศร ศงฺก ศกฺติ ปฺราสาลิ โตมร ภินฺทิปาล น(า)
ราจ ไวตสฺติกาทฺยเนก ปฺรหรณ วิรูฒากุล วฺรณ ศตางฺกโศภา สมุทโยปจิต
กานฺตตร วรฺษฺมณะ

คำแปล : พระเจ้าสมุทรคุปตะ ผู้ทรงเชี่ยวชาญในการลงไปสู่สนามรบจำนวนนับร้อยแห่ง พระองค์มีความกล้าหาญองอาจ พระองค์มีพวกพ้องเพียงผู้เดียว คือ ความแข็งแกร่งแห่งกำลังพระพาหาของพระองค์ พระองค์มีปราการเป็นเครื่องหมาย มีพระวรกายงดงามล้ำเลิศ ประกอบไปด้วยความงามแห่งรอยแผลเป็นจำนวนนับร้อยแห่งที่มากมายจากการฟาดฟันด้วยศัตราวุธจำนวนมาก ได้แก่ ขวาน ศรเหล็กแหลม หอก ปราสะ (อาวุธสำหรับซัดมีเงี่ยงที่ปลาย) ดาบ โตมร ภินทิปาล (โตมรสั้น) ศรเหล็กดาบโค้ง เป็นต้น

(***จารึกบนเสาหินอัลละฮะบาด:*** บรรทัดที่ 17-18)

อลังการในจารึกที่ยกมาข้างต้น แสดงความลึกซึ้งในการสดุดีความยิ่งใหญ่ของกษัตริย์ได้อย่างยอดเยี่ยม กวีสะท้อนความเชื่อในระบบวรรณะกษัตริย์กับการปฏิบัติหน้าที่ คือ การทำสงคราม ซึ่งตามคติความเชื่อระบบวรรณะของอินเดีย กษัตริย์มีหน้าที่คุ้มครองประชาชนซึ่งถือว่าเป็นหน้าที่อันศักดิ์สิทธิ์ หน้าที่คุ้มครองประชาชน คือ ผู้นำประชาชนออกสู้รบในสงครามรุกรานและสงครามปกป้องตนเอง (บรรจบ บรรณรุจิ, 2555, น.63) การสร้างความชอบธรรมให้แก่วรรณะกษัตริย์ ดังจะเห็นได้ว่าตั้งแต่ยุคพระเวทเป็นต้นมา ปรากฏแนวคิดเกี่ยวกับกษัตริย์ผูกโยงกับตำนานการทำสงครามของเทพและอสูร เหล่าทวยเทพต่างยกย่องพระโสมเทพเป็นผู้นำสงครามทำการสู้รบกับอสูร

(Basham, 1971, น.82) ดังนั้น คุณสมบัติของวรรณะกษัตริย์ได้ปลูกฝังผ่านระบบความเชื่อในสังคมอินเดีย คือ ความสามารถในการทำศึกสู้รบ

ด้วยเหตุนี้ อลังการที่กวีเลือกใช้สดุดีกษัตริย์ในเนื้อความจารึกที่ยกมานี้ จึงฉายภาพให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ของกษัตริย์ เริ่มจากกวีเลือกใช้ อติศโยกติ ซึ่งเป็นอลังการรูปแบบหนึ่งพรรณนาความยิ่งใหญ่เกินจริง กวีสะท้อนให้เห็นภาพการรบของพระเจ้าสมุทรคุปตะ ดังเห็นได้ว่าพระวรกายของพระเจ้าสมุทรคุปตะมิได้ทรงประดับด้วยเครื่องทรงสำหรับกษัตริย์อันงดงามเพริศแพร้ว ทว่ารอยบาดแผลนับร้อยแห่งที่พระองค์สู้รบกับศัตรูในสนามรบนับร้อยแห่ง ได้ยืนยันความงดงามของพระวรกายอันชวนพิศวง ซึ่งคมอาวุธนับไม่ถ้วนปรากฏที่พระวรกายของพระเจ้าสมุทรคุปตะนั้นแปรภาพมาเป็นเครื่องประดับพระวรกายที่งามยิ่ง นัยนี้ จึงสะท้อนมโนทัศน์ของกวีอย่างชัดเจนว่า พระมหากษัตริย์ที่ยิ่งใหญ่ย่อมต้องมีความเก่งกล้าในการทำสงคราม ดังที่กวีได้จำลองภาพและเหตุการณ์ที่น่าตื่นเต้นประทับใจในสนามรบ กวีได้แสดงภาพให้ผู้อ่านประจักษ์ว่าพระเจ้าสมุทรคุปตะทรงใช้พระพาหาของพระองค์เองนั้น เป็นเสมือนพวกพ้องเพียงผู้เดียว คือ ทรงเผชิญหน้ากับข้าศึกจำนวนมากนับไม่ถ้วน กวีเลือกใช้อลังการประเภทยถาสังขยะเสริมเข้ามา คือ การกล่าวถึงสิ่งต่างๆ ในข้อความเดียวกัน จะเห็นได้จากการที่กวีกล่าวถึงอาวุธจำนวนหลากหลายของศัตรูในข้อความเดียวกัน ทั้งขวาน ศร เหล็กแหลม หอก ปราสะ ดาบ โตมร ภินทิปาล ศรเหล็ก ดาบโค้ง ได้ช่วยส่งเสริมวีรกรรมของพระเจ้าสมุทรคุปตะที่ทำศึกกับหมู่ศัตรูแล้วต้องคมอาวุธเหล่านี้ แต่พระองค์กลับมิได้ทรงเป็นอันตรายหรือทรงหวาดกลัวแต่ประการใด ทว่าทรงใช้พระพาหาอันแข็งแกร่งของพระองค์เองเป็นทั้งปราการต่อต้านอาวุธและใช้กำลังพระพาหาสังหารข้าศึกอย่างอาจหาญ นอกจากนี้ กวียังเล่นเสียงของคำอย่างโดดเด่น ดังเช่น ปรากฺภรมางฺกสฺย ปรศุ ศร ศงฺก ศกฺติ ปฺราสาลิ คือ เล่นเสียง /ปร/ และเสียง /ศ/ และใช้ ยมก คือ การเล่นล้อคำในคำว่า ศตาวตรณ ศตางฺกโศภา ซึ่งมีความหมายว่า สนามรบจำนวนนับร้อย และความงามนับร้อยแห่ง (จากแผลเป็น) กล่าวได้ว่าเนื้อหาจารึกที่ยกตัวอย่างมานี้ กวีอาศัยฝีมือทางการประพันธ์ อันเป็นทั้งพรสวรรค์และการฝึกฝนจนชำนาญโดยประสานคุณลักษณะของอลังการอย่างหลากหลาย ส่งผลให้เนื้อหาจารึกมีความโดดเด่นในแง่ความงามของอลังการอย่างเพริศแพร้ว

1.2 จารึกเมืองมันทโสร์ของพระเจ้ายโศธรมัน

จารึกหลักนี้พบอยู่ที่เมืองมันทโสร์ เป็นจารึกรัชสมัยของพระเจ้ายโศธรมัน หรืออีกพระนามหนึ่งว่า พระเจ้าวิษณุวรมัน มีอายุราว ค.ศ.532 ใช้ภาษาสันสกฤต รูปแบบตัวอักษรพราหมีรุ่นหลัง พบในจารึกทางตอนเหนือของประเทศอินเดีย ดำเนินรูปแบบเนื้อหาด้วยฉันท์หลากหลายชนิด ระบุชื่อผู้แต่งไว้อย่างชัดเจนในตอนท้ายเรื่องว่า โควินทะ ส่วนเนื้อหาจารึกเมืองมันทโสร์เริ่มเรื่องด้วยการบูชาพระศิวะ บูชาพระพรหม กล่าวถึงพระเจ้ายโศธรมัน (พระเจ้าศรีวิษณุวรฺธน) โดยยกย่องว่าทรงมีความเก่งกล้าในการสงคราม พระราชาทั้งหลายจำนวนมากอยู่ภายใต้อำนาจของพระองค์ (Sircar, 1965, pp. 411-420) จารึกเมืองมันทโสร์ แพรวพราวด้วยอรรถาลังการและ ศัพทาลังการอย่างลึกซึ้ง ดังจะยกตัวอย่างข้อความต่อไปนี้

> วโศ เยโนทิโตทิต ปทำ คมิโต ครียะปฺราโจ นฺฤปานฺสุพฺฤหตศฺจ พหูนฺปุทีจะสามฺนา
> ยุธา จ วศคานฺปฺรวิธาย เยน นามาปรำ ชคติ กานฺตมโห ทฺราปำ ราชาธิราชปรเมศฺวร
> อิตฺยุทูฒมฺสฺนิคฺธ ศฺยามามฺพุทาไภหฺ สฺถคิต ทินกฺฤโต ยชฺวนามาชฺย ธูไมฺร รมฺโภเมฺยำ
> มโมนาวธิษุ วิทธตา คาฒ สมฺปนฺน สสฺยาะ สหรฺษาทฺวาณินีนำ กร รภส หฺฤโต ทฺ
> ยานจูตางฺกุราคฺรา ราชนฺวนฺโต รมนฺเต ภุช วิชิต ภุวา ภูรโย เยน เทศาะ ยสฺโนตฺเก
> ตุภิรฺนฺมท ทฺวิป
>
> กร วฺยาทิทฺธ โลธฺร ทฺรุไม รุทฺธูเตน วนาธฺวนิ ธฺวนิ นนทฺวินฺธฺยาทฺริ รนฺไธฺรรฺพไลหฺ
> พาเล ย จฺฉวิ ธูสเรณ รชสา มนฺทางฺศุ สัลกฺษฺยเต ปารฺยาวฺฤตฺต ศิขณฺฑิ จนฺทฺรก อิว
> ธฺยามิ รเวรฺมฺมณฺฑลมฺ ตสฺย ปฺรโภรฺวัศกฺฤตำ นฺฤปาณำ ปาทาศฺรยาทฺวิศฺรุต ปุณฺยกีรฺตฺ
> ติหฺ ภฺฤตฺยะ สฺว ไนภฺฤตฺย ชิตา
>
> คำแปล : วงศ์แห่งพระราชาพระองค์ใด ที่มีฐานะที่สูงยิ่งขึ้น อันน่าเคารพนับถืออย่างสูง

พระราชาพระองค์นั้นนั่นเอง ทรงมีชื่อเสียง และมีเอาลิกร ซึ่งเป็นตราประจำพระองค์ พระราชาพระองค์นั้น คือ พระเจ้าศรีวิษณุวรฺธน ผู้ทรงเป็นผู้ชนะในการศึกสงคราม ต่อจากนั้นพระองค์จึงทรงพิชิตโลก

พระนามนี้คือ ราชาธิราชปรเมศวร อันน่าปรารถนา ได้รับมาโดยยากในโลก ซึ่งเป็นพระนามอีกพระนามหนึ่ง อันพระราชาพระองค์ใดได้ทรงไว้แล้ว หลังจากที่ทรงกระทำพระเจ้าแผ่นดินแห่งทิศตะวันออกทั้งหลายผู้มีอำนาจ และพระเจ้าแผ่นดินแห่งทิศเหนือจำนวนมาก ให้อยู่ภายในอำนาจ โดยสันติวิธีและโดยการสงคราม

แว่นแคว้นทั้งหลายจำนวนมาก มีพระอาทิตย์บดบังไว้ โดยควันของเครื่องสังเวยของผู้ทำพิธีบูชาทั้งหลาย ราวกับเมฆสีดำหนาทึบ ที่มีพืชพันธ์หนาทึบและอุดมสมบูรณ์เพราะ พระอินทร์สร้างที่อยู่ซึ่งน้ำที่อยู่ในเมฆในเวลาอันสมควร ที่มีปลายของใบมะม่วงแรกผลิในสวนที่ถูกดึงไปมาอย่างรุนแรงด้วยมือของหญิงสาวทั้งหลายที่ไม่รักษาเนื้อรักษาตัว เพราะความรื่นเริง เนื่องจากพระราชาพระองค์ใดผู้ทรงชนะโลกด้วยพระพาหา (ของพระองค์เอง)

มณฑลของดวงอาทิตย์ชีดลงประหนึ่งแววของหางนกยูงที่มองกลับข้าง ย่อมปรากฏว่ามีรัศมีอ่อน เพราะฝุ่นสีเทาเหมือนผิวหนังของลาที่ถูกทำให้ฟุ้งขึ้นในป่า โดยกองทัพทั้งหลายที่มีธงยกขึ้น ที่ได้ฉีกต้นโลธฺรด้วยงวงช้างทั้งหลายที่เมามัน และที่ทำให้ช่องเขาของภูเขาวินธัยกัมปนาทด้วยเสียงกึกก้องของพระราชาพระองค์ใด

(***จารึกแห่งเมืองมันทโสร์ของพระเจ้ายโศธรมัน***: บรรทัดที่ 6-9)

เนื้อความจารึกเมืองมันทโสร์ข้างต้น กวีใช้ศัพทาลังการ ที่เล่นเสียงอย่างสมดุลและเอื้อต่อการสร้างความงามของจังหวะเสียงยังทรงพลังด้วย กล่าวคือ เล่นเสียงพยัญชนะ /ส/ หน้าคำศัพท์ เช่น สมฺปนฺน สสฺยาะ สำหรฺษาทฺวาณินีนำ เล่นเสียงพยัญชนะ /ภ/ เช่น ภฺวา ภูรโย หรือใช้ยมก ด้วยการซ้ำคำว่า วนาธฺวนิธฺวนินนทฺวินฺธฺยาทฺริ ในส่วนของ อรรถาลังการ กวีกล่าวถึงวงศ์ตระกูลที่ยิ่งใหญ่ของพระเจ้ายโศธรมัน เพื่อสดุดีพระเกียรติพระเจ้ายโศธรมัน โดยใช้อลังการ อติศโยกติ เพื่อเชิดชูพระเจ้ายโศธรมันทรงเป็นกษัตริย์ผู้พิชิตโลกอย่างที่ไม่มีมนุษย์ผู้ใดจะทำได้ และพระนามที่ได้รับการยกย่องว่า ราชาธิราชปรเมศวร แสดงให้เห็นขอบเขตพระราชอำนาจที่กว้างขวาง พระองค์ทรงแผ่เดชานุภาพทั้งโดยสันติวิธีและการทำสงคราม จะเห็นได้ว่าพระเจ้าแผ่นดินทางทิศตะวันออกและทิศเหนืออยู่ใต้อำนาจของ พระเจ้ายโศธรมัน กวีใช้อลังการที่เรียกว่า สวภาโวกติ เพื่อพรรณนาภาพและบรรยากาศแว่นแคว้นต่างๆ ซึ่งเป็นเมืองขึ้นของพระเจ้ายโศธรมันตามสภาพที่เป็นจริงขณะนั้น กวีจำลองภาพสะท้อนวิถีชีวิตของผู้คนที่บวงสรวงทำพิธีกรรมตามหลักศาสนา มีควันจากเครื่องสังเวยพวยพุ่งบดบังแสงพระอาทิตย์ ให้ทั้งภาพและกลิ่น กับทั้งแสงสีใน จินตภาพอย่างงดงามบริบูรณ์ กวียังเลือกใช้อลังการ อุปมา เพื่อย้ำภาพให้เห็นชัดยิ่งขึ้นโดยเปรียบควันเครื่องสังเวยที่ลอยสู่เบื้องบนของอากาศเช่นเดียวกับกลุ่มก้อนเมฆสีดำหนาทึบ กวีพรรณนาบรรยากาศเขียวชอุ่มของธรรมชาติที่สมบูรณ์ โดยอ้างถึงพระอินทร์ซึ่งทำหน้าที่ให้ฝนตกตามฤดูกาล นอกจากนี้ข้อความที่เล่นล้อกันในความที่ว่าหญิงสาวได้ใช้มือของนางดึงใบมะม่วงไปมาอย่างรุนแรงนั้น กวีกล่าวโยงไปถึงพระเจ้ายโศธรมันที่ชนะโลกด้วยกำลังพระพาหาของพระองค์เอง ในตอนท้ายกวีเลือกใช้อลังการ อติศโยกติ อย่างงดงามตระการตาในข้อความที่พรรณนาความยิ่งใหญ่ของกองทัพพระเจ้ายโศธรมัน จะเห็นได้ว่าการเคลื่อนทัพโดยไพร่พลจำนวนมากนั้น ทำให้มณฑลของพระอาทิตย์ชีดลงฉนัดตา เนื่องจากฝุ่นได้ฟุ้งกระจายตลอดเส้นทางเพราะฝีเท้าของไพร่พลในการเดินทัพ และฝุ่นที่ฟุ้งกระจายได้บดบังรัศมีพระอาทิตย์ให้อ่อนลงนี้ กวีใช้ความเปรียบว่าไม่ต่างกับแววของหางนกยูง คือ ตอนปลายของหางนกยูง ที่มีลักษณะเป็นวงกลมด้วยสีขาวเลื่อมเป็นมัน กวียังแสดงความเปรียบต่อไปอีกว่าฝุ่นที่กระจายในป่านั้นประหนึ่งผิวของลา เนื่องจากสีผิวของลากับสีฝุ่นมีลักษณะคล้ายกันมาก คือ สีเทาอ่อน ขณะเดียวกันกวีจำลองภาพความเกรียงไกรของกองทัพที่เคลื่อนพลยกผ่านช่องเขาวิธัยอย่างฮึกเหิม ดังกึกก้อง สนั่นหวั่นไหว น่าหวาดหวั่น โดยเฉพาะช้างตกมันที่คลุ้มคลั่งฉีกต้นโลธรออกเป็นชิ้นๆ นับว่าข้อความในจารึกที่ยกมานี้ กวีใช้อลังการเป็นสื่อวรรณศิลป์นำเสนอภาพอย่างมีมิติเคลื่อนไหวไปตามลำดับ ภาพที่สื่อเร่งจังหวะความรวดเร็วทวีขึ้นเรื่อยๆ ทั้งควันจากเครื่องสังเวยที่ลอยสูงสู่อากาศอย่างช้าๆ ลำดับต่อมาแสดงกิริยาเคลื่อนไหวของหญิงสาว และจังหวะลีลาประหนึ่งฟ้อนรำด้วยความสำราญพระทัยของพระเจ้ายโศธรมันในสนามรบ ฝุ่นที่ฟุ้งกระจายจากกองทัพ

จำนวนมาก จนกระทั่งช้างตกมันที่ทำลายสิ่งที่ขวางหน้าอย่างบ้าคลั่ง ภาพเหล่านี้กวีสื่อภาษาจินตภาพก่อให้เกิดภาพนาฏการที่งดงามประทับใจยิ่ง

1.3 จารึกหฏาหาของพระเจ้าอีศานวรมัน

จารึกหฏาหา อยู่ในจังหวัดบาราบานกิ รัฐอุตรประเทศ เป็นจารึกรุ่นหลังของประเทศอินเดีย มีอายุราว ค.ศ.553 ถึง ค.ศ.554 ใช้ภาษาสันสกฤตและตัวอักษรพราหมีชนิดที่ใช้อยู่ในอินเดียภาคเหนือบันทึกข้อความ จารึกหลักนี้ประกอบด้วยชนิดของฉันท์อย่างหลากหลาย คำประพันธ์มีทั้งหมด 23 บท ในตอนท้ายของจารึกระบุชื่อผู้แต่งไว้ว่า รวิศานติ ผู้เป็นบุตรของกุมารศานติ และระบุผู้ที่ทำหน้าที่จารึกบท สรรเสริญ คือ มิหิรวรมัน (Sircar, 1965, p.389) เนื้อความจารึกหฏาหา เริ่มเรื่องกล่าวสรรเสริญพระศิวะ ต่อจากนั้นจึงสดุดีพระเจ้าอีศานวรมันทั้งพระปรีชาสามารถในการสู้รบ การปกครองราชอาณาจักรให้สงบสุขทั้งทรงคุ้มครองมนุษย์และสัตว์ทั้งหลายให้อยู่อย่างผาสุก นอกจากนี้พระเจ้าอีศานวรมันยังทรงมีพระรูปโฉมงดงามล้ำเลิศ มีความสุขุมคัมภีรภาพและทรงเป็นนักปราชญ์เจนจบในสรรพวิชาแขนงต่างๆ จารึกหฏาหามีความงามเพริศแพร้วด้วยอลังการ การสื่อความเปรียบปรากฏจำนวนมาก ผู้อ่านจารึกหลักนี้จะสังเกตได้ชัดเจนว่าคำประพันธ์ทุกบทกวีสร้างสรรค์อลังการแทรกอยู่ตลอด ดังตัวอย่างบทสดุดี พระเจ้าอีศานวรมันในด้านความงาม ในคำประพันธ์บทที่ 11 ที่ว่า

ตสฺมาตฺ สูรฺย อิโวทยาทฺริศิโส ธาตุรฺ มรุตวานิว
กฺษีโรทาทิว ตรฺชิเตนฺทุกิรณะ กานฺตปุรฺภะ เกาสฺตุภะ /
ภูตานามุทปทฺยต สฺถิติกระ สฺเถษฺ มหิมฺนะ ปทำ
ราชนฺราชกมณฺฑลามฺพรศศี ศฺรีศานวรฺมนฺฤปะ //

คำแปล : จากพระเจ้าอีศานวรมันนั้น ผู้ทรงเป็นประดุจพระจันทร์บนท้องฟ้า มีหมู่ของพระราชาทั้งหลาย (แวดล้อม) ทรงคุ้มครองเหล่ามนุษย์และสรรพสัตว์ ผู้ทรงเป็นที่อยู่ของความยิ่งใหญ่อันเป็นนิรันดร์ ได้ทรงถือกำเนิดแล้ว ราวกับพระอาทิตย์ขึ้นแล้วจากยอดของภูเขาอุทัย เหมือนกับท้องฟ้าเกิดแล้วจากพระพรหม ประหนึ่งแก้วเกาสตุภะ อันมีแสงเรืองรองน่าปรารถนา ซึ่งมีรัศมีข่มรัศมีพระจันทร์ อันเกิดแล้วจากทะเลน้ำนม

(***จารึกหฏาหาของพระเจ้าอีศานวรมัน:*** บทที่ 11)

ข้อความในจารึกบทนี้ กวีเน้นคุณสมบัติภายนอกของพระเจ้าอีศานวรมัน ด้วยอลังการอติโยกติเพื่อสื่อความงามของพระเจ้าอีศานวรมันทรงเป็นเลิศในโลกมนุษย์ไม่มีผู้ใดจะงามเสมอพระองค์ กวีใช้สื่อเปรียบพระรูปโฉมของ พระเจ้าอีศานวรมันด้วยการใช้อลังการอุปมา ที่โดดเด่นมาก โดยเปรียบพระเจ้าอีศานวรมันเหมือนพระจันทร์บนท้องฟ้า พระอาทิตย์ที่ขึ้นพ้นยอดภูเขาอุทัย ท้องฟ้าที่พระพรหมทรงรังสรรค์อย่างวิจิตรงดงาม และเหมือนกับแก้วเกาสตุภะที่เปล่งแสงเรืองรอง ในแง่นี้ จะเห็นได้ว่าความงามของพระเจ้าอีศานวรมันมีคุณค่าสูงสุดรวมทุกสิ่งที่เป็นเลิศในธรรมชาติ เริ่มตั้งแต่พระจันทร์ มีความงามด้วยแสงรัศมีเย็นสว่างกระจ่างใส นับว่าเป็นเลิศที่สุดในยามกลางคืน พระอาทิตย์ขณะขึ้นสู่ยอด ภูเขา ทอแสงแจ่มใสรุ่งเรือง นับว่าเป็นเลิศที่สุดในยามเช้า ท้องฟ้าในยามปราศจากเมฆที่หนาทึบ เป็นสีฟ้าครามสดสว่าง นับว่าเป็นเลิศที่สุดแห่งความรื่นรมย์ เช่นเดียวกับแก้วเกาสตุภะ ของวิเศษที่เกิดขึ้นเมื่อครั้งกวนเกษียรสมุทร นับว่าเป็นเลิศที่สุดในบรรดามณีรัตนะแห่งท้องทะเล เนื้อความที่เน้นความงามบริบูรณ์ด้วยพระรูปโฉม รวมทั้งคุณสมบัติในด้านอื่นของพระเจ้าอีศานวรมัน ปรากฏในคำประพันธ์บทที่ 17 อีกตอนหนึ่ง ความว่า

โย พาเลนฺทุสกานติ กฺฤตฺสฺนภุวนเปฺรโย ทธทฺ เยาวนำ
ศานฺตะ ศาสฺตฺรวิจารณาหิตมนาะ ปารงฺ กลานาง คตะ/
ลกฺษมีกีรฺติ สรสฺวตีปฺรภฺฤตโย ยำ สฺปรฺธเยวาศฺริตา
โลเก กามิตกามิภาวรสิกพ กานฺตาชโน ภูยสา //

คำแปล : พระองค์ (พระเจ้าอีศานวรมัน) ทรงมีความอ่อนเยาว์ ผู้งดงามทัดเทียมกับพระจันทร์ที่ขึ้นใหม่ๆ เป็นที่พึงใจอย่างยิ่งของประชาชนในโลก พระองค์เป็นผู้ที่สงบ มีพระทัยตั้งอยู่ในการพิจารณาพระคัมภีร์ต่างๆ ได้สำเร็จ ศิลปวิทยาทั้งหลาย พระลักษมี พระเกียรติยศ พระสุรัสวตี

เป็นต้น เหมือนกับแข่งกันมาอาศัยอยู่ที่พระองค์ หมู่สตรีผู้น่ารัก ต่างก็พากันพึงพอใจอย่างยิ่งในความเป็นผู้น่ารัก (ของพระองค์) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้คนปรารถนาในโลก

(***จารึกหทาหาของพระเจ้าอีศานวรมัน:*** บทที่ 17)

เนื้อความของจารึกดังกล่าว กวียังคงเน้นที่ความงามเป็นเลิศของพระเจ้าอีศานวรมัน กวีใช้อลังการ รูปกะ ซึ่งเป็นอลังการเปรียบสิ่งหนึ่งเป็นสิ่งหนึ่ง ในที่นี้กวีเปรียบเสน่ห์ความอ่อนเยาว์ของพระเจ้าอีศานวรมันเป็นพระจันทร์ที่พึ่งขึ้นบนท้องฟ้ายามราตรี กล่าวได้ว่าความงามของแสงพระจันทร์เป็นที่พึงพอใจชาวโลกเช่นไร ความงามของ พระเจ้าอีศานวรมันก็เป็นประจักษ์ชื่นชมในหมู่ประชาชนเช่นกัน ไม่เพียงแต่คุณสมบัติความงามจะหลอมรวมอยู่ใน พระเจ้าอีศานวรมันเท่านั้น ความรอบรู้ในศิลปวิทยาแขนงต่างๆ ชื่อเสียง พระเกียรติยศ และโชคลาภ ต่างสถิตอยู่ในพระเจ้าอีศานวรมันด้วย ดังจะเห็นได้จากอลังการ อุตเปรกษา กวีแสดงภาพให้เห็นว่าความรู้ในศิลปวิทยาทั้งหลาย พระลักษมี หรือในความหมายของโชคลาภ ความมั่งคั่งในโภคทรัพย์ พระเกียรติยศต่างแข่งกันมาอาศัยอยู่ในพระเจ้าอีศานวรมัน นัยนี้กวีกล่าวถึงพระคุณสมบัติของพระเจ้าอีศานวรมันว่าเป็นจุดศูนย์กลางของความรุ่งเรือง สิ่งที่เป็นเลิศทั้งหลายที่มารวมกันอยู่ที่พระองค์ นับว่าเป็นการสรรเสริญพระเจ้าอีศานวรมันโดยทางอ้อม คือ กวีมิได้กล่าวสรรเสริญพระเจ้าอีศานวรมันโดยตรง แต่กล่าวถึงพระคุณสมบัติที่สูงส่ง สิ่งที่ยิ่งใหญ่ทั้งหลาย อาทิ วิชาความรู้ ชื่อเสียง เกียรติยศ และโชคลาภ ล้วนเป็นสิ่งปรารถนาของมนุษย์ต่างมาประชุมรวมอยู่ที่พระเจ้าอีศานวรมัน นอกจากนี้ยังปรากฏการเล่นเสียง ดังเช่นเสียง /ศ/ ในคำว่า ศานฺตะ ศาสฺตฺร ซึ่งมีความหมายว่า ผู้สงบ และ คัมภีร์ หรือในเล่นเสียงของคำว่า กามิต กามิภาว กานฺตาชโน ซึ่งมีความหมายว่า คนที่ต้องการ ความรัก และหมู่ผู้หญิงที่น่ารัก เป็นต้น

2. การสร้างสรรค์อลังการในจารึกภาษาสันสกฤตประเทศกัมพูชา

การสร้างสรรค์อลังการในจารึกภาษาสันสกฤตประเทศกัมพูชา จะเห็นได้ว่าจารึกภาษาสันสกฤตหลายหลักมีความงามด้วยลีลาการประพันธ์อย่างสูง ดังที่ จิรพัฒน์ ประพันธ์วิทยา (2544, น.33-43) แสดงทัศนะไว้ว่า จารึกภาษาสันสกฤตบางหลักในประเทศกัมพูชามีความงามไม่น้อยกว่าจารึกภาษาสันสกฤตในประเทศอินเดีย ในหัวข้อนี้ ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างจารึกภาษาสันสกฤตมาเพียงบางส่วนซึ่งเห็นว่าเป็นตัวแทนของยุคสมัยอย่างชัดเจน และข้อความในจารึกมีสภาพสมบูรณ์เหมาะแก่การแปลและวิเคราะห์ ได้แก่ จารึกหันไชยของพระเจ้าภววรมันที่ 2 ซึ่งเป็นจารึกอันเป็นตัวแทนในสมัยพระเจ้าภววรมันที่ 2 และนับได้ว่าเป็นจารึกภาษาสันสกฤตที่มีความยาวมากที่สุดสมัยก่อนเมืองพระนคร และจารึกปราสาทตาพรหมและจารึกปราสาทพระขรรค์ของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ซึ่งจารึกทั้งสองหลักมีความยาวและมีความสำคัญอย่างยิ่งในรัชสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 อันถือว่าเป็นจารึกภาษาสันสกฤตตัวแทนในรัชสมัยของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ดังจะพิจารณาอลังการที่ปรากฏในจารึกที่กล่าวถึงต่อไปนี้

2.1 จารึกหันไชยของพระเจ้าภวรมันที่ 2

จารึกหันไชย หรือ K.81 เป็นจารึกที่สลักบนแผ่นหินตรงกรอบประตูของปราสาทหันไชย ตำบลกำพงเสียม จังหวัดกำปาจาม ใช้ตัวอักษรปัลลวะ แต่งด้วยฉันท์ประเภทอนุษฏุภ จารึกมี 2 ด้าน ด้านที่ 1 มี 35 โศลก ด้านที่ 2 มี 12 โศลก จารึกมีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 12 เป็นยุคแรกของอาณาจักรเจนละในจารึกหันไชยปรากฏ พระนามของพระเจ้าภววรมัน นักวิชาการส่วนใหญ่เห็นพ้องว่าคือ พระเจ้าภววรมันที่ 2 ซึ่งเชื่อว่า ครองราชย์อยู่ในราว ค.ศ. 635- 650 (รายงานการวิจัยจารึกปราสาทหันไชย, 2557, น.19)

เนื้อหาของจารึกหันไชย กล่าวถึงพระเจ้าภววรมันที่ 2 พระโอรสของพระเจ้าภววรมันที่2 ผู้ปกครองหรือ เจ้าเมืองอุครปุระ พรรณนาพระเกียรติคุณของพระเจ้าภววรมันที่ 2 ในด้านต่างๆ ตอนท้ายกล่าวถึงข้ารับใช้ของ พระเจ้าภววรมันที่ 2 ในการจำลองรูปอักษร

อลังการที่มีความโดดเด่นดังเช่นในจารึกด้านที่ 1 โศลกที่ 8 กวีสรรเสริญพระเจ้าภววรมันที่ 2 โดยใช้ความเปรียบสื่อให้เห็นกองกำลังที่เกรียงไกรของพระเจ้าภววรมันที่ 2 กวีใช้อลังการทั้งด้านเสียงและความหมายประสานกันอย่างสมบูรณ์ ดังที่ว่า

ริโปริวะ มนะ ศุษฺกำ นครีปริขาชลมฺ/
ยสฺย โยไธ กราปีตมาสนฺไน รวณา สห //

คำแปล : สายน้ำในคูเมือง เปรียบดังหัวใจของข้าศึก ถูกดื่ม (โดยใช้) มือ (วัก) น้ำจนแห้งเหือด (ราวกับถูกแสงพระอาทิตย์ที่แผดเผา) โดยกองทหารทั้งหลายของพระเจ้าภววรมัน ที่มาประชิดพร้อมกับพระอาทิตย์

(***จารึกหันไชย:*** บทที่ 8 ด้านที่ 1)

โศลกข้างต้น มีความลึกซึ้งจากอลังการ อุปมา อย่างมาก กวีใช้อุปมาเป็นการเปรียบเทียบให้เห็นความยิ่งใหญ่ของกองทัพของพระเจ้าภววรมันที่ 2 โดยกล่าวถึงน้ำในคูเมืองที่แห้งเหือดซึ่งไม่ต่างจากหัวใจของข้าศึกที่เหือดแห้งลงทุกขณะ คือ ไม่มีพลังใจที่จะทำการสู้รบกับกองทัพของพระเจ้าภววรมันที่ 2 ต่อไปได้ น่าสังเกตว่าอุปมาดังกล่าวมีสองความหมายซ้อนกันอยู่ เพราะกวีสร้างคำศัพท์สองความหมายตามอลังการที่เรียกว่า เศลษะ กล่าวคือ การใช้คำศัพท์ว่า กรา อาจมีความหมายสื่อถึงมือของข้าศึกก็ได้ หรืออาจจะมีความหมายสื่อถึงแสงรัศมีของพระอาทิตย์ก็ได้ กล่าวคือน้ำที่แห้งลดลงนั้นเหมือนกับถูกแสงพระอาทิตย์แผดเผา และใช้ความเปรียบกองทหารของพระเจ้าภววรมันที่ 2 เหมือนกับ พระอาทิตย์ นอกจากความหมายจะลึกซึ้งสื่อให้สัมผัสถึงความสิ้นหวัง ความเหนื่อยอ่อน ความไม่มั่นคงของจิตใจข้าศึก พร้อมกับชื่นชมยกย่องกองกำลังของกษัตริย์ผู้ยิ่งใหญ่ที่กวีสรรเสริญ จังหวะของเสียงในศัพท์ว่า ยสฺย โยไธ ยังเป็นการซ้ำพยางค์ตามอลังการ อนุปราส คำแรกมีความหมายว่า พระเจ้าภววรมันที่ 2 ส่วนคำที่สองมีความหมายว่า อันทหารทั้งหลาย เนื้อหาในโศลกที่ 2 จารึกด้านที่หนึ่ง กวีกล่าวถึงพระคุณสมบัติพระเจ้าภววรมันที่ 2 เกี่ยวข้องกับพระสุรัสวตีกับพระลักษมี ได้อย่างคมคายลึกซึ้งดังที่ว่า

สฺถานาติศยลาเภน มุเข ลสติ ภารติ /
อสตฺกฺฤตฺโยสิตา ยสฺย มหตีมฺรสิ ศฺรียมฺ //

คำแปล : เพราะอยากได้สถานะอันสูงส่ง พระนางสุรัสวตี ได้ส่องแสงในโอษฐ์ของพระองค์ พระนางที่เกิดจากมายา ได้ส่องแสงให้เห็นถึงพระศรี ผู้ยิ่งใหญ่ ณ ที่ พระอุระของพระองค์

(***จารึกหันไชย:*** บทที่ 2 ด้านที่ 2)

เนื้อความข้างต้น กวีแสดงความรู้ในเรื่องเทพปกรณัมโดยสื่อความหมายด้วยอลังการ อุตเปรกษา กล่าวถึง เทวีศักติทั้งสองของพระพรหมและพระนารายณ์ คือ พระนางสุรัสวตี เทวีแห่งวิชาอักษรศาสตร์ได้ประทับอยู่ภายใน พระโอษฐ์ของพระเจ้าภววรมันที่ 2 เช่นเดียวกับพระนางลักษมี ศักติของพระนารายณ์ เทวีแห่งโชคลาภและความมั่งคั่งได้ประทับแนบชิดพระอุระของพระเจ้าภววรมันที่ 2 ในความหมายแฝงพระเจ้าภววรมันที่ 2 เปรียบดังพระพรหม และพระนารายณ์ กล่าวคือ พระนางสุรัสวตีแสดงภาพให้เห็นถึงพระพรหมสถิตในพระโอษฐ์ของพระเจ้าภววรมันที่ 2 ส่วนพระนางลักษมีที่แนบชิด ณ พระอุระของพระเจ้าภววรมันที่ 2 แสดงให้เห็นว่าพระองค์เปรียบดังพระนารายณ์ ที่มีพระลักษมีชายาประทับอยู่แนบข้าง นอกจากนี้กวียังสดุดีพระเจ้าภววรมันที่ 2 โดยกล่าวถึงต้นวงศ์ที่สืบเชื้อสายจาก พระนางโสมา และกล่าวคือพระคุณสมบัติด้านปัญญาและความสง่างาม ดังนี้

โสมานฺวยนภสฺโสโม ยะ กลากานฺติสมฺปทา/
ริปุนารีมุขาพฺเชษุ กฺฤพาษฺปปริปฺตวะ //

คำแปล : พระองค์ทรงเป็นพระจันทร์กลางท้องนภา คือวงศ์ของพระนางโสมา ซึ่งทรงทำให้เกิดหยาดน้ำตาที่ท่วมท้นบนใบหน้ารูปดอกบัวของภรรยาข้าศึก ด้วยความบริบูรณ์แห่งความรู้และความสง่างาม

(***จารึกหันไชย:*** บทที่ 3 ด้านที่ 2)

จากเนื้อความที่ยกมา จะเห็นได้ว่า กวีเล่นเสียงโดยการใช้อลังการ ยมก ซ้ำเสียงของคำว่า โสมา กับ โสโม ความหมายแรกหมายถึง พระนางโสมา ซึ่งเป็นต้นวงศ์สายสตรีของพระเจ้าภววรมันที่ 2 ส่วนความหมายที่สองหมายถึง พระจันทร์ ส่วนอลังการที่เด่นมาก คือ รูปกะ กวียกย่องพระเจ้าภววรมันที่ 2 เป็นพระจันทร์ที่งดงามกลางท้องฟ้า คือ วงศ์ที่สืบเชื้อสายมาจากพระนางโสมา และใช้รูปกะ เปรียบใบหน้าภรรยาของข้าศึกเป็นดอกบัวที่อาบชุ่มด้วยหยาดน้ำตา เนื่องจากความโศกกำสรดที่สามีของตนถูกสังหารในสนามรบ เป็นการแฝงนัยทางอ้อมสดุดีพระเจ้าภววรมันที่ 2 ว่าทรงเป็นนักรบผู้พิชิตศัตรูทั้งหลาย อนึ่ง

ความหมายที่ว่าภรรยาข้าศึกมีน้ำตาอาบชุ่มบนใบหน้านั้น อาจสอดรับกับสิ่งที่กวียกย่องพระเจ้าภววรมันที่ 2 ว่าทรงมีความงามส่ง่าล้ำเลิศ กล่าวคือ น้ำตาที่นองใบหน้าภรรยาของข้าศึกนั้นเกิดจากความปีติยินดีในการประจักษ์พระรูปโฉมของพระเจ้าภววรมันที่ 2 นอกจากนี้กวียังกล่าวสดุดีถึงความงดงามบริบูรณ์ด้วยความรู้และความสง่างามของพระองค์ด้วย

2.2 จารึกปราสาทตาพรหมและจารึกปราสาทพระขรรค์ของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7

จารึกปราสาทตาพรหม และจารึกปราสาทพระขรรค์ เป็นจารึกในรัชสมัยของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 จารึกทั้งสองหลักมีเนื้อความคล้ายกัน กล่าวคือ มีบทนอบน้อมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในทางศาสนาพุทธ แสดงรายละเอียด เชื้อสายพระราชประวัติของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 พระราชกรณียกิจในทางศาสนาของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 และรายการสิ่งของที่อุทิศแด่ศาสนสถาน เนื้อความที่จารึกมี 4 ด้าน ด้านละ 72 บรรทัด แต่จารึกปราสาทตาพรหมในด้านที่ 4 มี 74 บรรทัด แต่งด้วยรูปแบบร้อยกรอง ภาษาสันสกฤต ใช้อักษรเขมรโบราณเช่นเดียวกัน (ประชุมจารึกภาคที่ 4, 2513, น.159-160) จารึกปราสาทตาพรหมพบที่ปราสาทตาพรหม ซึ่งพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ทรงสร้างอุทิศถวายพระมารดา คือ พระนางศรีชัยราชจูฑามณี ในตอนท้ายระบุชื่อผู้แต่งว่า เจ้าชายศรีสูรยกุมาร ส่วนจารึกปราสาทพระขรรค์ พบที่ปราสาทพระขรรค์ พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ทรงสร้างอุทิศถวายพระบิดา คือ พระเจ้าธรณีนทรวรมันที่ 2 ในตอนท้ายระบุชื่อผู้แต่งว่าเจ้าชายวีรกุมาร เนื่องจากเนื้อหาจารึกปราสาทตาพรหมและจารึกปราสาทพระขรรค์ในตอนต้นปรากฏตรงกัน ดังนั้นเนื้อหาของจารึกที่ยกมาอธิบายเพียงบางส่วนนี้ จึงแสดงอลังการในการสร้างสรรค์ความงามรูปแบบเดียวกัน ดังนี้

วาคีศฺวรีวาติศไยรฺคิรำ ยา
ธาตฺรีว ธฺฤตฺยา กมเลว กานฺตฺยา /
อรุนฺธตีวานวคีตวฺฤตฺตฺยา
ตฺยาคาทินา มูรฺตฺติมตีว ไมตฺตฺรี//

คำแปล : พระนางเปรียบดังพระนางสุรัสวตี เพราะความยอดเยี่ยมแห่งคำพูดทั้งหลาย เปรียบเหมือนแผ่นดินที่มีความหนักแน่น เปรียบเหมือนพระนางลักษมีเพราะมีความงดงาม เปรียบเหมือนพระนางอรุณธตี เพราะมีความประพฤติที่ไม่ตกต่ำลง เพราะการขับร้อง เปรียบเหมือนกับความเป็นมิตรเพราะมีรูปร่างเป็นคนด้วยการเสียสละ เป็นต้น

(***จารึกปราสาทพระขรรค์และจารึกปราสาทตาพรหม:*** บทที่ 12 ด้านที่1)

นับได้ว่าบทสรรเสริญพระนางศรีชัยราชจูฑามณีในโศลกนี้ ประกอบด้วยอลังการอุปมางดงามที่สุดบทหนึ่ง จะเห็นว่าเนื้อหาโศลกนี้ กวีกล่าวชื่นชมพระนางศรีชัยราชจูฑามณีโดยนำคุณลักษณะของสตรีในเทวปกรณัมที่เป็นต้นแบบแห่งจริยาคติอันไม่มีที่ติมากล่าวเปรียบเทียบดังจะเห็นได้ในการสรรเสริญพระคุณสมบัติของพระนางว่ามีความดีเลิศในทุกด้าน กวีใช้อลังการอุปมา ต่อเนื่องกันหลายนัย นัยแรกเปรียบเทียบพระนางว่ามีวาจาคมคายเหมือนกับพระนางสุรัสวตี พระเทวีผู้เป็นเจ้าแห่งวาทศิลป์ทั้งหลาย มีความหนักแน่นเหมือนกับแผ่นดิน คือ พระนางธรณี ผู้เป็นเทวีแห่งพื้นโลก พระนางมีรูปโฉมงดงามเหมือนกับพระนางลักษมี พระเทวีผู้มีสิริลักขณาเป็นเลิศ เปรียบเทียบบทบาทของ พระนางที่จงรักภักดีต่อพระราชสวามี เหมือนพระนางอรุณธตีผู้ซื่อสัตย์ต่อฤาษีวสิษฐ์ และเปรียบเทียบความมีไมตรีจิตของพระนางที่มีรูปร่างกลายเป็นคน ไม่เพียงแต่ความหมายจะลึกซึ้งเสียงของเสียงพยางค์ที่ซ้ำกันต่อเนื่อง เช่น ซ้ำเสียง /ว/ ในคำว่า วาคีศฺวรี วาติศไยรฺคิรำ ซ้ำเสียง /ธ/ ในคำว่า ธาตฺรีว ธฺฤตฺยา และซ้ำเสียง /ก/ ในคำว่า กมเลว กานฺตฺยา อนึ่ง ในบทที่กล่าวชื่นชมพระมารดาของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ดังกล่าวนี้เป็นการสื่อนัยความยิ่งใหญ่ของพระเจ้า ชัยวรมันที่ 7 อย่างไม่มีที่เปรียบด้วย เพราะพระมารดาของพระองค์นั้นเป็นสตรีที่เป็นเลิศในโลกมนุษย์ พระราชโอรสที่ถือกำเนิดมาย่อมมีความเป็นเลิศกว่าผู้ใดบนโลกมนุษย์ด้วย ในส่วนพระราชบิดาของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 คือ พระเจ้าธรณีนทรวรมันที่ 2 กวีกล่าวชื่นชมโดยใช้อลังการโดดเด่นไม่แพ้กัน ดังโศลกต่อไปนี้

ตโยสฺ ตนูโช มหิตทฺวิเชนฺโทฺร
ทฺวิเชนฺทฺรเวโค ทฺวิชราชกานฺตะ /

ทิกฺจกฺรวาโลตฺกฏกีรฺตฺติคนฺโธ
โย ธีศฺวรศฺ ศฺรีธรณีนฺทฺรวรฺมฺมา //

คำแปล : พระโอรสของคนทั้งสอง (พระเจ้าศรีมหีธราทิตยะและพระนางราชปตีนทรลักษมี) เป็นจอมแห่งพราหมณ์ที่คนนับถือแล้ว ผู้มีความรวดเร็วเหมือนพระยาครุฑ ผู้มีความงามเหมือนกับพระจันทร์ ผู้มีกลิ่นหอม คือ พระเกียรติยศ (ของพระองค์) ฟุ้งขจรทั่วทุกทิศ พระองค์เป็นพระเจ้าแผ่นดินที่ยิ่งใหญ่มีพระนามว่าศรีธรณีนทรวรมัน

(***จารึกปราสาทพระขรรค์และจารึกปราสาทตาพรหม:*** บทที่ 16 ด้านที่1)

กวียังคงใช้อลังการอุปมาชี้ให้เห็นความยิ่งใหญ่สมบูรณ์แบบของพระเจ้าศรีธรณีนทรวรมัน เพื่อยอพระเกียรติพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ในทางอ้อม เนื่องจากพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 มีพระราชบิดาที่สมบูรณ์แบบ กล่าวคือ กวีใช้ความเปรียบเพื่อสรรเสริญพระเจ้าศรีธรณีนทรวรมันว่าเหมือนกับพราหมณ์อันบุคคลบูชาสรรเสริญแล้ว แสดงให้เห็นว่าพระองค์ทรงมีความเคารพน่าเลื่อมใสอย่างยิ่ง ภาพลักษณ์ของพราหมณ์ยังแฝงความเป็นนักปราชญ์ ความเป็นผู้คงแก่เรียน มีความเชี่ยวชาญด้านพระเวท รอบรู้คัมภีร์ไสยศาสตร์อย่างลึกซึ้ง กวีได้กล่าวว่าพระเจ้าศรีธรณีนทรวรมันว่าพระองค์นั้นไม่ต่างจากพระยาครุฑที่มีความรวดเร็ว รวมทั้งแฝงถึงพละกำลังที่แข็งแกร่งเหมือนกัน ทั้งคุณสมบัติด้านพระรูปโฉมของพระองค์นั้นก็งดงามราวกับพระจันทร์ ขับเน้นพระเกียรติของพระเจ้าศรีธรณีนทรวรมัน อย่างหมดจดงดงาม ในเนื้อความจารึกปราสาทตาพรหมและจารึกปราสาทพระขรรค์ กวีกล่าวยกย่องพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 นั้นจะเห็นได้ชัดว่า กวีใช้คำศัพท์ให้ตีความหลายชั้น และสื่อความได้งดงามเพริศแพร้ว ดังที่ว่า

เอษา ศฺรีชยวรฺมฺมเทวนฺฤปตินฺ เททีปฺยมาเนาชสสนฺ
ตสฺมาท วีรมฺ อชีชนตฺ กฺษิติภฺฤชศฺ ศฺรีหรฺษวรฺมฺมาตฺมชา/
วฺรหฺมรฺเษรฺ อิว เทวราชมฺ อทิติรฺ เทวี สุธรฺมฺมาศฺริตมฺ
โคปฺตฺมฺ คำ ศฺตโกฏิเหติวิหตาราติปฺรวีรำ รเณ //

คำแปล : พระราชธิดาของพระเจ้าศรีหรษวรมันพระองค์นั้น ผู้ทรงให้กำเนิดพระเจ้า ศรีชยเทวะ (พระเจ้าชัยวรมันที่ 7) ผู้ทรงมีพลังปรากฏอย่างรุ่งเรือง ทรงมีความเก่งกล้า ผู้มีธรรมะเป็นที่อาศัย ทรงฆ่าแล้วซึ่งทหารชั้นยอดที่มีความเก่งกล้าในสงคราม ด้วยอาวุธจำนวน 100 โกฏิ เพื่อคุ้มครองแผ่นดินจากพระเจ้าแผ่นดินพระองค์นั้น (คือพระเจ้าธรณีนทรวรมัน) ผู้เปรียบประดุจพรหมฤาษี ทรงให้กำเนิดเทวราชราวกับนางอทิติเทวี ผู้มีรัศมีปรากฏรุ่งเรือง มีความอาจหาญ ผู้อาศัยอยู่ในเทวสภา คือ สุธรรมา ผู้ประหารทหารชั้นยอดของหมู่ศัตรูด้วยศตโกฏิ เพื่อรักษาสวรรค์ จากพรหมฤาษี

(***จารึกปราสาทพระขรรค์และจารึกปราสาทตาพรหม:*** บทที่ 18 ด้านที่1)

จะเห็นได้ว่าเนื้อความที่กวีกล่าวถึงพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ข้างต้นนี้ กวีใช้อลังการ เศลษะ สร้างความหมายของคำศัพท์ได้โดดเด่นมาก กวีเปรียบเทียบพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 มีความยิ่งใหญ่แบบเดียวกับพระอินทร์ คำศัพท์ที่ใช้สื่อความหมายจึงต้องตีความสองระดับ ศัพท์ที่ว่า วฺรหฺมรฺเษรฺ หากใช้ในการกล่าวอ้างถึงพระอินทร์ จะมีความหมายถึงพระกัศยปะ ตามความเชื่อของศาสนาพราหมณ์ถือว่าเป็นบิดาของพระอินทร์ ถ้าหมายถึงพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ศัพท์นี้จะมีความหมายถึงพระเจ้าธรณีนทรวรมันที่ 2 คือ มีสถานภาพประดุจพรหมฤาษี เช่นเดียวกับศัพท์ อทิติรฺ เทวี หากใช้กับพระอินทร์ จะมีความหมายตรงตามรูปศัพท์ คือ พระนางอทิติเทวี ซึ่งเป็นมารดาของพระอินทร์ ถ้าใช้สื่อถึงพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 จะมีความหมายถึงพระนางศรีชัยราชจูฑามณี ศัพท์ที่ว่า อราติปฺรวีรำ หากใช้ตามความรูปศัพท์มีความหมายว่า ทหารชั้นนำที่มีความเก่งกล้า แต่ในบริบทเนื้อความดังกล่าว พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ก็คือพระอินทร์บนสรวงสรรค์ ทหารที่มีความเก่งกล้า ต้องหมายถึงวฤตราสูร เพราะกวีกล่าวถึง ศฺตโกฏิ คืออาวุธที่พระอินทร์ใช้สังหารวฤตราสูร นัยเดียวกันนี้ พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ก็ใช้ อาวุธจำนวน 100 โกฏิสังหารข้าศึกอย่างราบคาบด้วย ส่วนศัพท์ สุธรฺมฺมาศฺริตมฺ หากใช้กับพระอินทร์ จะมีความหมายถึงเทวสภาอันเป็นสถานที่ประชุมที่มีพระอินทร์เป็นหัวหน้า ถ้าใช้สื่อถึงพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 จะมีความหมายถึงผู้ยึดถือธรรมะเป็นหลัก การใช้อลังการเศลษะในโศลกที่ 18 โดยสื่อความหมายซ้อนทับกันระหว่างภาพลักษณ์ของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 กับพระอินทร์นั้น เป็นกลวิธีการสื่อความหมายที่สัมพันธ์กับแนวคิดทางพระพุทธศาสนา

เนื่องจากพระอินทร์ที่ปรากฏในจารึกมีนัยผสมผสานระหว่างพระอินทร์ของพราหมณ์กับพระอินทร์ของพุทธ พระอินทร์ตามความเชื่อของพราหมณ์ กวีได้สื่อแนวคิดนี้ตั้งแต่การที่พระอินทร์ถือกำเนิดจากพรหมฤาษีและนางอทิติ การใช้อาวุธคือศตโกฏิสังหารวฤตราสูร แสดงภาพพจน์ความเก่งกล้าสามารถเป็นเลิศ ส่วนภาพแทนพระอินทร์ตามความเชื่อของพระพุทธศาสนา พระอินทร์ประทับอยู่ในสวรรค์มีเทวสถาน คือ สุธรรมาเป็นที่ประชุมหมู่เทวดา พระอินทร์ในศาสนาพุทธยึดถือธรรมะเป็นคุณธรรมหลัก เป็นไปได้ว่าในแง่พระคุณสมบัติเฉพาะของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ซึ่งมีความใส่พระราชหฤทัยในพระพุทธศาสนาอย่างลึกซึ้งนี้ กวีสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าวเช่นเดียวกับภาพลักษณ์ของพระอินทร์ในพระพุทธศาสนา เนื่องจากพระอินทร์ที่ปรากฏในวรรณคดีพระพุทธศาสนาเป็นผู้ฝักใฝ่ในทางธรรม (เกื้อพันธุ์ นาคบุปผา, 2520, น.204)

บทสรุป

จารึกภาษาสันสกฤตทั้งในประเทศอินเดียและกัมพูชามีลีลาการประพันธ์ในรูปแบบของอลังการอย่างหลากหลาย กวีสร้างคุณลักษณะของอลังการเพื่อกำหนดเป็นบรรทัดฐานความงามที่สร้างความลึกซึ้งของเสียงและความหมายอย่างประณีตลึกซึ้ง เนื้อความที่ปรากฏในจารึกมีความแพรวพราวด้วยจังหวะเสียงหรือศัพทาลังการ ทั้งการเล่นเสียง การซ้ำพยางค์ รวมทั้งการสร้างความลึกซึ้งของความหมายด้วยอรรถาลังการ คือ การตีความหมายหลายระดับ ความหมายที่แสดงจินตนาการน่ายกย่อง นอกจากนี้ กวียังใช้อลังการโดยอ้างถึงเทพมาเทียบเคียงกับคุณสมบัติความยิ่งใหญ่ของกษัตริย์ และใช้สภาวะธรรมชาติมาเป็นอลังการสร้างสีสันความมีชีวิตชีวา การศึกษาอลังการในจารึกภาษาสันสกฤตในอินเดียและกัมพูชา ช่วยขยายมุมมองเกี่ยวกับการศึกษาจารึก เห็นถึงความสามารถของกวีในการสร้างสรรค์อลังการอย่างโดดเด่น อลังการที่กวีเลือกสรรมาใช้นี้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสรรเสริญกษัตริย์ได้อย่างสมบูรณ์แบบ ทำให้เห็นความสามารถของกวีที่มีความรอบรู้เรื่องเทพปกรณัม ธรรมชาติอย่างงดงามลึกซึ้ง จารึกภาษาสันสกฤตในประเทศอินเดียและกัมพูชาจึงไม่ได้มีคุณค่าในฐานะกลุ่มข้อมูลปฐมภูมิทางประวัติศาสตร์หรือภาษาศาสตร์เชิงประวัติ ทว่ายังมีความโดดเด่นในด้านพลังวรรณศิลป์อย่างงดงาม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเนื้อที่จำกัดของบทความ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาจารึกภาษาสันสกฤตเพียงบางหลักเพื่อเป็นการชี้นำให้เห็นว่าจารึกภาษาสันสกฤตอีกหลายหลักยังมีความเหมาะสมที่จะนำหลักการอลังการมาวิเคราะห์ความงามได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งไปกว่านั้น การศึกษาอลังการในจารึกภาษาสันสกฤตยังเป็นการยืนยันว่าบรรทัดฐานความงามของอลังการเป็นปัจจัยสร้างสรรค์เนื้อความของจารึกที่ท้าทายต่อกาลเวลา สื่อพลังวรรณศิลป์ของอลังการข้ามยุคข้ามสมัยมาถึงผู้อ่านจารึกในยุคปัจจุบันอีกด้วย

บรรณานุกรม

กรมศิลปากร.(2513). *ประชุมจารึกภาคที่ 4.* กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.

กุสุมา รักษมณี. (2549). *การวิเคราะห์วรรณคดีไทยตามทฤษฎีวรรณคดีสันสกฤต.* กรุงเทพฯ : โครงการตำรา ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เกื้อพันธุ์ นาคบุปผา. (2520). *พระอินทร์ในวรรณคดีสันสกฤต บาลี และวรรณคดีไทย.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิรพัฒน์ ประพันธ์วิทยา. (2523). *จารึกภาษาสันสกฤตที่สำคัญในประเทศอินเดีย ระหว่าง ค.ศ.150-532.* กรุงเทพฯ : ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จิรพัฒน์ ประพันธ์วิทยา. (2530). อลังการ. *คีตวรรณกรรม.* กรุงเทพฯ: ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จิรพัฒน์ ประพันธ์วิทยา. (2544). คำบรรยายเรื่อง จารึกภาษาสันสกฤตในอินเดียและกัมพูชา. *ภาษา-จารึก 7.* กรุงเทพฯ: ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จิรพัฒน์ ประพันธ์วิทยา และอุเทน วงศ์สถิตย์. (2557). *การวิจัยจารึกปราสาทหันไชย.* กรุงเทพฯ: ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จำลอง สารพัดนึก. (2530). ประวัติวรรณคดีสันสกฤต.กรุงเทพฯ : ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บรรจบ บรรณรุจิ. (2555). ป*ระวัติศาสตร์อินเดียโบราณ.* กรุงเทพฯ : สุขภาพใจ.

ป.ส.ศาสตรี. (2550). *อลังการศาสตร์.* กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

ลัลนา ศิริเจริญ. (2524). *อลังการในมหาชาติคำหลวง.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต) กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันดี อิ่มสวาสดิ์. (2521). *พราหมณ์ในคัมภีร์พระไตรปิฎก* (วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิไลวรรณ ขนิษฐานันท์. (2537). ธรรมเนียมการจารึกเรื่องกษัตริย์อินเดีย ลังกา พม่า เขมรกับศิลาจารึกหลักที่ 1. *ภาษา-จารึก ฉบับ ภาควิชาภาษาตะวันออก 20 ปี* กรุงเทพฯ: ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Basham, A.L. (1971). *The wonder that was India.* Calcutta: Fontana Book.

Sircar, D. C. (1965). *Select Inscriptions Bearing on Indian History and Civilization,Vol 1.* Calcutta: University of Calcutta.

การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษาประเทศไทย

THE STUDY OF ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK CONDITIONS IN ENHANCING ENTREPRENEURIAL SOCIETY: A CASE STUDY OF THAILAND

วิเลิศ ภูริวัชร*
WilertPuriwat*
สุชาติ ไตรภพสกุล**
Suchart Tripopsakul**
ชาคริต พิชญางกูร***
Chakrit Pichyangkul***

* หัวหน้าภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
* Head of Marketing Department, Faculty of Commerce and Accountancy, Chulalongkorn University
* Email: wilert@cbs.chula.ac.th
** อาจารย์ประจำคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
** Lecturer of the School of Entrepreneurship and Management (BUSEM), Bangkok University
** Email: Suchart.t@bu.ac.th
*** อาจารย์อาวุโส สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
*** Senior lecturer, School of Management, Mah Fah Luang University
*** Email: Chakritp@me.com

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานผลการศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2558 และทำการศึกษาเปรียบเทียบระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนของประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มเอเชียจำนวน 8 ประเทศซึ่งเป็นสมาชิกของโครงการสำรวจสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก Global Entrepreneurship Monitor (GEM) อันได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เวียดนาม จีน และไต้หวัน โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิของโครงการ GEM ในส่วนการสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (National Expert Survey: NES) จำนวน 36 คนใน 9 สาขาธุรกิจของแต่ละประเทศ ซึ่งทำการสอบถามระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการ ผลการศึกษา ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนที่พร้อมสำหรับผู้ประกอบการในด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม และด้านการเปิดกว้างของตลาด โดยมีระดับการประเมินเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83 3.35 และ 3.15 ตามลำดับ นอกจากนี้ จากการเปรียบเทียบระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนของประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มเอเชียจำนวน 8 ประเทศ พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางการเงิน ด้านนโยบายของภาครัฐ ด้านมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ ด้านการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา และด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ อยู่ในช่วง 3 อันดับสุดท้ายจากการเปรียบเทียบในแต่ละมิติ ซึ่งเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนที่จำเป็นจะต้องได้รับการแก้ไขเพื่อที่จะส่งเสริมสังคมความเป็นผู้ประกอบการให้พัฒนาอย่างมั่นคงและยั่งยืนของประเทศไทย

คำสำคัญ: ปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการ โครงการสำรวจสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก เอเชีย

Abstract

The purposes of this paper are to study the level of Entrepreneurial Framework Conditions (EFCs) in enhancing Thai entrepreneurial society in 2016 and to compare with the secondary data of the levels of EFCs with 8 Asian GEM Member countries; namely, Malaysia, Indonesia, Philippines, Japan, South Korea, Vietnam, China, and Taiwan. This paper is utilized the GEM data in National Expert Survey (NES) part. The 36 experts in 9 business fields of each country were asked to evaluate the levels of EFCs of their countryside. The result of NES shows that three most readiness Entrepreneurial Framework Conditions (EFCs) in Thailand are physical infrastructure ($\overline{X}$ = 3.83), cultural and social norms ($\overline{X}$ = 3.35), and market openness respectively ($\overline{X}$ = 3.15). Furthermore, compared with other 9 countries, Thailand has consistently been ranked the third lowest in terms of Entrepreneurial Financial Support, Government Policy, Government Entrepreneurship Programs, R&D Transfer, and Physical Infrastructure factors are ranked third from the bottom. The results underline the fact that in order to enhance and achieve sustainability for Thai entrepreneurial society, these EFCs need to be further developed and improved.

Keywords: Entrepreneurial Framework Conditions, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Asia

ความเป็นมาและความสำคัญ

สังคมความเป็นผู้ประกอบการมีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ถือเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยอย่างยั่งยืน โดยจากรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี พ.ศ. 2558 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2558) ระบุว่าประเทศไทยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีจำนวนทั้งสิ้น 2,736,744 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.73 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ โดยเป็นจำนวนวิสาหกิจขนาดเล็ก (SE) มากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 2,723,932 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.26 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่ากับ 5,212,004 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.6 ของผลผลิตมวลรวมของประเทศ (Gross domestic product: GDP) นอกจากนี้ ยังก่อให้เกิดการจ้างงานรวม 10,501,166 คนหรือร้อยละ 80.30 ของการจ้างงานรวมทั้งหมดของประเทศ สำหรับการการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าเท่ากับ 1,917,817.12 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.25 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด

การพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการได้รับความสนใจจากนักนโยบายและนักวิชาการ โดยแนวคิดการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการในยุคปัจจุบันต่างยอมรับว่า ในการที่จะพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการอย่างยั่งยืนไม่สามารถที่จะมุ่งเน้นสนับสนุนเพียงภาคฝ่ายใดภาคฝ่ายหนึ่งเพียงจุดเดียว การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการเป็นระบบ (System) มากกว่าเป็นกระบวนการในลักษณะเชิงเส้นตรง (linear process) โดยคำว่า ระบบความเป็นผู้ประกอบการแห่งชาติ (National of Systems of Entrepreneurship) (Ace, Autio & Szerb, 2013) และระบบนิเวศน์ของการเกิดผู้ประกอบการ (Entrepreneurship ecosystem) (Zacharakis, Shepherd & Coombs, 2003; Napier & Hansen, 2011; Malecki, 2011; Kantis & Federico, 2012; Feld, 2012; Isenberg, 2011; Mason & Brown, 2013)เป็นแนวคิดที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยภาพรวมแล้วระบบนิเวศน์ของการเกิดผู้ประกอบการจะประกอบด้วยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลายภาคส่วน เช่น ผู้กำหนดนโยบาย ภาคเอกชน ภาคการศึกษา ภาคธนาคาร ภาคสนับสนุนด้านวิจัย อีกทั้งยังจำเป็นที่จะต้องพัฒนาส่วนเชื่อมโยงของแต่ละภาคฝ่ายให้สอดประสานไปในทิศทางเดียวกัน โดยแนวคิดของระบบนิเวศน์ทางธุรกิจ (Business Ecosystem) ถูกนำมาใช้ครั้งแรกในศาสตร์ทางด้านการบริหารธุกิจและการจัดการในบทความของ James F. Moore นักวิชาการชาวสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 1993 โดย Moore (1993) กล่าวว่า ระบบธุรกิจถูกสร้างขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคลบุคคลกับหน่วยธุรกิจ หน่วยธุรกิจกับกลุ่มธุรกิจ และกับปฏิสัมพันธ์ของหน่วยธุรกิจกับสิ่งแวดล้อม โดยสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) และรวมถึงกฎหมาย กฎระเบียบของภาครัฐในบริบทของการทำธุรกิจ ชุมชน ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง ระบบงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ รวมทั้งทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง เช่น แรงงาน วัตถุดิบ สินค้า บริการ และทรัพยากรอื่นๆ โดย Mason and Brown (2013) กล่าวว่า ประเทศที่มีระบบนิเวศน์ของการเกิดผู้ประกอบการที่มีความพร้อมมากกว่าจะส่งผลให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ซึ่งมีคุณภาพ เนื่องจากประชาชนภายในประเทศสามารถมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ อีกทั้งมีโอกาสในการเข้าถึงทักษะความสามารถที่จำเป็นต่อการเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งแหล่งเงินทุนที่จำเป็นต่อการเริ่มต้นธุรกิจในฐานะผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานภาพและระดับความพร้อมของปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยทั้ง 9 มิติตามแบบจำลองโครงการสำรวจสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM)

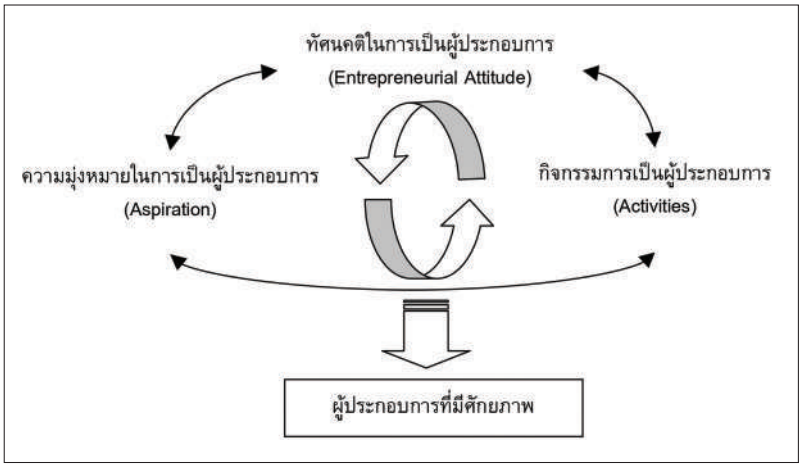
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพร้อมของปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการทั้ง 9 มิติของประเทศไทยกับกลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาและสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยให้เติบโตอย่างเข้มแข็งยั่งยืน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ระบบนิเวศน์ของการเกิดผู้ประกอบการ (Entrepreneurship ecosystem) และระบบความเป็นผู้ประกอบการแห่งชาติ (National Systems of Entrepreneurship)

ระบบนิเวศน์ของการเกิดผู้ประกอบการ (Entrepreneurship ecosystem) เป็นแนวคิดที่ได้รับการพัฒนาภายใต้สมมติฐานความเชื่อที่ว่าการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการจำเป็นระบบที่ประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและการเชื่อมโยงของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Mason & Brown, 2013) Isenberg (2011) ได้เสนอระบบนิเวศน์ความเป็นผู้ประกอบการโดยแบบจำลองได้แสดงถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Actors) บทบาท (roles) และความเชื่อมโยงของทั้ง 6 ภาคฝ่าย อันได้แก่ ด้านนโยบาย การเงิน วัฒนธรรม สนับสนุน ทรัพยากรมนุษย์ และตลาดในการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการ โดยระบบนิเวศน์ความเป็นผู้ประกอบการสามารถแยกย่อยไปได้ตามภาคอุตสาหกรรม (Sectoral) พื้นที่ (Regional) ในขณะที่ Ace, Autio, and Szerb (2013) เสนอแนวคิดระบบความเป็นผู้ประกอบการแห่งชาติ (National Systems of Entrepreneurship) โดยมองว่า การสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นประเทศจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงบริบท (Context) ภายในประเทศซึ่งมีลักษณะเป็นพลวัต (Dynamic) การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างแต่ละภาคฝ่ายมีความสำคัญยิ่งในการสร้างทัศนคติ (Attitude) ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Abilities) และความมุ่งหมาย (Aspiration) ที่จะเป็นผู้ประกอบการในกับประชาชน Ace, Autio, and Szerb (2013) มองว่าในการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการทั้งพิจารณาทั้งระดับมหภาค (Macro level) และระดับจุลภาค (Micro level)โดยแบบจำลองระบบความเป็นผู้ประกอบการแห่งชาติ ของ Ace, Autio, and Szerb (2013) แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ระบบความเป็นผู้ประกอบการแห่งชาติ (National Systems of Entrepreneurship) ของ Ace, Autio, and Szerb (2013)

แบบจำลองโครงการสำรวจสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (Global Entrepreneurship Monitor: GEM)

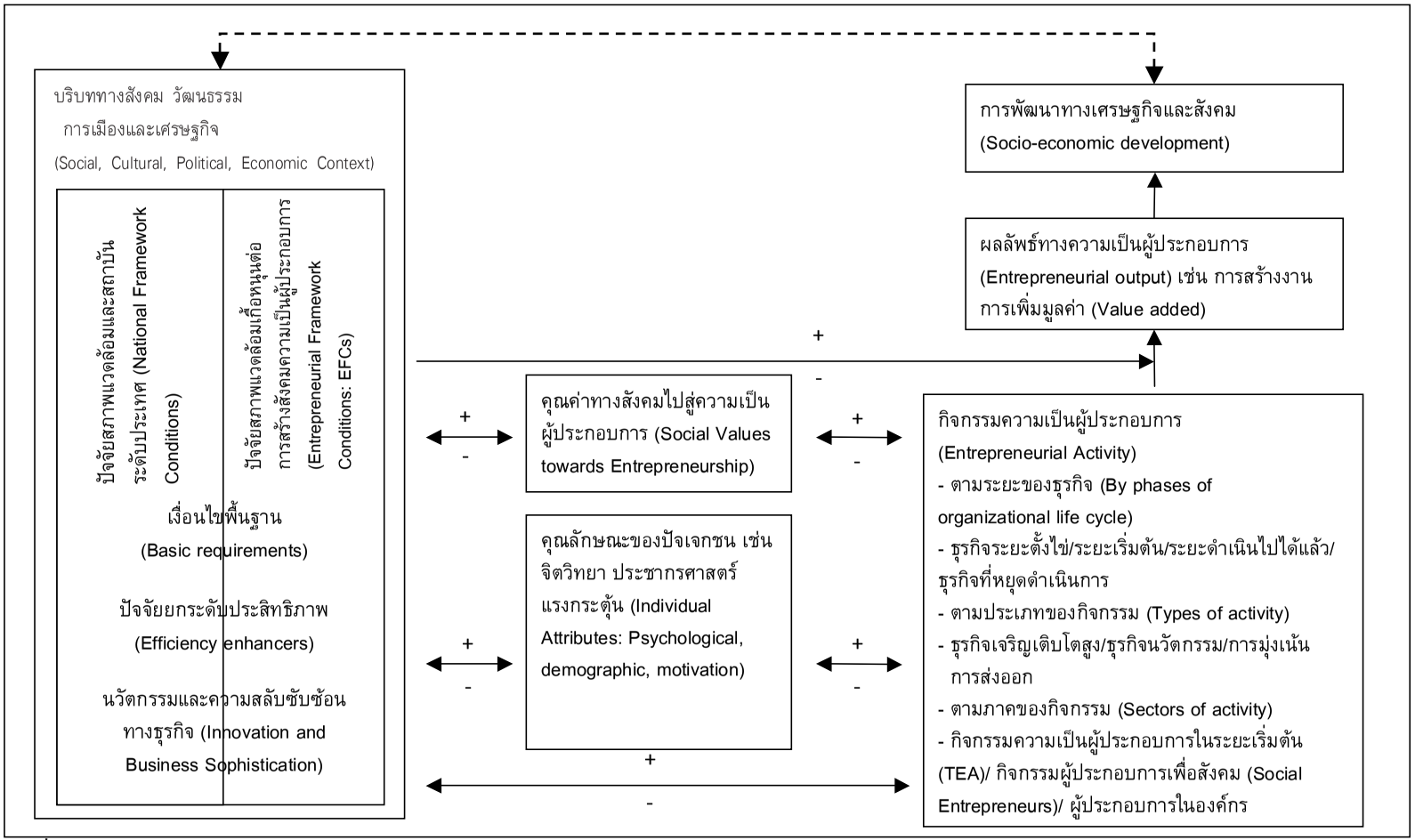
โครงการสำรวจสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (GEM) มีวัตถุประสงค์ (1) ต้องการศึกษาความแตกต่างของระดับสังคมกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในแต่ละประเทศทั่วโลก (2) ต้องการศึกษาระดับความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการและอัตราความเจริญเติบโต

ทางเศรษฐกิจของประเทศ และ (3) ต้องการศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการ โดยแบบจำลองของ GEM มีสมมติฐานว่าสังคมความเป็นผู้ประกอบการเกิดจากปัจจัยภายใน เช่น ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological factors) ที่ส่งผลกระตุ้นให้บุคคลต้องการเป็นผู้ประกอบการ และรวมถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุน (Entrepreneurial Framework Conditions: EFCs) ต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการ โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุน (EFCs) ถือเป็นสำคัญของระบบนิเวศน์ของการเกิดผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Ecosystem) ซึ่งเกี่ยวข้องกับทรัพยากรที่จำเป็นและรวมถึงองค์กรภาครัฐและเอกชนต่างๆ ซึ่งส่งเสริม สนับสนุนประชาชนในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ (Bosma, Jones, Autio & Levie, 2008) โดยการศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการจะใช้การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (National Expert Survey: NES) จำนวน 36 คนใน 9 กลุ่มสาขาธุรกิจโดยปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุน (EFCs) ทั้ง 9 มิติแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการทั้ง 9 มิติ

ปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุน (EFCs)	ความหมาย
การสนับสนุนทางการเงิน	การเข้าถึงและความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็น กองทุนหุ้นสามัญ เงินกู้เงินอุดหนุนจากภาครัฐ เงินทุนจากบุคคลทั่วไป (ที่ไม่ใช่ผู้ก่อตั้งบริษัท) กองทุนร่วมโดยนักลงทุน และการระดมทุนจากมหาชนเมื่อเข้าตลาดหลักทรัพย์ครั้งแรก (IPO)
นโยบายของภาครัฐ	การให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในนโยบายระดับชาติ และระดับท้องถิ่น ตลอดจนประสิทธิภาพของระบบราชการ กฎระเบียบต่างๆ และระบบภาษี ที่สามารถเอื้อประโยชน์และอำนวยความสะดวกแก่บริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต
มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ	การได้รับความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก จากมาตรการสนับสนุนธุรกิจที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตของภาครัฐอย่างทั่วถึง ทันท่วงที และมีประสิทธิผล
ด้านการศึกษาองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ	การส่งเสริมทักษะและความสนใจในการประกอบธุรกิจและการสร้างธุรกิจใหม่ของระบบการศึกษา ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา วิทยาลัย มหาวิทยาลัย (บริหารธุรกิจและการจัดการ) การศึกษาในสายอาชีพ และระบบการศึกษาต่อเนื่อง
การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา	การสนับสนุนจากรัฐบาล สถาบันวิทยาศาสตร์ และบริษัทร่วมทุน สำหรับธุรกิจที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโตในการเข้าถึงและการพัฒนางานวิจัยและเทคโนโลยีใหม่ๆ ตลอดจนการสนับสนุนบุคลากรสาขาวิทยาศาสตร์ในประเทศ (เช่น วิศวกร นักวิทยาศาสตร์ เป็นต้น)
การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ	ความสามารถในการเข้าถึงผู้รับเหมารายย่อย ผู้ผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชี กฎหมาย และที่ปรึกษาได้อย่างดี เพียงพอ และในราคาที่สามารถรับได้ ตลอดจนการบริการของธนาคารต่อบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต
การเปิดกว้างของตลาด	ความรวดเร็วในการเปลี่ยนแปลงการบริโภคภายในประเทศความยาก - ง่ายในการเข้าสู่ตลาดในประเทศ และการกีดกันทางการค้าภายในประเทศ
ระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ	ความสะดวกในการติดตั้ง ตลอดจนต้นทุนในการเข้าถึงสาธารณูปโภค และระบบติดต่อสื่อสารต่างๆ ของบริษัทที่จัดตั้งใหม่และกำลังเติบโต
ความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม	ทัศนคติของสังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อการยกย่องบุคคลที่ประสบความสำเร็จจากความพยายามของตนเอง การส่งเสริมให้บุคคลมีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ นวัตกรรม การพึ่งพาตนเอง ตลอดจนความแข็งแกร่งในการสร้างเครือข่ายของผู้หญิงในประเทศ

ที่มา: Reynolds, Bosma, Autio, Hunt, De Bono, and Servais (2005) อ้างอิงใน สุชาติ (2558) โดยสำหรับแบบจำลอง GEM ซึ่งแสดงถึงระบบนิเวศน์ในการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการแสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบจำลองโครงการสำรวจสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (Global Entrepreneurship Monitor: GEM)
ที่มา: Singer, Amorós, and Arreola (2015) อ้างอิงใน สุชาติ (2558)

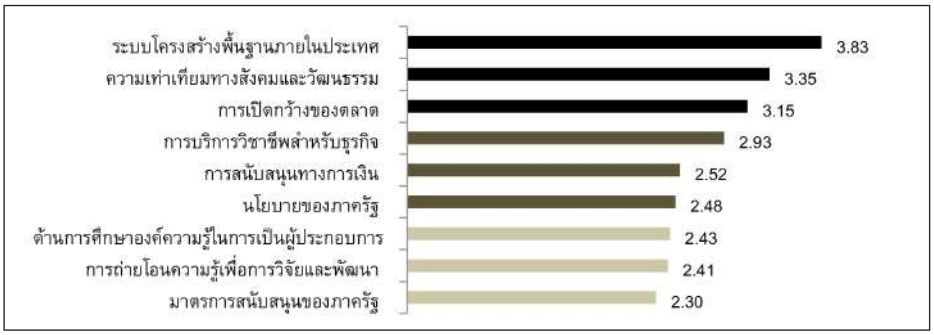
วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลการวิจัยจากโครงการสำรวจสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) ในปี พ.ศ. 2558 จากทั้งหมด 9 ประเทศ โดยสำหรับประเทศไทย คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ GEM และดำเนินการศึกษาโครงการดังกล่าวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 โดยสามารถมีสิทธิ์เข้าถึงและใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์เชิงวิชาการในประเทศไทยโครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและประเมินระดับความเป็นผู้ประกอบการของประเทศต่างๆทั่วโลก ตลอดจนประเมินระดับความเป็นสังคมผู้ประกอบการในประเทศทั้งในด้านทัศนคติ กิจกรรมและความมุ่งหมายของผู้ประกอบการนอกจากนี้ยังศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุน (EFCs) ต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการ โดยในส่วนการสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (NES) ต่อระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการของแต่ละประเทศในสาขาธุรกิจ 9 สาขา จำนวนสาขาละ 4 คน และมีผู้ประกอบการในแต่ละสาขาในการสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ สาขาละไม่ต่ำกว่า 1 คน รวมทั้งสิ้น 36 คน โดยผู้เชี่ยวชาญส่วนที่ทำงานในองค์กรภาครัฐและเอกชนจำนวน 27 คนเป็นผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป มีอายุการทำงานไม่ต่ำกว่า 10 ปี ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญ 9 คนเป็นผู้ประกอบการซึ่งดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 ปี โดยการสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (NES) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยใช้เวลาสัมภาษณ์แต่ละท่านประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที ถึง 2 ชั่วโมง โดยช่วงแรกของการสัมภาษณ์จะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงทัศนะถึงอุปสรรค ปัจจัยส่งเสริมและข้อเสนอแนะในการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศ หลังจากนั้นผู้วิจัยให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินระดับสถานภาพปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุน (EFCs) ทั้ง 9 มิติโดยใช้แบบสอบถามมาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert scale) 5 ระดับเป็นเครื่องมือวิจัย เพื่อแสดงความคิดเห็นว่า ไม่เห็นด้วย/เห็นด้วยกับความข้อความดังกล่าว ในการนี้ผู้เชี่ยวชาญการประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุน (EFCs) ต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยทั้ง 9 มิติ อันได้แก่ ด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ (5 ข้อคำถาม) การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ (5 ข้อคำถาม) เท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม (5 ข้อคำถาม) การเปิดกว้างของตลาด (6 ข้อคำถาม) แหล่งเงินทุนเพื่อประกอบธุรกิจ (6 ข้อคำถาม) นโยบายของภาครัฐ (7 ข้อคำถาม) มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ (6 ข้อคำถาม) การโอนถ่ายความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา (6 ข้อคำถาม) และการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ (6 ข้อคำถาม) รวมทั้งสิ้น 52 ข้อคำถาม

ผลการศึกษา

ภาพรวมปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2558

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (NES) จำนวน 36 คนใน 9 สาขาธุรกิจ โดยทำการสอบถามระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุน (EFCs) ต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการ 9 มิติ ตามแบบจำลองของ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) อันได้แก่ การสนับสนุนทางการเงิน นโยบายของภาครัฐ มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ การศึกษาองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาการบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ การเปิดกว้างของตลาดระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศและความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม สามารถสรุปได้ดัง ภาพที่ 3



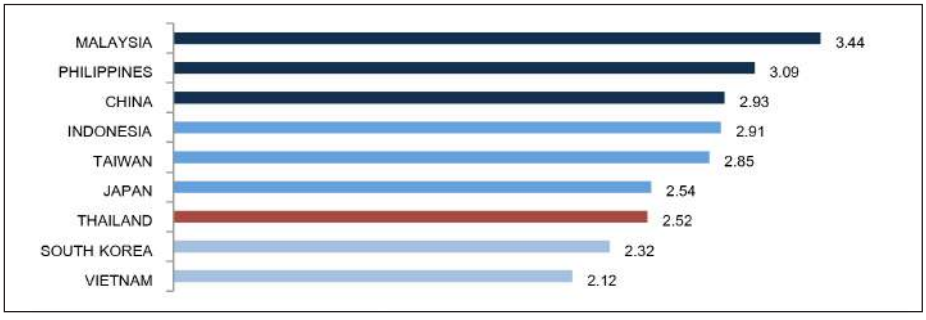
ภาพที่ 3 ระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2558

ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยมีระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุน (EFCs) ในด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศมากที่สุด (3.83) รองลงมาคือ ด้านความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม (3.35) และด้านการเปิดกว้างของตลาด (3.15) ตามลำดับ โดยจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุน (EFCs) ที่ได้รับคะแนนน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ (2.30) การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา (2.41) และด้านการศึกษาองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ (2.43)

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มประเทศในเอเชีย

เนื่องจากโครงการสำรวจสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก Global Entrepreneurship Monitor (GEM) เป็นโครงการที่มีประเทศสมาชิกกว่า 70 ประเทศทั่วโลก โดยในแต่ละปี คณะผู้วิจัยแต่ละประเทศจะศึกษาเชิงประจักษ์และเก็บข้อมูล โดยมีระเบียบวิธี (Protocol) อันเป็นมาตรฐานสากลเดียวกันจากทาง GEM (Bosma, Coduras, Litovsky & Seaman, 2012) เช่น ระเบียบวิธีวิจัยในลักษณะการวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เครื่องมือวิจัย อันประกอบด้วยชุดข้อแบบสอบถามที่วัดระดับปัจจัยเกื้อหนุนมิติต่างๆ รวมถึงข้อแนะนำในการสัมภาษณ์ เกณฑ์การสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) แบบกระจายกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ ซึ่งส่งผลให้ผลข้อมูลที่ได้จากโครงการ GEM สามารถเปรียบเทียบกันได้ในแต่ละประเทศ สำหรับระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุน (EFCs) ของประเทศไทยเมื่อทำการเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ด้านการสนับสนุนทางการเงิน

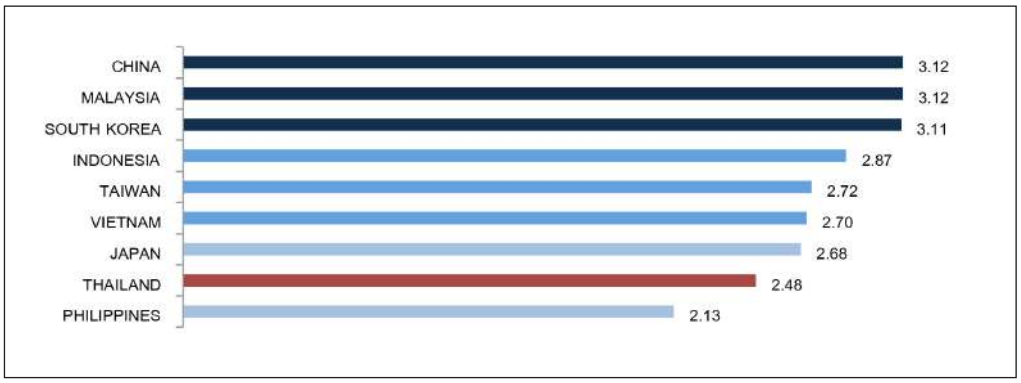


ภาพที่ 4 การเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการสนับสนุนทางการเงิน

จากภาพที่ 4 พบว่าประเทศที่มีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการสนับสนุนทางการเงินในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญแต่ละประเทศสูงที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มาเลเซีย (3.44) ฟิลิปปินส์ (3.09) และ

จีน (2.93) ตามลำดับ ขณะที่ประเทศไทยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการสนับสนุนทางการเงินอยู่ในอันดับที่ 7 จาก 9 ประเทศ โดยประเทศเวียดนาม (2.12) มีผลการประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการสนับสนุนทางการเงินต่ำที่สุด

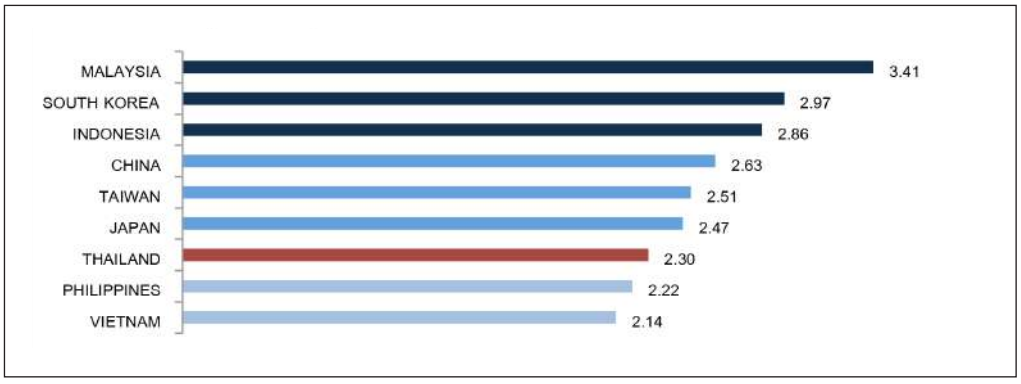
- ด้านนโยบายของภาครัฐ



ภาพที่ 5 การเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านนโยบายของภาครัฐ

จากภาพที่ 5 พบว่าประเทศที่มีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านนโยบายของภาครัฐในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญแต่ละประเทศสูงที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน (3.12) มาเลเซีย (3.12) และเกาหลีใต้ (3.11) ตามลำดับ ขณะที่ประเทศไทยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านนโยบายของภาครัฐอยู่ในอันดับที่ 8 จาก 9 ประเทศ โดยประเทศฟิลิปปินส์ (2.13) มีผลการประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านนโยบายของภาครัฐต่ำที่สุด

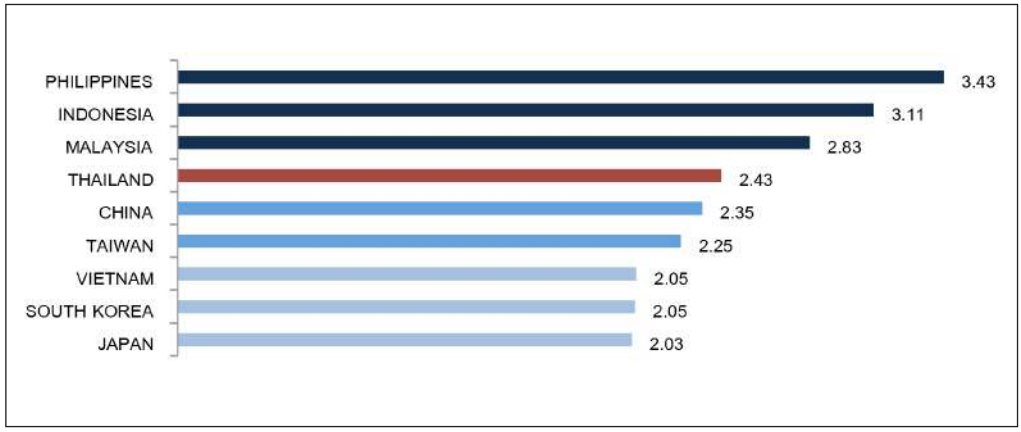
- ด้านมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ



ภาพที่ 6 การเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ

จากภาพที่ 6 พบว่าประเทศที่มีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านมาตรการสนับสนุนของภาครัฐในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญแต่ละประเทศสูงที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มาเลเซีย (3.41) เกาหลีใต้ (2.97) และอินโดนีเซีย (2.86) ตามลำดับ ขณะที่ประเทศไทยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านมาตรการสนับสนุนของภาครัฐอยู่ในอันดับที่ 7 จาก 9 ประเทศ โดยประเทศเวียดนาม (2.14) มีผลการประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านมาตรการสนับสนุนของภาครัฐต่ำที่สุด

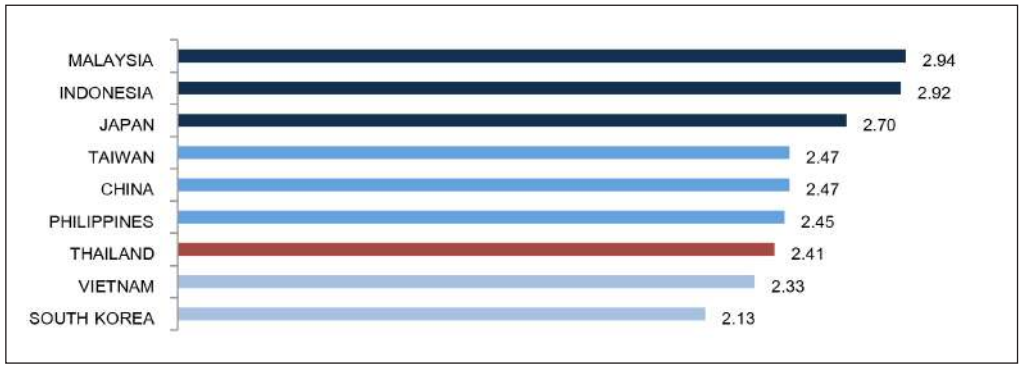
- ด้านการศึกษาองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ



ภาพที่ 7 การเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการศึกษาองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ

จากภาพที่ 7 พบว่าประเทศที่มีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการศึกษาองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญแต่ละประเทศสูงที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ฟิลิปปินส์ (3.43) อินโดนีเซีย (3.11) และมาเลเซีย (2.83) ตามลำดับ ขณะที่ประเทศไทยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการศึกษาองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในอันดับที่ 4 จาก 9 ประเทศ โดยประเทศญี่ปุ่น (2.14) มีผลการประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการศึกษาองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการต่ำที่สุด

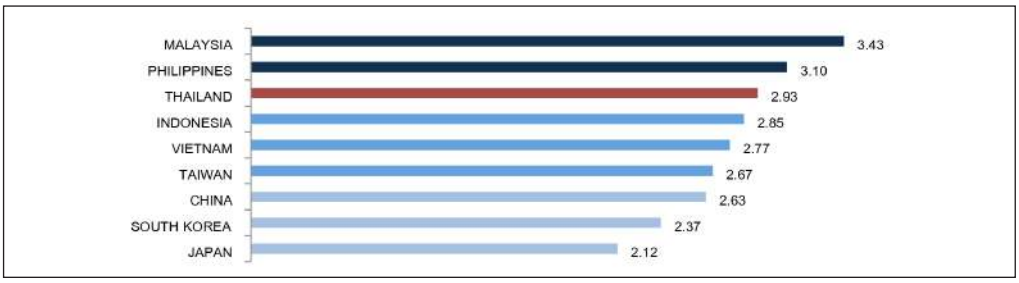
- ด้านการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา



ภาพที่ 8 การเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา

จากภาพที่ 8 พบว่าประเทศที่มีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญแต่ละประเทศสูงที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มาเลเซีย (2.94) อินโดนีเซีย (2.92) และญี่ปุ่น (2.70) ตามลำดับ ขณะที่ประเทศไทยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาอยู่ในอันดับที่ 7 จาก 9 ประเทศ โดยประเทศเกาหลีใต้ (2.14) มีผลการประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาต่ำที่สุด

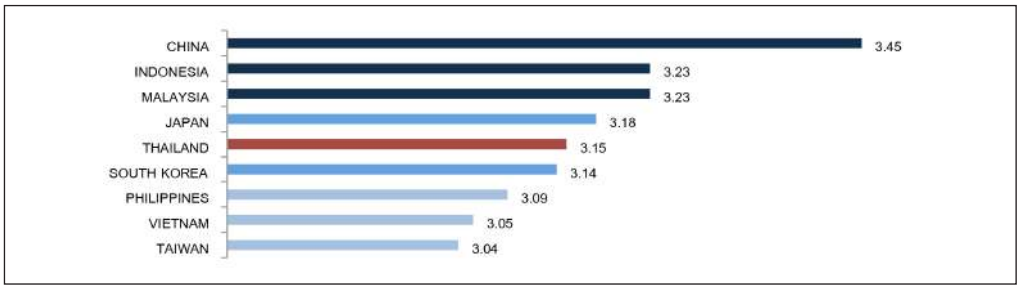
- ด้านการบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ



ภาพที่ 9 การเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ

จากภาพที่ 9 พบว่าประเทศที่มีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญแต่ละประเทศสูงที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มาเลเซีย (3.43) ฟิลิปปินส์ (3.10) และไทย (2.93) ตามลำดับ โดยประเทศญี่ปุ่น (2.12) มีผลการประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจต่ำที่สุด

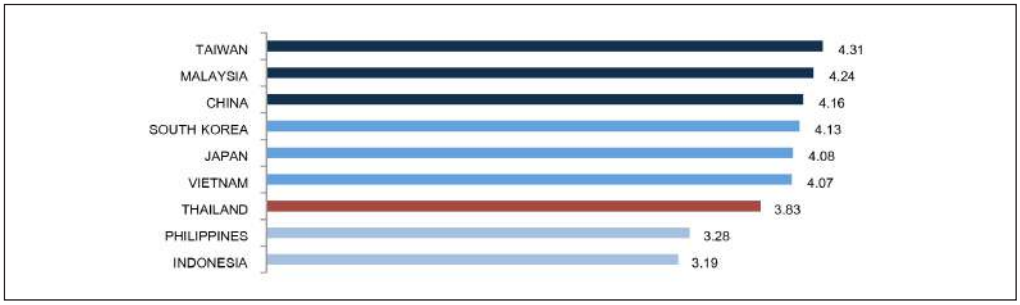
- ด้านการเปิดกว้างของตลาด



ภาพที่ 10 การเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการเปิดกว้างของตลาด

จากภาพที่ 10 พบว่าประเทศที่มีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการเปิดกว้างของตลาดในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญแต่ละประเทศสูงที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน (3.45) มาเลเซีย (3.23) และอินโดนีเซีย (3.23) ตามลำดับ ขณะที่ประเทศไทยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการเปิดกว้างของตลาดอยู่ในอันดับที่ 5 จาก 9 ประเทศ โดยประเทศไต้หวัน (3.04) มีผลการประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านการเปิดกว้างของตลาดต่ำที่สุด

- ด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ

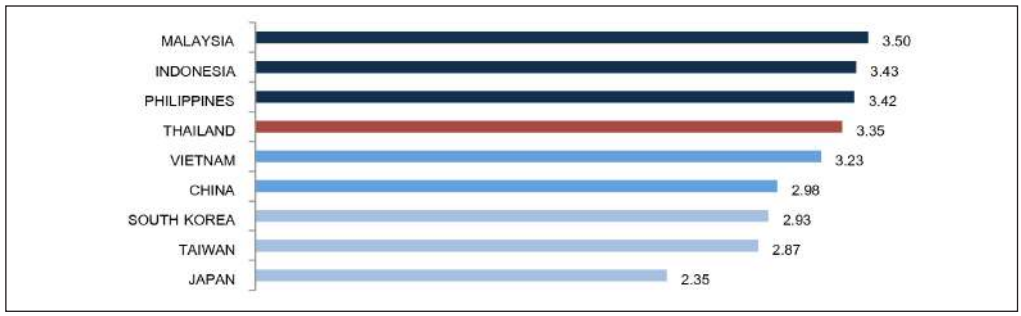


ภาพที่ 11 การเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ

จากภาพที่ 11 พบว่าประเทศที่มีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายใน

ประเทศในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญแต่ละประเทศสูงที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ไต้หวัน (4.31) มาเลเซีย (4.24) และจีน (4.16) ตามลำดับ ขณะที่ประเทศไทยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศอยู่ในอันดับที่ 7 จาก 9 ประเทศ โดยประเทศอินโดนีเซีย (3.19) มีผลการประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศต่ำที่สุด

- ด้านความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม



ภาพที่ 12 การเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม

จากภาพที่ 12 พบว่าประเทศที่มีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรมในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญแต่ละประเทศสูงที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มาเลเซีย (3.50) อินโดนีเซีย (3.43) และฟิลิปปินส์ (3.42) ตามลำดับ ขณะที่ประเทศไทยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรมอยู่ในอันดับที่ 4 จาก 9 ประเทศ โดยประเทศญี่ปุ่น (2.35) มีผลการประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนด้านความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรมต่ำที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

การพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการไทยอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีปัจจัยสภาพแวดล้อมที่คอยเกื้อหนุนให้ประชาชนไทยสามารถที่จะเป็นผู้ประกอบการได้จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ ด้านการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา และด้านการศึกษาองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนของประเทศไทยที่มีความพร้อมน้อยที่สุด นอกจากนี้ จากการเปรียบเทียบระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนของประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มเอเชียจำนวน 8 ประเทศ พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนทางการเงิน ด้านนโยบายของภาครัฐ ด้านมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ ด้านการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา และด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศอยู่ในช่วง 3 อันดับสุดท้าย ซึ่งสอดคล้องกับผลรายงานของ GEM Global report 2015/2016 (Kelly, Singer, & Herrington, 2016) และผลการสัมภาษณ์เชิงลึก NES ประจำปี พ.ศ. 2558 ของประเทศไทย ซึ่งรายงานเกี่ยวกับอุปสรรคด้านนโยบายของภาครัฐและการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยปัจจัยการผลิตและประสิทธิภาพ (Factor and Efficiency-Driven Economy) เช่น ประเทศไทยและหลายประเทศในทวีปเอเชีย โดยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญได้กล่าวถึงเรื่องอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับนโยบายภาครัฐ โดยแสดงความคิดเห็นว่า การบริหารจัดการเชิงนโยบายของภาครัฐยังคงขาดการบูรณาการร่วมกัน แม้ว่าปัจจุบันภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการ เช่น การจับคู่ธุรกิจ การจัดหลักสูตรอบรม การจัดตั้งศูนย์พัฒนาธุรกิจ เป็นต้น แต่การส่งเสริมดังกล่าวเป็นการส่งเสริมในระยะสั้นขาดการติดตามผลลัพธ์ในระยะยาว และขาดผู้ปฏิบัติที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาอย่างแท้จริง นอกจากนี้การส่งเสริมยังคงขาดความร่วมมือในระดับมหภาค โดยขาดความร่วมมือกันระหว่างกระทรวงต่างๆ อย่างเป็นระบบ ประเด็นถัดมา คือ เรื่องการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการ โดยกล่าวว่า

การพัฒนาผู้ประกอบการไม่ได้เป็นเป้าหมายหลักของการศึกษาไทย สถาบันการศึกษายังคงเน้นการผลิตบัณฑิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานมากกว่าการสร้างผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ระบบการศึกษาไทยไม่ได้ปลูกฝังทักษะความเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นการเรียนแบบท่องจำละเลยเรื่องการตั้งคำถามเชิงวิพากษ์ ตลอดจนไม่ได้ส่งเสริมการเรียนรู้ภายนอกห้องเรียน ส่งผลให้ผู้เรียนยังคงขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องด้วยตนเอง ผู้ประกอบการไทยจึงนิยมลอกเลียนแบบมากกว่า

การริเริ่มสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการใหม่ๆ ด้วยตนเอง อีกทั้งยังนิยมผลตอบแทนที่ได้มาในระยะสั้น และไม่นิยมพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาว สำหรับประเด็นด้านการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่า ประเทศไทยขาดการส่งเสริมให้นักวิจัยและอาจารย์มหาวิทยาลัยทำงานวิจัยซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการในรูปแบบจากหิ้งสู่ห้าง และขาดการสนับสนุนให้มีการทำวิจัยเชิงประยุกต์โดยนำปัญหาภาคธุรกิจมาเป็นโจทย์ในการพัฒนาโครงการวิจัย ขาดการสนับสนุนให้เกิดการประสานงานร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคธุรกิจในพื้นที่ในการทำวิจัยเชิงประยุกต์

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

โดยจากผลการศึกษาดังกล่าว ทางผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ (1) ผู้กำหนดนโยบายของรัฐควรมีการระดมความคิดจากทางผู้ประกอบการถึงข้อปัญหาและอุปสรรคที่ต้องการให้ทางภาครัฐช่วยเหลือเพื่อที่สามารถกำหนดมาตรการส่งเสริมทั้งในระยะสั้นและระยะยาวที่สามารถบรรเทาปัญหาของกลุ่มผู้ประกอบการ รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดเล็กให้สามารถเติบโตเป็นธุรกิจขนาดกลางหรือใหญ่ได้ในอนาคต นอกจากนี้มาตรการสนับสนุนของภาครัฐในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและย่อมจำเป็นที่จะต้องมีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น เช่น รายสาขาอุตสาหกรรม กลุ่มธุรกิจ รายภูมิภาค เป็นต้น (2) ภาครัฐควรที่จะมุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบด้วยการมุ่งเน้นนวัตกรรมผ่านการถ่ายโอนความรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจากหน่วยงานวิจัยต่างๆ เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ และเครือข่ายวิจัยของมหาวิทยาลัยต่างๆ โดยทิศทางของงานวิจัยของไทยควรวางเป้าหมายให้ตอบโจทย์ความต้องการของภาคเอกชนมากขึ้น (3) ส่งเสริมทักษะความรู้และทัศนคติในการเป็นผู้ประกอบการ โดยควรจะมีการการสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับการบ่มเพาะจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการและทักษะเบื้องต้นในการประกอบธุรกิจให้กับเยาวชนไทยตั้งแต่ระดับประถม มัธยมศึกษา นอกจากนี้ การอบรมความรู้ทักษะการเป็นผู้ประกอบการให้กับประชาชนไทยจำเป็นจะต้องทำอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมหลักสูตรการอบรมระยะสั้น เพื่อเพิ่มทักษะเฉพาะด้านโดยอาจเกี่ยวกับการศึกษาวิธีการเขียนแผนธุรกิจและนำเสนอแก่ธนาคารที่ต้องการกู้เงิน โดยอาจเน้นการประเมินโอกาสทางการเงิน ทางการตลาด ทางผลิตภัณฑ์และบริการ ทางคู่แข่งในอุตสาหกรรม และการประเมินความเสี่ยงของธุรกิจและวิธีการจดทะเบียนธุรกิจ

ข้อจำกัดการวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลจากโครงการ GEM ประจำปี พ.ศ. 2558 ในส่วนการสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (NES) ซึ่งผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ประเทศเป็นการประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญภายใต้บริบทในประเทศนั้นๆ ซึ่งแตกต่างกันไปตามทัศคติและความคาดหวัง รวมทั้งวัฒนธรรมของประเทศนั้น อย่างไรก็ตามผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญสามารถแสดงถึงมุมมองต่อจุดอ่อนและจุดแข็งของปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนแต่ละประเทศ ซึ่งสามารถเป็นแนวทางให้กับผู้กำหนดนโยบายในการวางแผนการพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป โดยข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต ผู้วิจัยอาจทำการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนโดยใช้ข้อมูลระยะยาวเพื่อศึกษาแนวโน้มการพัฒนาปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนในระยะยาว รวมทั้งการศึกษาเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศในทวีปอื่นๆ เช่น ยุโรป อเมริกาเหนือและใต้

บรรณานุกรม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.(2558). *รายงานสถานการณ์ SMEs ปี 2558*. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2558, จาก http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-smes-year/report-year/report-year-2558

สุชาติ ไตรภพสกุล. (2558). รายงานสถานภาพระดับความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยจากโครงการการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลกของ Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *วารสาร BU Academic Review, 14*(2), 50-68.

Ács, Z. J., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy, 43*(3), 476-494.

Bosma, N., Jones, K., Autio, E., & Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor 2007*. Babson College, London Business School, and Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

Bosma, N., Coduras, A., Litovsky, Y., & Seaman, J. (2012). *GEM Manual: A report on the design, data and quality control of the Global Entrepreneurship Monitor*. Global Entrepreneurship Research Association.

Feld, B. (2012). *Startup communities: Building an entrepreneurial ecosystem in your city*. John Wiley & Sons.

Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. *Presentation at the Institute of International and European Affairs.*

Kantis, H. D., & Federico, J. S. (2012). Entrepreneurial Ecosystems in Latin America: the role of policies. *International Research and Policy Roundtable (Kauffman Foundation), Liverpool, UK.*

Kelly, D., Singer, S., & Herrington, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Global Report 2015/2016,* Global Entrepreneurship Research Association.

Malecki, E. J. (2011). Connecting local entrepreneurial ecosystems to global innovation networks: open innovation, double networks and knowledge integration. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 14*(1), 36-59.

Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. *Final Report to OECD, Paris*.

Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard business review, 71*(3), 75-83.

Napier, G & Hansen, C (2011). Ecosystems for Young Scaleable Firms, FORA Group.

Zacharakis, A. L., Shepherd, D. A., & Coombs, J. E. (2003). The development of venture-capital-backed internet companies: An ecosystem perspective. *Journal of Business Venturing, 18*(2), 217-231.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ

FACTORS AFFECTING ENTREPRENEURIAL INTENTION OF UNDERGRADATE STUDENTS: A CASE STUDY OF BANGKOK UNIVERSITY

มารยาท โยทองยศ*
Marayat Yotongyos*
ทรงวาด สุขเมืองมา**
Songwad Sukmaungma**

* อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
* Fulltime Lecturer, Information Technology Department, School of Science and Technology, Bangkok University
* Email: marayat.y@bu.ac.th
** หัวหน้าภาควิชาการจัดการธุรกิจสายการบิน คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
** Chairperson, Airline Business Management, School of Humanities and Tourism Management, Bangkok University
** Email: songwad.s@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและบรรทัดฐานทางสังคมที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (1991) ใช้แบบสอบถามความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการที่พัฒนาจากแบบสอบถามความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของ Linan (2009) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 777 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี ซึ่งทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงที่สุดโดยมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม รองลงมาคือ บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการทางอ้อมผ่านทางทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และท้ายสุดคือการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

คำสำคัญ: ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ การส่งเสริมการเป็นประกอบการ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน นักศึกษาระดับปริญญาตรี การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

Abstract

This study investigates the effect of the factors; attitude toward entrepreneur, perceived behavioral control and the student's subjective norm on the bachelor degree students' entrepreneurial intention based on the theory of planned behavior approach developed by Ajzen (1991). Seven hundred and seventy seven (777) undergraduate students from Bangkok University were purposively selected for the study using Entrepreneurial Intention Questions (EIQ) used by Linan (2009) as instrument. The data were analyzed using the structural equation modeling (SEM). The finding showed that the attitude toward entrepreneur, perceived behavioral control and the student's subjective norm have an effect on the bachelor degree students' entrepreneurial intention. The most influential factor is the attitude toward entrepreneur which affects the bachelor degree students' entrepreneurial intention both directly and indirectly. In the following, the subjective norm has an indirect effect on entrepreneurial intention through attitude toward entrepreneur and perceived behavioral control. Finally, the perceived behavioral control has a direct effect on entrepreneurial intention.

Keywords: Entrepreneurial Intention, Enhancing Entrepreneurship, Theory of Planned Behavior, Undergraduate Students, Structural Equation Modeling

บทนำ

ผู้ประกอบการคือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่แสวงหาโอกาสใหม่ๆ ในการประกอบกิจการ โดยมีอิสระและความเสี่ยงในการประกอบการนั้น (ชูชัย สมิทธิไกร, 2548, น. 257) ผู้ประกอบการทำให้เกิดการจ้างงานและนวัตกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ จึงเป็นกลไกหลักในการฟื้นฟู เสริมสร้างและพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโต แก้ไขปัญหาความยากจน รวมทั้งพัฒนาสังคมของประเทศให้ดีขึ้น ผู้ประกอบการโดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศที่อย่างยั่งยืน (Kelley, Singer, & Herrington, 2016, pp. 7-9) ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (2557) ระบุว่าในปี พ.ศ. 2556 SMEs เป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญในทุกประเทศทั่วโลก โดยมีสัดส่วนการจ้างงานมากกว่าร้อยละ 50 ของการจ้างงานทั้งหมด สำหรับประเทศไทยมีการจ้างงานของ SMEs ถึงร้อยละ 80.4 ของการจ้างงานรวมทั้งหมดในประเทศ ซึ่งส่งผลทางตรงและทางอ้อมต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง อาทิ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนิเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี และสหรัฐอเมริกา SMEs สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจถึงร้อยละ 50 ของผลผลิตมวลรวมของประเทศ (GDP) สำหรับประเทศไทย SMEs สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจถึงร้อยละ 37 ของ GDP

การเป็นผู้ประกอบการมีความจำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนให้เกิดขึ้น นักวิชาการของไทยที่ผ่านมีความพยายามที่จะศึกษาปัจจัยมูลเหตุของการเป็นผู้ประกอบการทั้งด้านพฤติกรรม ทัศนคติ แรงจูงใจ (สุชาติ ไตรภพสกุล, 2558, น.78) และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (สุธีรา อะทะวงษา และสมบูรณ์วัลย์ สัตยารักษ์วิทย์, 2557) ซึ่งการศึกษาส่วนใหญ่กลุ่มประชากรเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีกิจการหรือริเริ่มต้นกิจการ อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการสามารถทำได้ตั้งแต่ยังไม่ได้เป็นผู้ประกอบการหรือกำลังศึกษาอยู่ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการในอนาคต ลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการสำหรับกลุ่มที่ยังไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ คือ ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial intention) เป็นความตระหนักและความมั่นใจของบุคคลว่ามีแนวโน้มที่จะสร้างกิจการและมีแผนที่จะทำกิจการนั้นในอนาคต (Thomson, 2009) รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นจึงมีความสำคัญ เนื่องจากความตั้งใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะทำในอนาคต (Ajzen, 1991)

การอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการทฤษฎีที่สำคัญ 2 ทฤษฎี ทฤษฎีแรกคือทฤษฎีสถานการณ์การประกอบการ (Entrepreneurial Event) ของ Shapero (1982) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจที่จะเปลี่ยนทิศทางการดำเนินชีวิตหรือแนวโน้มที่จะกระทำ (propensity to act) หรือการก่อตั้งธุรกิจของตนเอง จะถูกเร่งให้เกิดขึ้นโดยเหตุการณ์หรือความเปลี่ยนแปลงในชีวิตประจำวัน และขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัย คือ การรับรู้ความน่าปรารถนาของกระทำ (perception of desirability) และการรับรู้ความเป็นไปได้ (perception of feasibility) และทฤษฎีที่สอง คือ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการมี 3 ปัจจัย ได้แก่ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถต่อการเป็นผู้ประกอบการและบรรทัดฐานทางสังคม เมื่อพิจารณาความเหมาะสมกลุ่มที่ศึกษาจากสองทฤษฎี พบว่า TPB มีความเหมาะสมเนื่องจากทฤษฎีนี้ครอบคลุมปัจจัยทั้งภายในคือทัศนคติและการรับรู้ความสามารถต่อการเป็นผู้ประกอบการ และภายนอกคือ บรรทัดฐานทางสังคม จึงได้ถูกนำไปอธิบายเกี่ยวกับความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการในหลากหลายกลุ่ม อาทิ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาของประเทศโปตุเกส (Ferreira, Raposo, Rodrigues, Dinis, & Paco; 2012) นักศึกษาระดับปริญญาตรีของประเทศอังกฤษและสเปน (Linan, Nabi, & Krueger, 2013) นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของประเทศสเปน (Linan & Rodriguez-Cohard, 2015) บัณฑิตธุรกิจศึกษาของประเทศไนจีเรีย (Ogundipe, Kosile, Olaleye, & Ogundipe, 2012) ผลการศึกษาที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า ผลการศึกษาในบางกลุ่มสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แต่ก็มีบางกลุ่มที่ผลการศึกษาต่างไปจากทฤษฎี เช่น บรรทัดฐานทางสังคมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่

จะเป็นผู้ประกอบการ (Ferreira et al., 2012; Linan & Rodriguez-Cohard, 2015) นอกจากนี้ การศึกษาของ Ogundipe et al. (2012) พบว่ามีเพียงการรับรู้ความสามารถต่อการเป็นผู้ประกอบการเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น แม้ว่าทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้รับการสนับสนุนว่าสามารถใช้ในการอธิบายความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี แต่ถึงอย่างไรในบริบทแวดล้อมที่แตกต่างกันของกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ (Linan et al., 2013, p.77) จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการตรวจสอบการนำทฤษฎี TPB มาอธิบายความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการของผู้ที่กำลังศึกษาอยู่หรือนักศึกษา

สำหรับกลุ่มนักศึกษานั้น หน่วยงานที่ใกล้ชิดที่สุดก็คือสถาบันการศึกษาซึ่งถือเป็นภาคส่วนที่สำคัญในการสร้างและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการของประเทศ เนื่องจากสถาบันการศึกษามีส่วนในการบ่มเพาะบัณฑิตที่ให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการประกอบอาชีพภายหลังจากจบการศึกษา (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2558) มหาวิทยาลัยกรุงเทพเป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีค่านิยมในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาทั้งที่เป็นรูปธรรม คือ การเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneur) และนามธรรมคือ การมีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurial spirits) ทำให้นักศึกษาก้าวเป็นบัณฑิตที่มีความเป็นผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์ในอนาคต (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2559) ซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไป มหาวิทยาลัยกรุงเทพเปิดการเรียนการสอนทั้งระดับปริญญาตรี โท และเอก นักศึกษาในหลักสูตรระดับปริญญาตรีถือเป็นคนกลุ่มใหญ่ของมหาวิทยาลัย (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2559) ดังนั้นการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการจึงควรเน้นนักศึกษากลุ่มนี้เพื่อสะท้อนค่านิยมของมหาวิทยาลัยได้อย่างชัดเจน

การศึกษาครั้งนี้จึงทำการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและบรรทัดฐานทางสังคมที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ผลของงานวิจัยนี้จะเป็นแนวทางในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและบรรทัดฐานทางสังคมที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำนายพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต (Ajzen, 1991; Ferreira et al., 2012; Linan et al., 2013; Linan & Rodriguez-Cohard, 2015; Ogundipe et al., 2012) แบบจำลองที่ใช้ในการอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในการวิจัยคือ ทฤษฎี TPB ของ Ajzen (1991) กล่าวว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างกิจการใหม่ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งความหมายของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ และความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention: EI) คือ เป็นความตระหนักและความมั่นใจของบุคคลว่ามีแนวโน้มที่จะสร้างกิจการและมีแผนที่จะทำกิจการนั้นในอนาคต (Thomson, 2009) ถือเป็นขั้นแรกของการเริ่มต้นสร้างธุรกิจเนื่องจากความตั้งใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะทำในอนาคต (Ajzen, 1991) การวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสามารถวัดได้หลายลักษณะ เช่น อาจวัดด้วยคำถามเดียวเกี่ยวกับความสนใจที่จะสร้างกิจการของตนเอง หรือโอกาสที่จะสร้างกิจการของตนเองใน

อนาคตระยะสั้นหรือระยะยาว (Gurel, Altinay, & Daniele, 2010, p.665) และยังการวัดที่ประกอบด้วยหลายข้อคำถามประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ ความปรารถนา (desire) การคาดการณ์เกี่ยวกับตนเอง และความตั้งใจจะปฏิบัติ (Linan & Chen, 2009, p.600) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Personal attitude: PA) คือ ระดับความรู้สึกนึกคิดทางบวกหรือทางลบและการประเมินข้อดีและข้อเสียของการเป็นผู้ประกอบการ (Ajzen, 1991; Linan & Chen, 2009, p.596) การวัดทัศนคติประกอบด้วยการวัดความรู้สึกที่มีต่อการประกอบการ และการเห็นประโยชน์ของการเป็นผู้ประกอบการ (Linan & Chen, 2009, p.596) ตามทฤษฎีของ TBP กล่าวว่า บุคคลที่มีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการจะมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า (Heuer & Linan, 2013; Linan et al., 2013; Linan & Rodriguez-Cohard, 2015)

บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective norm: SN) คือ การวัดการรับรู้แรงกดดันจากสังคมต่อการเป็นหรือไม่เป็นผู้ประกอบการ (Ajzen, 1991) ในทางปฏิบัติจะหมายถึงการรับรู้ว่าบุคคลอื่นที่มีความสำคัญหรือใกล้ชิด เช่น พ่อแม่ เพื่อน เป็นต้น มีความคิดเห็นและการสนับสนุนเมื่อตัดสินใจจะเป็นผู้ประกอบการ (Linan & Chen, 2009, p.596) เมื่อบุคคลรับรู้ว่าบุคคลอื่นที่มีความสำคัญกับตน เช่น พ่อแม่ เพื่อนเห็นด้วยหรือสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการ บุคคลนั้นจะมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า (Heuer & Linan, 2013)

การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Perceived behavioural control: PBC) คือ การรับรู้ของบุคคลว่ายากหรือง่ายที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับการรับรู้ประสิทธิภาพแหล่งตนของ (Bandura, 1997) และการรับรู้ความเป็นไปได้ (perception of feasibility) ของ Shapero (1982) ซึ่งทั้ง 3 แนวคิดเป็นการอ้างถึงศักยภาพที่จำเป็นที่จะทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายการสร้างกิจการของตนเอง การวัดตัวแปรนี้จึงประกอบด้วยความรู้สึกว่ามีความสามารถ และการรับรู้ว่าสามารถควบคุมพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องได้ ประกอบด้วยการรับรู้ความสามารถ ความรู้ ความพร้อม และความพยายามที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจของบุคคล (Linan & Chen, 2009, p.596) การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญกับผู้ประกอบการเนื่องจากผู้ประกอบการ เนื่องจากคนที่มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูงจะมีความอดทนต่อปัญหาที่เกิดขึ้น และมีความสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จของธุรกิจ (Hmieleski & Baron, 2008)

ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎี TPB (Ajzen, 1991) ตามการประยุกต์ใช้โดย Ferreira et al., (2012) เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) และบรรทัดฐานทางสังคม(SN) มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (EI) และปัจจัยทั้ง 3 ตัวมีอิทธิพลต่อกัน คือ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) และบรรทัดฐานทางสังคม(SN) มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) ส่วนบรรทัดฐานทางสังคม (SN) มีอิทธิพลทางบวกต่อทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) นอกจากนี้ บรรทัดฐานทางสังคม (SN) และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) อาจส่งผลทางอ้อมทางบวกไปยังความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI) ด้วย จากแนวคิดข้างต้นสามารถตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H1: การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

H1a: การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H1b: บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H1c: ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H2: ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการและบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

H2a: ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ

H2b: บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ

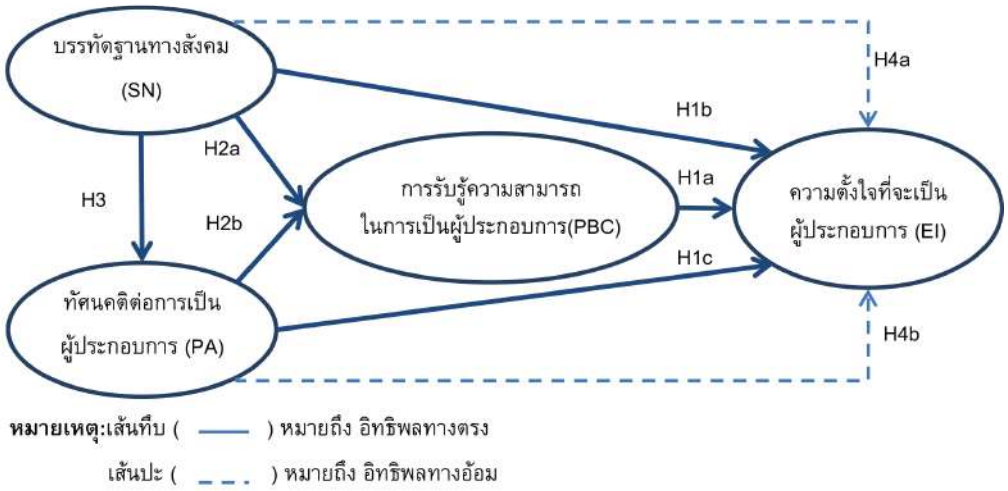
H3: บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ

H4: ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

H4a: บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมทางบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

H4b: ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงสาเหตุ (Causal Research) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคมที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ประชากรและตัวอย่าง การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยกรุงเทพที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2558 ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 700 ตัวอย่าง ซึ่งพิจารณาจากวิธีการที่ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ที่พิจารณาขนาดตัวอย่างจาก 10 เท่าของจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าตามเกณฑ์ 5 - 10 เท่าของ Kline (2011, p.31) แบบจำลองที่ใช้เป็นกรอบในการวิจัยมีพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่า ประมาณ 70 ตัว และดำเนินการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling)

2. การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่พัฒนาจากแบบวัดความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Intention Questionnaire: EIQ) ของ Linan and Chen (2009) มีข้อคำถามทั้งหมด 32 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) ภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อสอบถามเพศ อายุ อาชีพของบิดา มารดา คณะวิชา ชั้นปี ประสบการทำงานเป็นลูกจ้างและทำงานอิสระ ประกอบด้วย

ข้อคำถามแบบเลือกรายการ (check list) มีจำนวน 9 ข้อ 2) ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 6 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบประเมินค่า 7 ระดับ คือ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตัวอย่างข้อคำถาม "ฉันพร้อมที่จะทำทุกอย่างเพื่อจะได้เป็นเจ้าของกิจการ" 3) ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 5 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบประเมินค่า 7 ระดับ คือ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตัวอย่างข้อคำถาม "การเป็นเจ้าของกิจการมีข้อดีกับฉันมากกว่าข้อเสีย" 4) บรรทัดฐานทางสังคม จำนวน 6 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบประเมินค่า 7 ระดับ คือ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตัวอย่างข้อคำถาม "ความคิดเห็นต่อการทำกิจการส่วนตัวของคนในครอบครัว" และ 5) การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 6 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบประเมินค่า 7 ระดับ คือ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตัวอย่างข้อคำถาม "ฉันสามารถควบคุมขั้นตอนในการก่อตั้งกิจการ" การได้คะแนนสูงในข้อคำถามส่วนที่ 2 ถึง 5 แสดงถึงการมีระดับของลักษณะตัวแปรนั้นๆ สูง

ผู้วิจัยมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัดที่กำหนดขึ้น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) ความเที่ยงตรง (validity) และ 2) ความเชื่อมั่น (Reliability) ผลการตรวจสอบมีดังนี้

1) ความเที่ยงตรง (validity) มีการพิจารณา 2 ลักษณะ ประกอบด้วย 1) ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และ 2) ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) ผลการตรวจสอบดังนี้

1.1) ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เป็นการตรวจสอบว่าข้อคำถามแต่ละข้อได้ถามหรือวัดได้ตรงและครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัด การตรวจสอบโดยใช้ดุลยพินิจทางวิชาการของผู้เชี่ยวชาญประกอบกับค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item objective congruence: IOC) ผลการตรวจสอบพบว่า เครื่องมือวัดทุกตัวแปรมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เนื่องจากค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67- 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.6 (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2552)

1.2) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง เป็นการตรวจสอบว่าเครื่องมือวัดตัวแปรที่ใช้สามารถวัดคุณลักษณะหรือพฤติกรรมตามแนวคิด Hair, Hult, Ringle, and Sarstedt (2013, pp.95-117) ที่ได้เสนอการพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเครื่องมือวัด ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้า (convergent validity) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (discriminant validity) สามารถตรวจสอบได้ดังนี้

ความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้า เป็นการตรวจสอบว่าข้อคำถามของตัวแปรนั้นอธิบายความแปรปรวนร่วมได้สูง สามารถตรวจสอบได้จาก 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถาม เป็นค่าที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามกันตัวแปรแฝงนั้น ที่ควรมากกว่า 0.7 (Hair et al., 2013, p.107) และ 2) ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยของตัวแปร (Average Variance Extracted: AVE) ควรมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ผลการตรวจสอบพบว่าเครื่องมือวัดทุกตัวแปรมีความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้าเนื่องจากเครื่องมือวัดตัวแปรทุกตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถามมากกว่า 0.7 และ AVE อยู่ระหว่าง 0.775 ถึง 0.910 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังตารางที่ 1

ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก เป็นการตรวจสอบว่าเครื่องมือวัดตัวแปรนั้นสามารถแยกออกจากตัวแปรอื่นได้อย่างชัดเจน Hair et al. (2013, p.107) แนะนำวิธีการตรวจสอบพิจารณาจากค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ของแต่ละตัวแปรควรสูงกว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นกับตัวแปรอื่นตามเกณฑ์ของ Fornell and Larcker (1981) ผลการตรวจสอบพบว่าเครื่องมือวัดทุกตัวแปรมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก เนื่องจากมีค่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.880 ถึง 0.990 สูงกว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นกับตัวแปรอื่น ดังตารางที่ 1

2) ความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นการตรวจสอบว่าเครื่องมือวัดตัวแปรนั้นมีความคงเส้นคงวาในการวัด พิจารณาได้จากค่าความเชื่อมั่นประกอบ (Composite Reliability: CR) วิธีการนี้ให้ค่าน้ำหนักของข้อคำถามในการหาความเชื่อมั่นตามความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงซึ่งจะดีกว่าการใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาที่ให้ค่าน้ำหนักของข้อคำถามเท่ากัน การหาความเชื่อมั่นโดยใช้ความเป็นเอกพันธ์ภายในค่าที่เหมาะควรมีค่ามากกว่า 0.7 (Barclay, Higgins & Thomson, 1995) ผลการตรวจสอบพบว่าเครื่องมือวัดตัวแปรทุกตัวมีความเชื่อมั่นเนื่องจากมีค่า CR อยู่ระหว่าง 0.954 ถึง 0.984 สูงกว่า 0.7 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยของตัวแปร (AVE) เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงและค่ารากที่สองของ AVE และค่าความเชื่อมั่นประกอบ (CR)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	AVE	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์				CR
			EI	PCS	SN	PA	
ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI)	0.89-0.97	0.910	**0.954**				0.984
การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC)	0.83-0.97	0.844	0.645**	**0.919**			0.970
บรรทัดฐานทางสังคม (SN)	0.82-0.90	0.775	0.518**	0.411**	**0.880**		0.954
ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA)	0.70-0.99	0.906	0.692**	0.421**	0.545**	**0.990**	0.980

หมายเหตุ:** $p < 0.01$, ค่าในแนวทแยงคือ ค่ารากที่สองของ AVE ของแต่ละตัวแปร ($\sqrt{AVE}$)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ติดต่อขอความร่วมมือกับอาจารย์แต่ละคณะ และดำเนินการเก็บข้อมูล 2 ลักษณะ คือ1) ฝากแบบสอบถามให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบดำเนินการเก็บข้อมูลให้ และ 2) ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้นักศึกษาตอบใช้เวลาประมาณ 5 นาที ผู้วิจัยรับคืนและตรวจสอบความถูกต้อง ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 1,000 ชุด ได้รับคืนและสมบูรณ์ จำนวนทั้งหมด 777 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 77.7

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย การบรรยายลักษณะของตัวแปร และการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ รายละเอียดดังนี้

1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเครื่องมือในการวิจัยด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis)

2) การบรรยายลักษณะของข้อมูล ด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับแบบวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคม มีเกณฑ์การแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ช่วง (ระดับต่ำ คือ คะแนนเฉลี่ย 1-3 คะแนน ระดับปานกลาง คือ คะแนนเฉลี่ย มากกว่า 3 ถึง 5 คะแนน และระดับสูง คือ คะแนนเฉลี่ย มากกว่า 5 ถึง 7 คะแนน)

3) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ สถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น โดยมีเกณฑ์การพิจารณาความเหมาะสมประกอบ 4 ประเภท ตามเกณฑ์ของ Schumacker and Lomax (2004, pp.85-91)ได้แก่ 1) อัตราส่วน Chi-square กับองศาอิสระ (χ^2/df) น้อยกว่า 5 2) ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) น้อยกว่า 0.07 3) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of fit index, GFI) และ 4) ระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker and Lewis (Trucker Lewis Index : TLI) ควรมากกว่า 0.9

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ลักษณะตัวอย่างและตัวแปรในการวิจัย และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ รายละเอียดมีดังนี้

ลักษณะตัวอย่างและตัวแปรในการวิจัย

ลักษณะของนักศึกษาตัวอย่างเป็นหญิง ร้อยละ 56.2 และชายร้อยละ 42.1 อายุอยู่ระหว่าง 18 ถึง 22 ปี ร้อยละ 90.0 ศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจและมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยวร้อยละใกล้

เคียงกันคือ 39.1 และ 38.0 ตามลำดับ ส่วนที่เหลือเป็นคณะอื่นๆ บิดาหรือมารดาประกอบอาชีพเจ้าของกิจการร้อยละ 63.8 และนักศึกษามีประสบการณ์ทำงานร้อยละ 30.1

นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยกรุงเทพมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการระดับสูง ค่าเฉลี่ย 5.403 คะแนน ซึ่งถือว่าอยู่ระดับสูง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีระดับสูงที่สุดคือ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งจัดอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.909 และ 5.534 คะแนน ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.480 คะแนน การศึกษาพบว่านักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง อาจเนื่องมาตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจและคณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ นอกจากนี้ อาชีพของบิดามารดายังเกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าของกิจการอีกด้วย ส่วนการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการที่นักศึกษามีความเห็นว่าตนเองยังมีความสามารถอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องจากนักศึกษาเห็นว่าตนเองกำลังอยู่ในช่วงเวลาที่กำลังแสวงหาความรู้และหาประสบการณ์ที่จะใช้ในการดำเนินกิจการหรือเป็นผู้ประกอบการต่อไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) พบว่าข้อมูลจากตัวอย่างสอดคล้องกับแบบจำลองตามทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งพิจารณาจากค่าไคสแควร์ = 879.23 องศาอิสระ = 214 (χ^2/df) = 4.10 RMSEA = 0.063 GFI = 0.911 และ TLI = 0.982 เป็นไปตามเกณฑ์ความเหมาะสมที่กำหนด เมื่อพิจารณาสมมติฐานการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาพบว่า สมมติฐานการวิจัยเกือบทุกข้อได้รับการสนับสนุนจากข้อมูลตัวอย่าง H1aและ H1c ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI) ได้รับอิทธิผลจากการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) ตามลำดับ (สัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.415 และ 0.547 ตามลำดับ) ยกเว้น สมมติฐาน H1b : ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI) ได้รับอิทธิผลจากบรรทัดฐานทางสังคม (SN) ซึ่งแสดงว่าบรรทัดฐานทางสังคมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ความแปรผันของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอธิบายได้ด้วยปัจจัย 3 ตัวนี้ได้ร้อยละ 48.5 นอกจากนี้ ปัจจัยทั้ง 3 ตัวมีความสัมพันธ์กันคือ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PBC) ได้รับอิทธิพลจากทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) และบรรทัดฐานทางสังคม (SN) (สัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.169 และ 0.390 ตามลำดับ) ความแปรผันของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอธิบายได้ด้วยปัจจัย 3 ตัวนี้ได้ร้อยละ 38.2 และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) ได้รับอิทธิพลจากบรรทัดฐานทางสังคม(SN) (สัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.546) ความแปรผันของความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอธิบายได้ด้วยปัจจัย 3 ตัวนี้ได้ร้อยละ 54.6 ดังตารางที่ 2 และภาพที่ 2

เมื่อพิจารณาเพิ่มเติมอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SN) และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) พบว่ามีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (EI) (สัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.457 และ 0.162 ตามลำดับ) ดังนั้น เมื่อรวมอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมเป็นอิทธิพลรวมพบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมาคือ บรรทัดฐานทางสังคม (SN) (สัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.710 และ 0.485 ตามลำดับ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

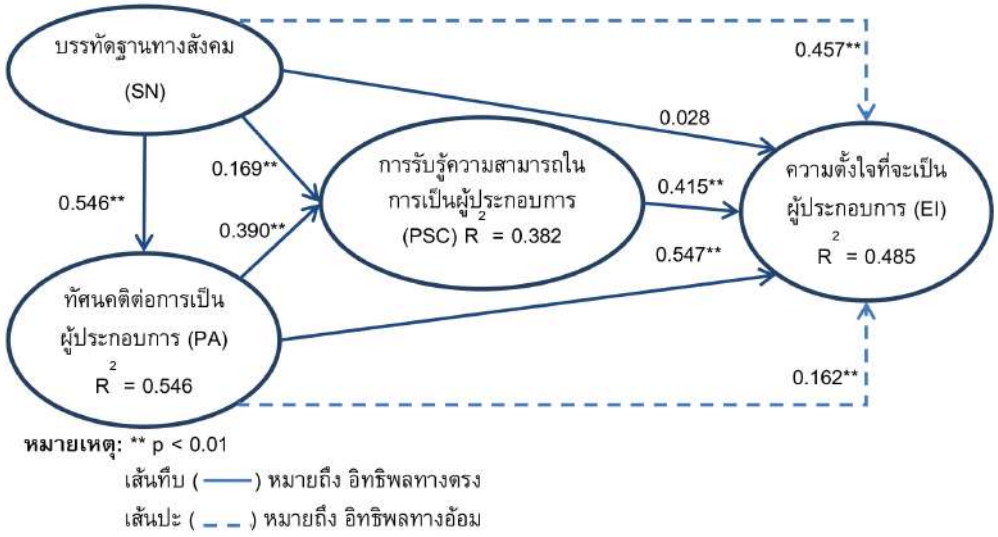
สมมติฐาน	เส้นทางความสัมพันธ์	สัมประสิทธิ์เส้นทาง	ค่า t	ผลการทดสอบสมมติฐาน	R^2
H1a	PBC ⟶ EI	0.415	12.916**	สนับสนุนสมมติฐาน	0.485
H1b	SN ⟶ EI	0.028	0.951	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน	
H1c	PA ⟶ EI	0.547	14.140**	สนับสนุนสมมติฐาน	
H2a	SN ⟶ PBC	0.169	3.886**	สนับสนุนสมมติฐาน	0.382
H2b	PA ⟶ PBC	0.390	8.406**	สนับสนุนสมมติฐาน	
H3	SN ⟶ PA	0.546	13.436**	สนับสนุนสมมติฐาน	0.546

หมายเหตุ: ** $p < 0.01$

ตารางที่ 3 อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี

ปัจจัย	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	อิทธิพลรวม
H4a:บรรทัดฐานทางสังคม (SN)	0.028	0.457**	0.485**
H4b:ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (PA)	0.548**	0.162**	0.710**

หมายเหตุ: ** $p < 0.01$



ภาพที่ 2 แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี

ผลการวิจัยแสดงหลักฐานสำคัญว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งทางตรงและทางอ้อม สนับสนุนข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาที่ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) (พรทิพย์ ม่วงมี, 2555; Ferreira et al., 2012; Heuer & Linan, 2013; Linan, 2008; Linan et al., 2013; Linan & Rodriguez-Cohard, 2015; Ogundipe et al., 2012) ว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลโดยรวมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงกว่าตัวแปรอื่นโดยอิทธิพลส่วนใหญ่เป็นอิทธิพลทางตรง สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรทิพย์ ม่วงมี (2555) Heuer

and Linan (2013) Linan et al. (2013) Linan and Rodriguez-Cohard (2015) แสดงให้เห็นว่าการที่บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่ต้องการจะสร้างกิจการของตนเองในอนาคต รองลงมาคือ บรรทัดฐานทางสังคมที่อิทธิพลส่วนใหญ่เป็นอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการผ่านทางทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรทิพย์ ม่วงมี (2555) Ferreira et al. (2012) Heuer and Linan (2013) Linan et al. (2013) Linan and Rodriguez-Cohard (2015) แสดงให้เห็นว่า บุคคลรู้สึกว่าการที่บุคคลอ้างอิงใกล้ชิดสนับสนุนการตัดสินใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ และส่งเสริมความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้ และปัจจัยสุดท้าย คือ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรทิพย์ ม่วงมี (2555) Heuer and Linan (2013) Linan et al. (2013) Linan and Rodriguez-Cohard (2015) และ Ogundipe et al. (2012) แสดงว่า การที่นักศึกษาตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการนั้นนักศึกษาจะต้องเชื่อมั่นว่าตนเองมีความสามารถที่จะเป็นได้หรือใช้ความพยายามไม่มากนักในการที่จะทำให้สำเร็จได้

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้สนับสนุนการใช้ทฤษฎี TPB ในการอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่กล่าวว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่วนบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลเพียงทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ผลการศึกษาสามารถเสนอเป็นข้อเสนอแนะใน 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 คณาจารย์และผู้บริหารการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการควรมีการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่สร้างทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการและส่งเสริมความรู้และทักษะการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ตามลำดับ

1.2 ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องความมีการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ประกอบการอาทิ มีการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมอยู่บนพื้นฐานความไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น และตอบแทนประโยชน์ให้กับสังคมเป็นต้น เพื่อทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของคนรุ่นใหม่ต่อไป

1.3 ผู้ใกล้ชิดกับนักศึกษา เช่น คนในครอบครัว ควรให้การสนับสนุน ยอมรับความคิดหรือเป้าหมายในการที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากกรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ การนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อให้ประโยชน์สูงสุด ควรมีลักษณะที่ใกล้เคียงกับบริบทมหาวิทยาลัยกรุงเทพ เพื่อก้าวข้ามข้อจำกัดนี้ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในกลุ่มที่มีลักษณะที่แตกต่างจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ อาทิ มหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

2.2 การศึกษาครั้งนี้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเพียง 3 ปัจจัย ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และบรรทัดฐานทางสังคม อาจมีการใช้ทฤษฎีอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น Entrepreneurial Even Model (Shapero, 1982) หรือศึกษาปัจจัยด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น คุณลักษณะของผู้ประกอบการ เป็นต้น

บรรณานุกรม

ชูชัย สมิทธิไกร. (2548). ศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 11*(3), 255-273.

พรทิพย์ ม่วงมี. (2555). ปัจจัยทางจิตและสังคมที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, 4*(1), 74-82.

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2559). *แนะนำมหาวิทยาลัย.* สืบค้น 3 พฤศจิกายน 2558, จาก http://www.bu.ac.th/tha/about-bu.html.

ศิริชัย กาญจนวาสี. (2552). *ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุชาติ ไตรภพสกุล. (2558). อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเติบโตและความมุ่งหวังที่จะเติบโตของธุรกิจ: กรณีศึกษาประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์, 29*(90), 75-93.

สุธีรา อะทะวงษา และสมบูรณ์วัลย์ สัตยารักษ์วิทย์, (2557). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์, 28*(85), 75-93.

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, (2558), *วาระปฏิรูปที่ ๑๕ : การสร้างสังคมผู้ประกอบการ.* กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขาดย่อม, สำนักประสานด้านการต่างประเทศ, (2557). *การรวบรวมข้อมูล SMEs ในภูมิภาค APEC,* สืบค้น 3 พฤศจิกายน 2558, จาก http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/articles/articles-1

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes, 50*(2), 179-211.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control.* New York: WH Freeman.

Barclay, D., Higgins, C. & Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. *Technology studies, 2*(2), 285-309.

Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Gouveia Rodrigues, R., Dinis, A., & do Paco, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 19*(3), 424-440.

Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of marketing research, 18*(3), 382-388.

Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research, 37*(3), 646-669.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2013). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM).* Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Heuer, A. & Liñán, F., (2013), Testing alternative measures of subjective norms in entrepreneurial intention models, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 19*(1), 35–50.

Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2008). When does entrepreneurial self-efficacy enhance versus reduce firm performance?. *Strategic Entrepreneurship Journal, 2*(1), 57-72.

Kelley, D., Singer, S. & Herrington, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor. 2015/16 Global report,* Babson Park, MA.: Babson College and London: London Business School.

Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3th.). New York, NY:Guilford publications.

Linan, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice, 33*(3), 593-617.

Linan, F., & Rodriguez-Cohard, J. C. (2015). Assessing the stability of graduates' entrepreneurial intention and exploring its predictive capacity. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion, 28*(1), 77-98.

Linan, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista de economia Mundial, 33,* 73-103.

Ogundipe, S. E., Kosile, B. A., Olaleye, V. I., and Ogundipe, L. O. (2012). Entrepreneurial Intention among Business and Counselling Students in Lagos State University Sandwich Programme. *Journal of Education and Practice. 3*(14), 64-72.

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexten, & K.H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship (pp.72-90).* Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice, 33*(3), 669–694.

Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling* (2nd.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับ ความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่น ต่อทูตตราสินค้าของผู้ใช้บริการสถาบันการเงิน ในเขตกรุงเทพมหานคร

THE RELATIONSHIP AMONG THE ADOPTION, RELIABILITY AND TRUST TOWARDS BRAND AMBASSADORS OF FINANCIAL INSTITUTION CUSTOMERS IN BANGKOK

อังค์วรา เพียรธรรม*
Angwara Pientham*
พรพรหม ชมงาม**
Pornprom Chomngam**

* นักศึกษาปริญญาโท สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
* Graduate Student, Master of Communication Arts in Strategic Communications, Bangkok University
* Email: mind.angwara@gmail.com
** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
** Assistant Professor, Faculty of Communication Arts, Bangkok University
** Email: pornprom.c@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า ของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้าของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษาผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่เป็นสถาบันการเงินพาณิชย์ และสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน แบ่งเป็น ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ จำนวน 180 คน ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง จำนวน 140 คน และผู้ใช้บริการสถาบันการเงินการเงินเฉพาะกิจ จำนวน 80 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย และการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Pearson Correlation

ผลการศึกษาพบว่า 1) การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือต่อทูตตราสินค้าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 2) การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า 3) ความน่าเชื่อถือต่อทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า 4) การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้าความน่าเชื่อถือต่อทูตตราสินค้า และของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: การยอมรับ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ทูตตราสินค้า สถาบันการเงิน กรุงเทพมหานคร

Abstract

The objective of this research is to study the relationship among the adoption, reliability and trust towards brand ambassadors of financial institution customers in Bangkok. There are 400 samples who being users of financial institution and specialized financial institution and live in Bangkok and, separated by 180 samples are users of large financial institution, 140 samples are user of medium financial institution, and 80 samples are specialized (small) financial institution. By use simple random sampling and Quota Sampling, use questionnaire for research and use Hypothesis testing by Pearson Correlation.

The results are 1) The adoption have relation with the reliability at significance 0.05 2) The adoption have relation with the trust for brand ambassadors 3) The reliability have relation with the trust for brand ambassadors 4) The adoption, reliability and the trust have relation with the reliability by significance

Keywords: Adoption, Reliability, Trust, Brand Ambassadors, Financial Institution, Bangkok

บทนำ

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ได้รับความนิยมและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ดีในยุคปัจจุบัน ได้แก่ กลยุทธ์การใช้ทูตตราสินค้า (Brand Ambassador) ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารการตลาดส่วนใหญ่ต้องการสร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้าให้มีความชัดเจนมากขึ้นกว่าการใช้พรีเซ็นเตอร์ ซึ่งทูตตราสินค้าไม่เพียงแต่จะสร้างการรับรู้ตราสินค้าให้เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภค ทูตตราสินค้ายังจะสามารถทำหน้าที่แทนตราสินค้าได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้การคัดเลือกบุคคลเพื่อทำหน้าที่เป็นทูตตราสินค้านั้นมีได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการให้ผู้บริหารทำหน้าที่เป็นทูตตราสินค้า ซึ่งเป็นการสื่อสารการตลาดที่ช่วยประหยัดงบประมาณ หรือการให้ดารา นักแสดง การคัดเลือกบุคคลทั่วไป และการให้บุคลากรในองค์การทำหน้าที่เป็นทูตตราสินค้าในการสื่อสารการตลาด โดยส่วนใหญ่จะกระทำโดยการให้ทูตตราสินค้าเข้าไปผูกติดกับตราสินค้าของธุรกิจ ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะทำให้ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือองค์กรอยู่ในความคิดคำนึงของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้เป็นอย่างดี ดังนั้น การใช้ทูตตราสินค้าจะเป็นกุญแจสำคัญที่กลายเป็นความทรงจำที่มีชีวิตของผู้บริโภค (ผู้จัดการออนไลน์, 2552; สยามรัฐออนไลน์, 2554)

สถาบันการเงิน เป็นอีกหนึ่งธุรกิจของการให้บริการที่เปรียบเสมือนหัวใจหลักทางการเงินของประเทศ และถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจต่าง ๆ ให้สามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันสถาบันการเงินมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น การใช้บริการเงินฝากกับสถาบันการเงินของผู้ใช้บริการจึงมีทางเลือกที่หลากหลาย ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการกับสถาบันการเงินนั้น ๆ ตามการยอมรับและความน่าเชื่อถือของสถาบัน สถาบันการเงินจึงมีความจำเป็นที่จะต้องรักษาภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่น และการยอมรับต่อตราสินค้าจากผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และมีความจำเป็นที่จะต้องทำให้สถาบันเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ซึ่งกลยุทธ์การใช้ทูตตราสินค้าถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่ได้รับความนิยมจากสถาบันการเงิน อย่างไรก็ตามจากการศึกษางานวิจัยในอดีต พบว่า การใช้ผู้มีชื่อเสียงในงานโฆษณาให้กับสินค้าหลายตัวอาจส่งผลให้ความน่าเชื่อถือลดลง โดยผู้บริโภคจะไม่เชื่อถือว่าบุคคลนั้นมีความสนใจและพอใจกับสินค้านั้นจริง นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังจะไม่สามารถจดจำงานโฆษณาหรือเชื่อมโยงกับผู้มีชื่อเสียงได้ เพราะมีสินค้าหลายตัวส่งผลให้ภาพลักษณ์ของตราสินค้าเสียไปและผู้บริโภคเกิดความสับสนเนื่องจากภาพลักษณ์ของผู้มีชื่อเสียงไม่มีความเฉพาะเจาะจงไปที่ตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่ง ประสิทธิภาพการโน้มน้าวใจผู้บริโภคก็จะลดลงซึ่งอาจส่งผลเสียต่อตัวสินค้าและตัวงานโฆษณารวมไปถึงผู้มีชื่อเสียงเองด้วย (Tripp, Jensen & Carlson, 1994)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษาถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า ความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นต่อทูตตราสินค้าของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินในเขตกรุงเทพมหานครโดยเฉพาะสถาบันการเงินที่เป็นธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินเฉพาะกิจเนื่องจากสถาบันดังกล่าวมีการใช้ทูตตราสินค้าอย่างชัดเจน ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสถาบันการเงิน ทำให้ได้ทราบถึงผลสำเร็จของการใช้ทูตตราสินค้าเพื่อการสื่อสารการตลาดจากมุมมองของผู้ใช้บริการ ด้านการยอมรับ ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นในทูตตรา โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้าของสถาบันการเงินในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ

การยอมรับ คือ กระบวนการที่บุคคลพิจารณาตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งที่ได้รับรู้ เรียนรู้ หรือได้รับการแนะนำมา และในที่สุดก็รับเอาสิ่งนั้น ๆ มาใช้หรือปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ โดยระยะเวลาของกระบวนการนี้จะช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับตัวบุคคลและคุณลักษณะของสิ่งนั้น ทั้งนี้การยอมรับเป็นขั้นตอนสุดท้ายของ

กระบวนการยอมรับสื่ออันเป็นปลายทาง ซึ่งจะบ่งบอกว่า สื่อ นั้นประสบความสำเร็จ เพราะมีผู้ยอมรับและนำไปใช้ หรือมีความล้มเหลว เพราะสื่อนั้นได้รับการปฏิเสธจนต้องล้มเลิกไปในที่สุด การยอมรับจึงเป็นผลสืบเนื่องกันจากกระบวนการยอมรับสื่อ ตั้งแต่การคิดค้น การพัฒนา และการเผยแพร่ (ปนัดดา อินทราวุธ, 2543; ศราวุธ ศุภรวิชญานนท์, 2545)

กระบวนการยอมรับออกเป็น 5 ขั้น ได้แก่ 1). ขั้นรู้หรือรับรู้ (Awareness Stage) 2). ขั้นสนใจ (Interest Stage) 3). ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) 4). ขั้นทดลอง (Trial Stage) และ 5). ขั้นการยอมรับ (Adoption Stage) (ปภังกร ปรีดาชัชวาล, 2556)

แนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ

ความน่าเชื่อถือ (Credibility) เป็นสิ่งที่ผู้รับสารคิดเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล โดยเมื่อกล่าวถึงความน่าเชื่อถือว่าเป็นความคิดแล้วนั้น จะต้องระลึกเสมอว่า แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือสำหรับผู้รับสารคนหนึ่งอาจไม่ได้ส่งผลเดียวกันกับผู้รับสารอีกคนหนึ่ง และสิ่งที่เรามองว่าน่าเชื่อถือนั้น อาจจะเป็นความน่าเชื่อถือที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้เราเชื่อว่า บุคคลนั้นเป็นผู้เชี่ยวชาญ มีความซื่อสัตย์ และมีความจริงใจ ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วอาจไม่ได้เป็นเช่นนั้น (Belch & Belch, 2004; Bettinghaus & Cody, 1994)

Berto, Lemert and Mertz (1996 อ้างใน อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2546) ได้พัฒนาการวิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร และวิเคราะห์องค์ประกอบที่ผู้รับสารมักจะใช้ในการตัดสินความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร 3 ประการ ได้แก่ 1). ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจ (Safety Factor) 2). ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor) 3). ปัจจัยด้านพลวัตรของผู้ส่งสาร (Dynamism Factor)

แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่น คือ ความสมัครใจส่วนบุคคลในการยอมรับต่อบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กรอื่นๆ โดยตระหนักถึงความถูกต้องและความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Smith, 1997; Currall & Judge, 1995) นอกจากนี้ความเชื่อมั่น (Trust) ยังเป็นผลสะท้อนให้เกิดความไว้วางใจ ความซื่อสัตย์ของบุคคลที่มีต่อคุณลักษณะและความสามารถของบุคคลอื่น (Marshall, 2000) องค์ประกอบของความเชื่อมั่น ประกอบไปด้วย 3 ด้าน ดังนี้ 1). องค์ประกอบด้านความสามารถ (Competency Trust) 2). องค์ประกอบด้านคำมั่นสัญญา (Contractual Trust) และ 3). องค์ประกอบด้านความเป็นมิตร (Goodwill Trust) (Sako, 1992)

ข้อมูลเกี่ยวกับทูตตราสินค้า

ทูตตราสินค้า หมายถึง การใช้บุคคลทั่วไปหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง พนักงานในองค์กรทุกระดับตั้งแต่ระดับพนักงานทั่วไปจนถึงผู้บริหารสูงสุดการว่าจ้างคนดัง บุคคลที่มีชื่อเสียง ที่มีบุคลิกหรือความสามารถอันเกี่ยวเนื่องและเชื่อมโยงกับตราสินค้าได้เป็นอย่างดี เพื่อเป็นตัวแทนในการสร้างตราสินค้า การแนะนำผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ และการเชื่อมความสัมพันธ์โดยตรงต่อสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย (ธีรพันธ์ โล่ทองคำ, 2550, ธีรยุส วัฒนาศุภโชค, 2550, ศิริกุล เลากัยกุล, 2550) จะเห็นได้ว่า ทูตตราสินค้า ได้เข้ามามีบทบาท และมีความสำคัญเป็นอย่างมากกับธุรกิจในปัจจุบัน โดยเฉพาะการทำหน้าที่ด้านการสื่อสารการตลาด ซึ่งความสำคัญของการสร้างทูตตราสินค้าในมิติทางธุรกิจ มีวัตถุประสงค์ 6 ประการ ดังนี้ (สันธยา โลหะพันธกิจ, 2548)

1. ทูตตราสินค้า จะทำให้ผู้คนได้ประจักษ์ถึงความสามารถหลัก (Core Competency) ของแต่ละคนซึ่งหมายถึงจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของบุคคล

2. ทูตตราสินค้า ทำให้เกิดการพัฒนา ปรับปรุง ตนเอง เพื่อให้ตนเองมีความทันสมัยและเฉียบคมขึ้นเพื่อจะได้เป็นทรัพย์สินที่ทรงคุณค่า

3. ทูตตราสินค้า ยิ่งใหญ่กว่าตัวบุคคล หากจะตั้งคำถามเชิงเปรียบเทียบว่า ชีวิตของบุคคลกับทูตตราสินค้า อะไรยิ่งใหญ่กว่าในเชิงของตราสินค้าแล้ว ชีวิตของบุคคลนั้นดับสูญไป แต่หากบุคคลนั้นมีการสร้างตราสินค้าขึ้นมา ตราสินค้านั้นยังคงอยู่

4. ทูตตราสินค้า อาจหมายรวมถึง พนักงาน บุคลากรของตราสินค้านั้น เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญที่จะช่วยกำหนดทิศทางของตราสินค้าหรือบริการเพื่อให้ลูกค้ารับรู้เราอย่างไร (How we market ourselves to others) พนักงานทุกคนจะต้องมีส่วนในการช่วยรักษาคำมั่นสัญญาของตราสินค้าในการปฏิบัติงานประจำวัน

5. เมื่อทูตตราสินค้า มีความแข็งแกร่ง อาจจะนำไปสู่การขยายทูตตราสินค้าของธุรกิจต่างๆ ที่หลากหลาย

6. ทูตตราสินค้า ทำให้เกิดผลตอบแทนกลับมา และช่วยเพิ่มราคาให้กับตราสินค้านั้นได้สำหรับการวิจัยนี้ ทูตตราสินค้า (Brand Ambassador) หมายถึง บุคคลที่เป็นตัวแทนของสถาบันการเงิน เพื่อทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้แก่ประชาชนทั่วไปให้รับรู้ข่าวสารข้อมูลนั้นๆ รวมทั้งเป็นตัวแทนในการสร้างตราสินค้า การแนะนำผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ และการเชื่อมความสัมพันธ์โดยตรงต่อสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย (ธีรพันธ์ โล่ทองคำ, 2550, ธีรยุส วัฒนาศุภโชค, 2550, ศิริกุล เลากัยกุล, 2550)

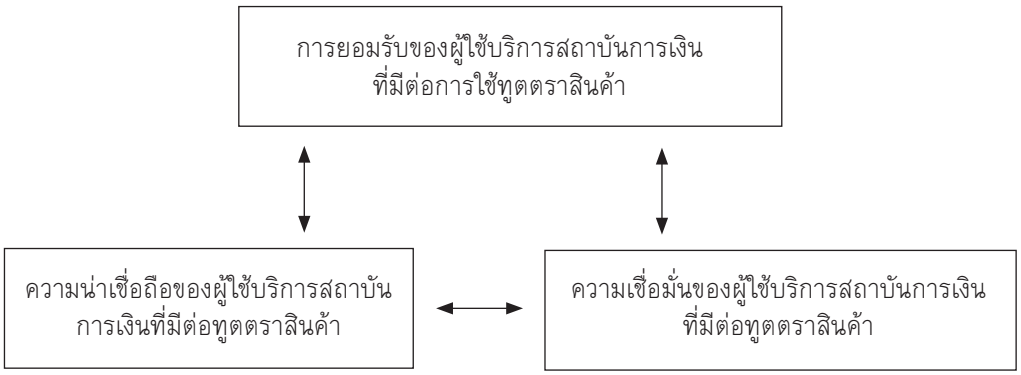
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

Tripp, Jensen and Carlson (1994) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้มีชื่อเสียงที่โฆษณาให้กับหลายสินค้า (Multiple Product Endorser) พบว่า การใช้ผู้ที่มีชื่อเสียงโฆษณาให้กับสินค้าหลายตัวจะส่งผลในทางลบต่อทัศนคติของผู้บริโภคในด้านความน่าเชื่อถือ และความดึงดูดใจของแหล่งข้อมูล รวมไปถึงทัศนคติต่องานโฆษณา ส่วนจำนวนครั้งที่ผู้บริโภคได้ชมผู้มีชื่อเสียงซ้ำบ่อย ๆ ครั้ง ก็จะส่งผลกระทบต่อทัศนคติต่องานโฆษณา และความตั้งใจซื้อด้วยเช่นกัน ดังนั้นการใช้ผู้มีชื่อเสียงในงานโฆษณาให้กับสินค้าหลายตัวอาจส่งผลให้ความน่าเชื่อถือลดลง โดยผู้บริโภคจะไม่เชื่อถือว่าบุคคลนั้นมีความสนใจและพอใจกับสินค้านั้นจริง นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังจะไม่สามารถจดจำงานโฆษณาหรือเชื่อมโยงกับผู้มีชื่อเสียงได้ เพราะมีสินค้าหลายตัวส่งผลให้ภาพลักษณ์ของตราสินค้าเสียไปและผู้บริโภคเกิดความสับสนเนื่องจากภาพลักษณ์ของผู้มีชื่อเสียงไม่มีความเฉพาะเจาะจงไปที่ตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่ง ประสิทธิภาพการโน้มน้าวใจผู้บริโภคก็จะลดลงซึ่งอาจส่งผลเสียต่อตัวสินค้าและตัวงานโฆษณารวมไปถึงผู้มีชื่อเสียงเองด้วย

มนชนก อนะมาน (2546) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิผลของการใช้ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้แนะนำสินค้าให้กับหลายผลิตภัณฑ์ต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค พบว่า ความน่าเชื่อถือของผู้แนะนำสินค้าซึ่งเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงที่โฆษณาให้กับสินค้าตัวเดียวไม่สูงกว่าผู้แนะนำสินค้าหลายตัว ความน่าดึงดูดใจของผู้แนะนำสินค้าซึ่งเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงที่โฆษณาให้กับสินค้าตัวเดียวไม่สูงกว่าผู้แนะนำสินค้าหลายตัว ทัศนคติต่องานโฆษณาที่มีผู้แนะนำสินค้าซึ่งเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงที่โฆษณาให้กับสินค้าตัวเดียวไม่ดีกว่าผู้แนะนำสินค้าหลายตัว ทัศนคติต่อตราสินค้าที่มีผู้แนะนำสินค้าซึ่งเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงที่โฆษณาให้กับสินค้าตัวเดียวไม่ดีกว่าผู้แนะนำสินค้าหลายตัว ความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีผู้แนะนำสินค้าซึ่งเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงที่โฆษณาให้กับสินค้าตัวเดียวไม่สูงกว่าผู้แนะนำสินค้าหลายตัว ความน่าเชื่อถือ ความน่าดึงดูดใจ ทัศนคติต่องานโฆษณา ทัศนคติต่อตราสินค้า และความตั้งใจซื้อสินค้าต่อผู้แนะนำสินค้าซึ่งเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงที่โฆษณาให้กับสินค้าตัวเดียวไม่สูง/ไม่ดีกว่าผู้แนะนำสินค้าหลายตัว สรุปได้ว่า การใช้ผู้ที่มีชื่อเสียงในการแนะนำสินค้าไม่ว่าจะเป็นสินค้าเพียงตัวเดียวหรือหลายตัว ทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคก็ไม่แตกต่างกัน

กนกอร มากทิพย์ (2552) ทำการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบความระลึกได้และความน่าเชื่อถือของการใช้ทูตตราสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์เดียวและหลายผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถระลึกได้ต่อทูตตราสินค้าที่เป็นตัวแทนให้กับผลิตภัณฑ์เดียวได้มากที่สุด ส่วนทูตตราสินค้าที่เป็นตัวแทนให้กับหลายผลิตภัณฑ์ แต่เป็นสินค้าประเภทเดียวกันมีการระลึกได้รองลงมา และทูตตราสินค้าคนเดียวหลายผลิตภัณฑ์ หลายประเภทสินค้ามีการระลึกได้น้อยที่สุด เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ ด้านหน้าที่ของทูตตราสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการระลึกถึงได้ อันเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างคุณค่าตราสินค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจด้วยการใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกสถาบันการเงินที่มีการใช้ทูตตราสินค้า ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่มสถาบัน ประกอบด้วย สถาบันการเงินที่เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ สถาบันการเงินที่เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง และสถาบันการเงินการเงินเฉพาะกิจ หลังจากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนสาขาของสถาบันการเงินพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดสัดส่วนจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน (Infinite Population) ด้วยการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ ครอนบาค โคชาร์น (Cochran,1953 อ้างถึงใน อภินันท์ จันตะนี, 2550) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน และมีวิธีการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มย่อย ดังนี้ ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ จำนวน 180 คน ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง) จำนวน 140 คน และผู้ใช้บริการสถาบันการเงินการเงินเฉพาะกิจ จำนวน 80 คน

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม วัดระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า ตามมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ ระดับที่ 5 คือ มากที่สุด จนถึงระดับที่ 1 คือ น้อยที่สุด และมีค่าความน่าเชื่อถือด้านการยอมรับต่อทูตตราสินค้า เท่ากับ 0.856 ค่าความน่าเชื่อถือด้านความน่าเชื่อถือต่อทูตตราสินค้า เท่ากับ 0.927 และค่าความน่าเชื่อถือด้านความเชื่อมั่นต่อทูตตราสินค้า เท่ากับ 0.879 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมในการนำไปใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้สถิติพรรณนา และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Efficient)

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (55.0%) มีอายุระหว่าง 25 – 30 ปี (46.8%) สถานภาพโสด (56.3%) ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน (72.0%) และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000 – 20,000 บาท (57.0%) ด้านการใช้บริการสถาบันการเงินพบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการสถาบันการเงินที่เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่มากกว่า 4 ปี (8.3%) ใช้บริการสถาบันการเงินที่เป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง 1 – 2 ปี (35.0%) และใช้บริการสถาบันการเงินเฉพาะกิจไม่เกิน 1 ปี ระยะเวลา 1 – 2 ปี และระยะเวลา 3 – 4 ปี ในจำนวนที่เท่ากัน (6.0%) ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยปรากฏ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้ากับความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า

การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า	ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า	
	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (p)
การรับทราบข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้า	0.379	0.000*
ความสนใจข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้า	0.097	0.050*
การประเมินข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้า	0.274	0.000*
การทดลองข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้า	0.400	0.000*
การยอมรับข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้า	0.309	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า การรับทราบข้อมูล การทดลองข้อมูล และการยอมรับข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้าในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า ความสนใจข้อมูล และการประเมินข้อมูล ที่ได้จากทูตตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้าในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ (r) เป็นบวก หมายถึง ยิ่งมีการยอมรับต่อทูตตราสินค้ามากยิ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือในตราสินค้า

สมมติฐานที่ 2 การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า

การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า	ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า	
	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่านัยสำคัญทางสถิติ(p)
การรับทราบข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้า	0.324	0.000*
ความสนใจข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้า	0.070	0.001*
การประเมินข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้า	0.441	0.000*
การทดลองข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้า	0.465	0.000*
การยอมรับข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้า	0.454	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า การรับทราบข้อมูล การประเมินข้อมูล การทดลองข้อมูล และการยอมรับข้อมูล ที่ได้จากทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้าในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ความสนใจข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้าในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ (r) เป็นบวก หมายถึง ยิ่งมีการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้ามากยิ่งช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในตราสินค้า

สมมติฐานที่ 3 ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ากับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า

ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า	ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า	
	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่านัยสำคัญทางสถิติ(p)
ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจ	0.393	0.000*
ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร	0.558	0.000*
ปัจจัยด้านพลวัตรของผู้ส่งสาร	0.710	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านพลวัตรของผู้ส่งสารมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้าในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสารมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้าในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้าในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ (r) เป็นบวก หมายถึง ยิ่งมีความน่าเชื่อถือต่อทูตตราสินค้ามากยิ่งช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในตราสินค้า

สมมติฐานที่ 4 การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้าและความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า และความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า

	การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า		ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า	
	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (p)	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่านัยสำคัญทางสถิติ(p)
การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า			0.309	0.000*

ตารางที่ 4 (ต่อ) ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ากับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า

	การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่ มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า		ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า	
	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (p)	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	ค่านัยสำคัญทางสถิติ(p)
ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า	0.309	0.000*		
ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า	0.454	0.000*	0.617	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่าการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้าและความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กัน ซึ่งมีค่า Sig เท่ากับ 0.00 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้ากับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้าและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ากับความเชื่อมั่นต่อทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r = 0.45, 0.61, p \leq .05$) ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้ากับความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r = 0.30, p \leq .05$) โดยมีค่าสหสัมพันธ์ (r) เป็นบวก หมายถึง ยิ่งมีการยอมรับและความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ามากยิ่งช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในตราสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาภาพรวมของการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า พบว่าผู้ใช้บริการมีการรับทราบข้อมูล ความสนใจข้อมูล การประเมินข้อมูล การทดลองข้อมูล และการยอมรับข้อมูลที่ได้จากทูตตราสินค้าโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากการยอมรับข้อมูลเป็นความคิดส่วนตัวของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินผ่านขั้นตอนหรือกระบวนการต่าง ๆ โดยอาจจะเกิดการยอมรับหรือปฏิเสธในข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ ซึ่งทูตตราสินค้าในฐานะสื่อของสถาบันการเงินจะต้องมีรูปแบบการสื่อสาร กลยุทธ์และวิธีการต่าง ๆ ที่จะทำให้ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินเกิดการยอมรับให้ได้ ดังที่ ปนัดดา อินทราวุธ (2543) และ ศราวุธ ศุภรวิชญานนท์ (2545) ได้กล่าวไว้ว่า การยอมรับ คือ กระบวนการที่บุคคลพิจารณาตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งที่ได้รับรู้ เรียนรู้ หรือได้รับการแนะนำมา และในที่สุดก็รับเอาสิ่งนั้นๆ มาใช้หรือปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ โดยระยะเวลาของกระบวนการนี้จะช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับตัวบุคคลและคุณลักษณะของสิ่งนั้น ทั้งนี้การยอมรับเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการยอมรับสื่ออันเป็นปลายทาง ซึ่งจะบ่งบอกว่า ทูตตราสินค้าในฐานะสื่อ นั้นประสบความสำเร็จ เพราะมีผู้ยอมรับและนำไปใช้

หรือมีความล้มเหลว เพราะสื่อนั้นได้รับการปฏิเสธจนต้องล้มเลิกไปในที่สุด การยอมรับจึงเป็นผลสืบเนื่องกันจากกระบวนการยอมรับสื่อ ตั้งแต่การคิดค้น การพัฒนา และการเผยแพร่

การศึกษาตัวแปรด้านความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า พบว่า ผู้ใช้บริการมีความน่าเชื่อถือของทูตตราสินค้าต่อปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจ คุณสมบัติของผู้ส่งสาร และพลวัตรของผู้ส่งสารโดยรวมในระดับมาก โดยผู้ทำหน้าที่เป็นทูตตราสินค้าแต่ละคนนั้นจะต้องมีคุณสมบัติในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านความซื่อสัตย์ สุจริต กล้าแสดงออก มีความรวดเร็วในการตอบคำถามต่างๆ มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน การมีปฏิภาณ ไหวพริบ ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การเข้าร่วมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ การค้นคว้าหาข้อมูลใหม่ๆ อยู่เสมอ การมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานการมีความรู้ในผลิตภัณฑ์/ บริการของสถาบันการเงินอย่างกระจ่าง ชัดเจน การมีความสามารถด้านภาษา ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อบุคคลทั่วไป ความยุติธรรมศีลธรรม จรรยา ทั้งต่อตนเองและต่อผู้อื่น มีความเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น และสามารรับได้กับความคิดเห็นที่แตกต่าง ซึ่งคุณสมบัติต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นแก่สถาบันการเงิน ดังที่ O′Keefe (2002) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบทางด้านความเชี่ยวชาญ ความสามารถ (Expertness – competence) และองค์ประกอบด้านความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) จะต้องสัมพันธ์ไปด้วยกัน ยิ่งแหล่งสารมีคุณลักษณะทั้ง 2 รวมกัน ความน่าเชื่อถือจะยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น รวมทั้งบุคลิกภาพและลักษณะทางกายภาพของแหล่งสาร เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลต่อการโน้มน้าวใจ (วิธีการพูด ภาษาหรือคำพูดที่ใช้ ลักษณะท่าทาง มารยาท เป็นต้น) ภาพลักษณ์ (Image) ของแหล่งสารที่เกิดจากบุคลิกภาพและลักษณะทางกายภาพจึงเป็นเรื่องที่สำคัญต่อการโน้มน้าวใจ นอกจากนี้ยังมีวิจัยที่พบว่า บุคลิกภาพ 3 ลักษณะ คือ ความอ่อนโยน ความยุติธรรม และความเป็นคนที่มีมารยาท มีวัฒนธรรมที่ดีนั้น มีผลต่อการมองแหล่งสาร/ทูตตราสินค้าว่าเป็นคนน่าสนใจและน่าเชื่อถือ (O′Keefe, 2002)

การศึกษาตัวแปรด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า พบว่า ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินมีความเชื่อมั่นต่อทูตตราสินค้าด้านความสามารถ คำมั่นสัญญา และความเป็นมิตรในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมากต่อการรับทราบข้อมูลของสถาบันการเงินผ่านทูตตราสินค้าโดยการรับชมสื่อ การรับทราบข้อมูลเพื่อให้เกิดความรู้เกี่ยวกับสถาบันการเงินเพิ่มขึ้นจากทูตตราสินค้า การนำเสนอข้อมูลของทูตตราสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ ทำให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์/บริการของสถาบันการเงิน ความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของทูตตราสินค้าของสถาบันการเงินทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสนใจในข้อมูลของสถาบันการเงิน ซึ่งการให้ข้อมูลข่าวสารจากทูตตราสินค้ามีความชัดเจนและเป็นประโยชน์ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์/บริการด้วยตนเอง และเกิดความต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลจากทูตตราสินค้าให้ได้มากที่สุด แต่อย่างไรก็ตามผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในระดับน้อยต่อผลการใช้บริการของทูตตราสินค้าทำให้ต้องการเลียนแบบ ซึ่งภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของบุคคลที่ทำหน้าที่ทูตตราสินค้า จะเป็นแรงผลักดันอย่างดีในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ โดยบุคคลดังกล่าวจะต้องเป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส อัธยาศัยไมตรีที่ดี มีความกระตือรือร้นในการให้ข้อมูล มีการพูดคุยแบบเป็นกันเอง ยินดีที่จะสละเวลาเพื่อให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการสถาบันการเงินอย่างเต็มใจ มีความซื่อสัตย์สุจริต พูดความจริง รักษาคำพูดตามที่ได้กล่าวไว้ มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า มีการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการของสถาบันการเงินโดยไม่เปลี่ยนแปลง มีการสื่อความหมายของข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน มีความเชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลของสถาบันการเงิน มีความสามารถด้านการแสดง มีการจูงใจให้เชื่อ/ คล้อยตาม มีการพูดได้หลายภาษาและมีความสามารถด้านการร้องเพลง ดังที่ Stern (1997) ได้กล่าวไว้ว่า พื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารในการให้บริการแก่ลูกค้าองค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ความคุ้นเคยเพื่อครองใจลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 5C ได้แก่ การสื่อสาร (Communication) ความดูแลและการให้ (Caring and Giving) การให้ข้อผูกมัด (Commitment) ที่เกี่ยวพันกับลูกค้า การให้ความสะดวกสบาย (Comfort) หรือความสอดคล้อง (Compatibility) การแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้ง (Conflict) และการให้ความไว้วางใจ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้าความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า พบว่าการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า และความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กัน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า กับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ากับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร และได้พบเห็นทูตตราสินค้าของสถาบันการเงิน มีความคิดเห็นว่าการให้ข้อมูลข่าวสารจากทูตตราสินค้าของสถาบันการเงิน มีความชัดเจน และข้อมูลของสถาบันการเงินที่ได้รับจากทูตตราสินค้าเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมาก ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการด้วยตนเอง ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า กับความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า เนื่องจากผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมที่ลอกเลียนแบบทูตตราสินค้าในระดับน้อย แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในข้อมูลข่าวสารจากทูตตราสินค้า แต่ยังไม่มีความเชื่อถือในบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นทูตตราสินค้าว่าผลิตภัณฑ์/บริการดังกล่าวของสถาบันการเงินนั้นดีจริงหรือไม่ จนกว่าจะได้ตัดสินใจใช้ด้วยตนเอง แสดงให้เห็นว่าความเชื่อถือนั้นได้เกิดขึ้นได้ด้วยตัวของผู้ใช้บริการเองเป็นส่วนใหญ่ ดังที่ สุรางค์ โค้งตระกูล (2553) กล่าวว่า การเรียนรู้หมายถึง การเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากประสบการณ์ที่คนเรามีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม หรือจากการฝึกหัด รวมทั้งการเปลี่ยนปริมาณความรู้ ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือจะมีอิทธิพลต่อ ความเชื่อ ความคิดเห็น ทัศนคติ และพฤติกรรม โดยจะผ่านกระบวนการ Internationalization คือ เมื่อผู้รับสารยอมรับความคิดเห็นของผู้ส่งสารว่ามีความน่าเชื่อถือ และเมื่อผู้รับสารประเมินความคิดเห็นหรือทัศนคตินั้นแล้ว ก็จะยอมรับความคิดนั้นมาเป็นของตน (Belch & Belch, 2004; Bettinghaus & Cody, 1994) และความเชื่อมั่นของบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กรขึ้นอยู่กับความสมัครใจในการยอมรับในบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กร โดยตระหนักถึงความถูกต้องและความสนใจในสิ่ง ต่าง ๆ และเป็นความไว้วางใจส่วนบุคคลต่อฝ่ายอื่นภายใต้เงื่อนไขแห่งความไว้วางใจ (Smith, 1997; Currall & Judge, 1995)

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินโดยส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลของสถาบันการเงินผ่านทูตตราสินค้าโดยการรับชมสื่อในระดับมาก ดังนั้นสถาบันการเงินควรใช้สื่อในการนำเสนอข้อมูลผ่านทูตตราสินค้าที่ครอบคลุมทุกสื่อของสถาบันการเงิน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์

2. การศึกษาด้านการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า ทำให้ทราบว่าการคัดเลือกบุคคลเพื่อทำหน้าที่เป็นทูตตราสินค้าที่จะทำให้เกิดการยอมรับ จะต้องเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง และเป็นบุคคลที่มีภาพลักษณ์ เพราะจะทำให้เกิดความสนใจจากผู้ใช้บริการ รวมทั้งจะต้องเลือกบุคคลที่มีบุคลิกภาพที่ร่าเริง แจ่มใส มีศีลธรรม จรรยา ทั้งต่อตนเองและต่อผู้อื่น มีความยุติธรรม มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อบุคคลทั่วไป มีความเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น และสามารรับได้กับความคิดเห็นที่แตกต่าง มีการค้นคว้าหาข้อมูลใหม่ ๆ อยู่เสมอ เข้าร่วมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ต่างๆ ของสถาบันการเงินอยู่เสมอ มีความสามารถด้านภาษา มีปฏิภาณ ไหวพริบ ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารข้อมูล มีความรู้ในผลิตภัณฑ์/ บริการของสถาบันการเงินอย่างกระจ่าง ชัดเจน มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน มีความรวดเร็วในการตอบคำถามต่างๆ มีความกล้าแสดงออก ซื่อสัตย์ สุจริต มีความเชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลของสถาบันการเงิน สามารถสื่อความหมายของข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นทูตตราสินค้าให้แก่สถาบันการเงินตลอดไป ไม่มีการ

เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เนื่องจากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นสิ่งที่สร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ทูตตราสินค้าของสถาบันการเงินในระดับมาก

3. ทูตตราสินค้าของสถาบันการเงิน จะต้องเป็นผู้ที่ให้ข้อมูลที่มีความชัดเจนและเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์/ บริการของสถาบันการเงินที่คุ้มค่ากับการตัดสินใจลงทุน เนื่องจากผลิตภัณฑ์/ บริการของสถาบันการเงินโดยส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์/ บริการที่จะต้องทำการตัดสินใจเพื่อการลงทุนด้วยทรัพย์สินที่มีอยู่

4. ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินมีความต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลจากทูตตราสินค้าให้ได้มากที่สุด ดังนั้นทูตตราสินค้าของสถาบันการเงินควรทำหน้าที่ในการนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ของสถาบันการเงินเป็นประจำอย่างต่อเนื่องทุกวัน

5. จากผลการศึกษาสมมติฐานการวิจัย พบว่า การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้า ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้า และความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นสถาบันการเงินจะต้องทำการคัดเลือกบุคคลและพัฒนาบุคลิกลักษณะของบุคคลที่จะทำหน้าที่เป็นทูตตราสินค้าให้เกิดการยอมรับจากผู้ใช้บริการ โดยการแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือในการให้ข่าวสารข้อมูลผ่านการแสดงความรู้ของทูตตราสินค้า และเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความต้องการปฏิบัติตาม ซึ่งเมื่อผู้ใช้บริการได้ปฏิบัติตามคำแนะนำของทูตตราสินค้าแล้วจะต้องได้ผลตอบแทนที่เป็นจริงตามคำกล่าว อันจะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อไป นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้ากับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้าและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ากับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การยอมรับของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อการใช้ทูตตราสินค้ากับความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินที่มีต่อทูตตราสินค้าเนื่องจากผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมที่ลอกเลียนแบบทูตตราสินค้าในระดับน้อย ดังนั้นทูตตราสินค้าของสถาบันการเงินจะต้องทำการพัฒนาตนเองโดยเฉพาะด้านบุคลิกลักษณะเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อ

6. จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันการเงินพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในระดับน้อยต่อผลการใช้บริการของทูตตราสินค้าทำให้ต้องการเลียนแบบ แสดงให้เห็นว่าผลจากการกระทำของทูตตราสินค้านั้นไม่ได้ก่อให้เกิดการเลียนแบบเสมอไป เนื่องจากตัวสินค้าและบริการสำหรับสถาบันการเงินนั้นมีความแตกต่างกับพวกสินค้าอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสินค้า/ บริการที่จะต้องใช้เงินลงทุนตั้งแต่จำนวนน้อยไปจนถึงจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคจะต้องทำการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมให้เพียงพอต่อการตัดสินใจลงทุนเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน ในขณะที่สินค้าประเภทอื่นนั้นอาจจะเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน หรือเป็นสินค้าตามความต้องการของสังคมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการยอมรับในสังคม ผู้บริโภคจึงไม่ต้องตัดสินใจหรือค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม ดังนั้นทูตตราสินค้าควรทำให้ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินเกิดความเชื่อมั่นที่จะตัดสินใจลงทุนโดยได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนที่คุ้มค่า

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ได้เป็นผู้ใช้บริการสถาบันการเงินทั้ง 3 ระดับ เพื่อศึกษาว่าทูตตราสินค้าสามารถชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวเกิดความสนใจที่จะใช้บริการสถาบันการเงิน นั้นๆ หรือไม่

2. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการทำหน้าที่ของทูตตราสินค้าเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงทูตตราสินค้าของสถาบันการเงินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กนกอร มากทิพย์. (2552). *การเปรียบเทียบความระลึกได้และความน่าเชื่อถือของการใช้ทูตตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์เดียวและหลายผลิตภัณฑ์* (วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

กัญจน์ทนนท์ กสิเกษตรสิริ. (2558). *การใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการหาลูกค้าเงินฝาก สถาบันการเงินกสิกรไทย* (วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จุดเปลี่ยนเทรนด์สื่อสารการตลาดปี 2013. (2556) สืบค้น 6 กันยายน 2558 จาก http://www.somchartlee.com.

ทำไม TMB ถึงเลือก อาเล็ก ธีรเดช. (2558). สืบค้น 5 กันยายน 2558 จาก http://marketeer.co.th/2015/01/tmb-alex/

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). (2554). *รายงานประจำปี 2554.* สืบค้น 25 ตุลาคม 2554 จาก http://www.kasikornbank.com.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.* กรุงเทพฯ: วี อินเตอร์ พริ้นท์.

ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2550). *Brandage on Branding.* กรุงเทพฯ: เหรียญบุญ.

ธีรยุส วัฒนาศุภโชค. (2550). *องค์กรแห่งความสุข VS องค์กรแห่งการสร้างสรรค์.* สืบค้น 5 กันยายน 2558 จาก http://www.mbachula.info/joey/academic/teerayout-article.html.

ปนัดดา อินทราวุธ. (2543). *การยอมรับมาตรฐาน ISO 14001 ของพนักงาน: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนบ คิวริตี้ ฟูดแวร์ จำกัด* (วิทยานิพนธ์ สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปภังกร ปรีดาชัชวาล. (2556). การยอมรับและพฤติกรรมการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์, 51*(1), 17-30.

ผู้จัดการออนไลน์. (2558). *ดึง "น้อย โพธิ์งาม" พรีเซ็นเตอร์ "เอสเอ็มอีแบงก์" ต้นแบบคนดี สู้ชีวิต".* สืบค้น 8 กันยายน 2558 จาก http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9580000023422.

มนชนก อนะมาน. (2546). ประสิทธิผลของการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นผู้แนะนำสินค้าให้กับหลากหลายผลิตภัณฑ์ต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการโฆษณา). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เยาวธิดา ศรีเทพ. (2553). *กลยุทธ์ธุรกิจ และกลยุทธ์ตลาด ซึ่งสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อกลุ่มบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย: กรณีศึกษา สถาบันการเงินทหารไทย จำกัด (มหาชน)* (วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ศราวุธ ศุภรวิชญานนท์. (2545). *การยอมรับสื่อบริจาคโลหิตของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาจังหวัดมหาสารคาม* (การศึกษาค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยสารคาม.

ศิริกุล เลากัยกุล. (2550). *Cooperate brand and HR.* สืบค้น 5 กันยายน 2558 จาก http://hrd.nida.ac.th/fileupload/datachange/datachange80.pdf.

สยามรัฐออนไลน์. (2554). *Thailand Fact Sheet (136): กลยุทธ์ Brand Ambassador.* สืบค้น 6 กันยายน 2558 จาก http://www.siamrath.co.th/web/?q=thailand-fact-sheet-136-%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B9%8C-brand-ambassador

สันธยา โลหะพันธกิจ. (2548). *เอกสารประกอบการบรรยาย Branding & Personal Brandin การสัมมนาการโฆษณา ปีการศึกษา 2548.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุรางค์ โค้งตระกูล. (2553). *จิตวิทยาการศึกษา.* กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2546). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Belch, G. E. & Belch, M. A. (2004). *Advertising and Promotion.* Boston: McGraw-Hill.

Currall, S. C., & Judge, T. A. (1995). Measuring trust between organizational boundary role persons. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 64,* 151-170.

Marshall, S. P. (2000). *Organizational change and innovation processes: Theory and method for research.* US: Oxford University.

O'Keefe, D. J. (2002). *Persuasion: Theory and research.* Newbury Park, Ca: sage.

Sako, M. (1992). *Price'Quality and Trust: Inter-Firm Relations in Britain and Japan.* Cambridgy: Cambridge University Press.

Smith, C. L. (1997). *National Audubon Society field guide to tropical marine fishes of the Caribbean, the Gulf of Mexico, Florida, the Bahamas, and Bermuda.* New York: Alfred A. Knopf.

Stern, K. R. (1997). *The Trust Effect.* New Jersey: Brearley.

Tripp, C., Jensen, T. D., & Carlson, L. (1994). The Effect of Multiple Product Endorsements by Celebrities on Consumers' Attitudes and Intentions. *Journal of Consumer Research, 20*(4), 533-547.

การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์ตามแบบจำลอง CAPM: อัตราส่วน Sharpe และอัตราส่วน Treynor

ANALYSIS OF EXPECTED RETURN AND RISK OF SECURITY BASED ON CAPM MODEL: SHARPE RATIO AND TREYNOR RATIO

ชาญณรงค์ ชัยพัฒน์*
Channarong Chaiphat*

* อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
* Full-time Lecturer, School of Economics, Bangkok University.
* Email: channarong.c@bu.ac.th

บทคัดย่อ

ผลการศึกษาพบว่าหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงมากกว่าตลาด หรือเป็นหลักทรัพย์เชิงรุก ได้แก่ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น บริษัท ปตท. ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย และ บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม ส่วนหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาด หรือเป็นหลักทรัพย์เชิงรับ ได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส บริษัท จัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล ธนาคารกรุงเทพ และ บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ เมื่อเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับและความเสี่ยง พบว่า 1) บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น เป็นหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น และมีความเสี่ยงมากกว่าตลาด 2) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ และ บริษัทจัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล เป็นหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น และมีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาด 3) ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย บริษัท ปตท. และ บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม เป็นหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าสูงกว่าที่ควรจะเป็น และมีความเสี่ยงมากกว่าตลาด และ 4) ธนาคารกรุงเทพ เป็นหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าสูงกว่าที่ควรจะเป็น และมีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาดข้อเสนอแนะคือ นักลงทุนควรจัดพอร์ตการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีผลตอบแทนมากกว่าตลาด ได้แก่ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ และ บริษัทจัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล

คำสำคัญ: แบบจำลองการกำหนดราคาหลักทรัพย์ อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ ความเสี่ยง

Abstract

The findings reveal that the stocks posing higher risk than the market or aggressive stocks are those of True Corporation Public Company Limited, PTT Public Company Limited, Kasikornbank Public Company Limited, The Siam Commercial Bank Public Company Limited, Krungthai Bank Public Company Limited and PTT Exploration and Production Public Company Limited. As for the stocks with lesser risk than the market or defensive stocks, they are those of Advanced Info Service Public Company Limited, Jasmine International Public Company Limited, Bangkok Bank Public Company Limited and Intouch Holdings Public Company Limited. When compared the expected returns with the risk, it is found out that 1) True Corporation Public Company Limited stock is an undervalued stock with higher risk than the market. 2) Advanced Info Service Public Company Limited intouch holdings public company limited and Jasmine International Public Company Limited stocks are undervalued stocks with lesser risk than the market 3) Kasikornbank Public Company Limited, The Siam Commercial Bank Public Company Limited, Krungthai Bank Public Company Limited, PTT Public Company Limited and PTT Exploration and Production Public Company Limited stocks are overvalued stocks with higher risk than the market. Finally, 4) Bangkok Bank Public Company Limited (BBL) stock is overvalued stocks with lesser risk than The market. The findings suggest investors invest on stocks with higher returns than the market such as True Corporation Public Company, Advanced Info Service Public Company Limited, Intouch Holdings Public Company Limited, Jasmine International Public Company Limited. .

Keywords: Capital Asset Pricing, Model Expected, Return Risk

บทนำ

ปัจจุบันการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ได้รับอัตราผลตอบแทนต่ำมากจึงทำให้ผู้ฝากเงินมองหาผลตอบแทนในลักษณะอื่นๆ เพื่อทำให้เงินออมได้รับผลตอบแทนสูงขึ้น การลงทุนในตราสารทุนจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่นักลงทุนให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น เพราะคาดหวังว่าจะได้รับผลตอบแทนมากกว่าการฝากเงินกับธนาคาร อย่างไรก็ตามการลงทุนในตราสารทุนนั้นจัดว่าเป็นตราสารที่มีความเสี่ยงสูงมาก เนื่องจากราคาของตราสารทุนจะเปลี่ยนขึ้นลงทุกวันตามสภาวะของตลาดและผลการดำเนินงานของบริษัทนั้นๆ สำหรับประเทศไทยมีตลาดรองของตราสารทุนคือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นทางเลือกของนักลงทุน ซึ่งเปิดดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 ณ ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ (SET Index) เริ่มต้นที่ 100 จุด กระทั่งสิ้นปี พ.ศ. 2557 ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ ปิดที่ 1,497.67 จุด มีมูลค่าตามราคาตลาดเท่ากับ 13,856,283.31 ล้านบาท เมื่อพิจารณาตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าผลตอบแทนในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน โดยเฉพาะในช่วงที่ประเทศไทยเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 ดัชนีราคาหลักทรัพย์ปรับลดลงอย่างรุนแรงโดยปิดตลาดที่ 372.69 จุด การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จึงมีความเสี่ยงสูง ผู้ลงทุนจะต้องศึกษาข้อมูลอย่างรอบครอบเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ทฤษฎีการลงทุนที่รู้จักกันทั่วโลกคือ แบบจำลองการกำหนดราคาหลักทรัพย์ (Capital Asset Pricing Model) หรือ CAPM เป็นแบบจำลองเกี่ยวกับการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังและความเสี่ยงจากการลงทุน โดยกำหนดให้ความเสี่ยงของตลาดเป็น 1 ถ้าหลักทรัพย์ใดมีความเสี่ยงมากกว่า 1 จัดเป็นหลักทรัพย์ที่มีความผันผวนสูงกว่าตลาด และหลักทรัพย์ใดมีความเสี่ยงน้อยกว่า 1 เป็นหลักทรัพย์ที่มีความผันผวนต่ำกว่าตลาด ดังนั้นถ้านักลงทุนที่มีพฤติกรรมชอบความเสี่ยงสามารถเลือกลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีความผันผวนสูง หรือนักลงทุนที่มีพฤติกรรมไม่ชอบความเสี่ยงสามารถเลือกลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีความผันผวนต่ำ โดยการใช้แบบจำลอง CAPM ในการวิเคราะห์และเลือกกลุ่มหลักทรัพย์

บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีมากถึง 691 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2558) การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มักจะเกิดคำถามว่าควรจะลงทุนในหลักทรัพย์ใด การให้คำแนะนำการลงทุนที่ถูกต้องนั้นควรที่จะต้องรู้พฤติกรรมของนักลงทุนแต่ละรายที่แตกต่างกันในการยอมรับความเสี่ยงที่ไม่เหมือนกันด้วย เพื่อที่จะคัดเลือกหลักทรัพย์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักลงทุน ดังนั้นในการศึกษานี้จึงต้องการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์ต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ว่าหลักทรัพย์ใดมีความเสี่ยงสูงหรือหลักทรัพย์ใดมีความเสี่ยงต่ำ เพื่อการจัดพอร์ตการลงทุนให้เหมาะสมตามพฤติกรรมของนักลงทุนที่แตกต่างกัน การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับกับความเสี่ยงของหลักทรัพย์จำนวน 10 บริษัท ที่มีมูลค่าการซื้อขายสูงสุดในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์ส่วนใหญ่จะอ้างอิงแบบจำลองการกำหนดราคาหลักทรัพย์ (Sharpe, 1964) คือ อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนในตราสารทุนขึ้นอยู่กับระดับความเสี่ยง โดยหลักการลงทุนตามทฤษฎีนี้จะพิจารณาว่าความเสี่ยงที่เกิดขึ้น (Systematic Risk) นักลงทุนจะได้รับการชดเชยผลตอบแทน และเป็นความเสี่ยงที่นักลงทุนไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้โดยการกระจายการลงทุนในหลักทรัพย์หลายๆ อย่าง ดังนั้นการลงทุนที่มีความไม่แน่นอนใด ๆ ควรได้รับผลตอบแทนอย่างน้อยเท่ากับอัตราผลตอบแทนที่ปราศจากความเสี่ยง (Risk-Free Rate) บวกด้วยส่วนชดเชยความเสี่ยง ซึ่งเป็นสัดส่วนกับอัตราชดเชยความเสี่ยงของตลาด โดยสัดส่วนดังกล่าวแสดงด้วยค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (β) และแสดงแบบจำลอง CAPM ได้ดังนี้

$$E(R_i) = R_f + [E(R_m) - R_f]\beta_i$$

เมื่อ $E(R_i)$ = อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับของหลักทรัพย์ i ในช่วงเวลา t
R_f = อัตราผลตอบแทนของตราสารที่ปราศจากความเสี่ยง (ค่า β=0)
$E(R_m)$ = อัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการจากตลาด
β_i = ค่าสัมประสิทธิ์แสดงความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ i

เมื่อทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าการศึกษาส่วนใหญ่ใช้แบบจำลอง CAPM การศึกษาของ ธนัยนันท์ นิมิตชัยวงศ์ (2554) พบว่า อัตราผลตอบแทนส่วนเกิน (a) ของตราสารในกลุ่มธนาคาร ได้แก่ BAY BBL CIMBT KBANK KK KTB SCB TCAP และ TMB มีอัตราผลตอบแทนไม่แตกต่างจากตลาด ส่วนหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงมากกว่าตลาดได้แก่ BAY BBL KBANK KTB SCB TCAP และ TMB และหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาดคือ KK ส่วนหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงไม่แตกต่างจากตลาดคือ CIMB ผลการศึกษาของ นุสรา วีระสุนทร และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2555) พบว่า หลักทรัพย์หมวดประกันภัยและประกันชีวิตที่ผู้ลงทุนควรจะลงทุนซื้อ มี 3 หลักทรัพย์ได้แก่ BKI TIC และ BLA โดยหลักทรัพย์เหล่านี้มีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (Undervalued) ส่วนหลักทรัพย์ที่ควรจะขายมี 3 หลักทรัพย์ ได้แก่ MTI THRE และ NKI โดย หลักทรัพย์เหล่านี้มีมูลค่าสูงกว่าที่ควรจะเป็น (Overvalued) ศรันยา ทัพไชย และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) พบว่า หลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่มีอัตราผลตอบแทนสูงกว่าตลาดมีจานวน 3 หลักทรัพย์ ได้แก่ BOL NINE และCPR ขณะที่หลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนต่ำกว่าตลาดมีจานวน 3 หลักทรัพย์ ได้แก่ ARIP AF และ UMS ด้านความเสี่ยงพบว่าหลักทรัพย์ทั้ง 6 หลักทรัพย์มีค่าเสี่ยงสูงกว่าตลาดได้แก่ NINE AF ARIP UMS CPR และ BOL ปรียศ ทับสมบัติ (2557) พบว่าหลักทรัพย์ในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่มีค่าความเสี่ยงมากกว่าตลาดมี 15 หลักทรัพย์ ได้แก่ CK CNT EMC ITD PAE PLE PREB SEAFCO STEC STPI SYNTEC TPOLY TRC NWR และ UNIQ และ หลักทรัพย์ที่มีค่าความเสี่ยงน้อยกว่าตลาดมี 3 หลักทรัพย์ ได้แก่ BJCHI SRICHA และ TTCL และ ทัดพงศ์ อวิโรธนานนท์ และ วีระพงศ์ อุทธารัตน์ (2558) พบว่า หลักทรัพย์ในกลุ่มปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์และกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงมากกว่าตลาดได้แก่ VNT NEPและ PTL ส่วนหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาด ได้แก่ TPC เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าการวิเคราะห์ส่วนใหญ่จะศึกษาหลักทรัพย์ภายในกลุ่มเดียวกัน เช่น หลักทรัพย์ในกลุ่มธนาคาร หรือเปรียบเทียบกับหลักทรัพย์หลายๆ กลุ่มแตกต่างกัน เช่น หลักทรัพย์ในกลุ่มธนาคาร กลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ดังนั้นในการศึกษานี้จะสนใจวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่มีมูลค่าการซื้อขายสูงสุดจำนวน 10 หลักทรัพย์เพื่อตอบโจทย์การลงทุนของนักลงทุนส่วนใหญ่ ที่มักจะเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ขนาดใหญ่ที่มีมูลค่าการซื้อขายอยู่ในลำดับต้นๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาที่ผ่านมาจะมีทั้งกรณีที่ใช้ข้อมูลที่เป็นรายวัน (ธนัยนันท์ นิมิตชัยวงศ์, 2554) รายสัปดาห์ (ปรียศ ทับสมบัติ, 2557) หรือรายเดือน (ทัดพงศ์ อวิโรธนานนท์, 2558) การศึกษาในครั้งนี้จะใช้ข้อมูลราคาปิดที่เป็นรายวันของหลักทรัพย์เพื่อวิเคราะห์เหตุการณ์และข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงๆ ในช่วงเวลานั้นของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2557 ถึงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2558 รวม 1 ปี เพื่อต้องการประเมินอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในรอบระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ อัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) เป็นตัวแทนอัตราผลตอบแทนของตลาด (Rm) โดยเก็บข้อมูลจาก SETSMART อัตราดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาลไทยอายุ 1 ปี เป็นตัวแทนของหลักทรัพย์ที่ปราศจากความเสี่ยง (Risk-free rate: Rf) เก็บข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทต่างๆ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นตัวแทนของอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ (Ri) เก็บข้อมูลจาก SETSMART

การคัดเลือกหลักทรัพย์เป็นตัวแทนในการศึกษามีหลักเกณฑ์คือ จะเลือกหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยสูงที่สุดในปี พ.ศ. 2557 จำนวน 10 อันดับแรก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายชื่อหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าการซื้อขายสูงสุด 10 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2557

ชื่อหลักทรัพย์	อักษรย่อ	มูลค่าการซื้อขาย (ล้านบาท)
1. บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	TRUE	424,437.94
2. บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)	ADVANC	369,983.65
3. บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	PTT	348,876.19
4. ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	KBANK	304,170.29
5. บริษัทจัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)	JAS	282,165.75
6. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	BBL	277,530.48
7. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	SCB	257,739.18
8. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	KTB	233,056.42
9. บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)	INTUCH	207,609.28
10. บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	PTTEP	206,492.39

ที่มา: SETSMART

การหาค่าความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ i (β_i)

จากแบบจำลองการกำหนดราคาหลักทรัพย์ (CAPM) สามารถแสดงดังสมการ (1)

$$R_{it} = R_{ft} + (R_{mt} - R_{ft})\beta_{it} + \varepsilon_t \quad (1)$$

นำ R_{ft} ลบออกทั้ง 2 ข้างของสมการ (1) จะได้ค่าชดเชยความเสี่ยงอันเนื่องมาจากตลาด หมายถึง ส่วนต่างระหว่างผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์กับอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่ไม่มีความเสี่ยง

$$R_{it} - R_{ft} = (R_{ft} - R_{ft}) + (R_{mt} - R_{ft})\beta_{it} + \varepsilon_t \quad (2)$$

หรือเขียนเป็นรูปสมการถดถอยได้ดังสมการ (3)

$$Y_i = \alpha_i + \beta_i X_i + \varepsilon_t \quad (3)$$

โดยที่ $Y_i = R_{it} - R_{ft}$ คือ ส่วนชดเชยความเสี่ยงของหลักทรัพย์ i ณ เวลา t
$X_i = R_{mt} - R_{ft}$ คือ ส่วนชดเชยความเสี่ยงของตลาด ณ เวลา t
$\alpha_i = R_{ft} - R_{ft}$ คือ อัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์ i ณ เวลา t

จากสมการที่ 3 นำมาคำนวณหาความเสี่ยง (β) และอัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์ i (α_i) ซึ่งค่า α_i หรือ ($R_{ft} - R_{ft}$) ควรเป็น 0 อย่างไรก็ตามในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น มีความเป็นไปได้ว่าค่าอัตราผลตอบแทนส่วนเกินที่คำนวณได้ (α_j) ไม่เท่ากับ 0 หมายความว่าผู้ลงทุนจะได้รับผลตอบแทนส่วนเกินเมื่อผลตอบแทนของตลาด (Rmt – Rft) เป็นศูนย์ หรือสรุปได้ดังนี้

ถ้า $\alpha_i = 0$ แสดงว่ากลุ่มหลักทรัพย์นั้นให้ผลตอบแทน ณ ระดับดุลยภาพ หรือ อยู่บนเส้น SML

ถ้า $\alpha_i > 0$ แสดงว่าหลักทรัพย์นั้นให้ผลตอบแทนสูงกว่า ณ ระดับดุลยภาพ หรือ อยู่เหนือเส้น SML

ถ้า $\alpha_i < 0$ แสดงว่าหลักทรัพย์นั้นให้ผลตอบแทนต่ำกว่า ณ ระดับดุลยภาพ อยู่ใต้เส้น SML

ถ้า $\beta_i > 1$ หมายความว่าอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ i จะเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าการเปลี่ยนแปลงของตลาด หรือ เรียกว่า "Aggressive Stock"

ถ้า $\beta_i = 1$ หมายถึงอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ i จะเปลี่ยนแปลงไปเท่ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาด

ถ้า $\beta_i < 1$ หมายความว่าอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ i จะเปลี่ยนแปลงไปน้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงของตลาด หรือ เรียกว่า "Defensive Stock"

มาตรวัดความเสี่ยงแบบ Sharpe ratio

Sharpe ratio เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากแบบจำลอง CAPM โดยใช้วัดอัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์ (Ri - Rf) ต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงรวม (si) สามารถคำนวณได้จากสูตร

$$\text{Sharpe ratio} = (R_i - R_f) / \sigma_i$$

มาตรวัดความเสี่ยงแบบ Treynor ratio

Treynor ratio เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากแบบจำลอง CAPM โดยใช้วัดอัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์ (Ri - Rf) ต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงที่เป็นระบบ (bi) สามารถคำนวณได้จากสูตร

$$\text{Treynor ratio} = (R_i - R_f) / \beta_i$$

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์ตามแบบจำลอง CAPM แล้วนำมาเปรียบเทียบเพื่อหาอัตราผลตอบแทนต่อ 1 หน่วยความเสี่ยง เพื่อจัดพอร์ตการลงทุน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ i (β_i)

จากสมการที่ 3 นำมาคำนวณหาค่าความเสี่ยงที่เป็นระบบ (β_i) ทั้งนี้พบว่าสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 และมีค่า Durbin-Watson (D.W.) เข้าใกล้ 2 แสดงว่าไม่มีปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ดังตารางที่ 2 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น (TRUE) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ ทรู คอร์ปอเรชั่น มีค่าเท่ากับ 1.4292 หมายความว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนส่วนเกินของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์ทรู คอร์ปอเรชั่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4292 แสดงว่าหลักทรัพย์นี้มีความเสี่ยงมากกว่าตลาดในทิศทางเดียวกัน หรือจัดว่าเป็นหลักทรัพย์เชิงรุก (Aggressive stock)

2. บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (ADVANC) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส มีค่าเท่ากับ 0.6884 หมายความว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนส่วนเกินของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6884 แสดงว่าหลักทรัพย์นี้มีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาดในทิศทางเดียวกัน หรือจัดว่าเป็นหลักทรัพย์เชิงรับ (Defensive stock)

3. บริษัท ปตท. (PTT) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ ปตท. มีค่าเท่ากับ 1.6522 หมายความว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนส่วนเกินของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์ ปตท. เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6522 แสดงว่าหลักทรัพย์นี้มีความเสี่ยงมากกว่าตลาดในทิศทางเดียวกัน หรือจัดว่าเป็นหลักทรัพย์เชิงรุก (Aggressive stock)

4. ธนาคารกสิกรไทย (KBANK) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ธนาคารกสิกรไทย มีค่าเท่ากับ 1.0969 หมายความว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนส่วนเกินของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์ธนาคารกสิกรไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.0969 แสดงว่าหลักทรัพย์นี้มีความเสี่ยงมากกว่าตลาดในทิศทางเดียวกัน หรือจัดว่าเป็นหลักทรัพย์เชิงรุก (Aggressive stock)

5. บริษัท จัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล (JAS) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์จัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล มีค่าเท่ากับ 0.9813 หมายความว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนส่วนเกินของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์จัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9813 แสดงว่าหลักทรัพย์นี้มีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาดในทิศทางเดียวกัน หรือจัดว่าเป็นหลักทรัพย์เชิงรับ (Defensive stock)

6. ธนาคารกรุงเทพ (BBL) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ธนาคารกรุงเทพ มีค่าเท่ากับ 0.6502 หมายความว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนส่วนเกินของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์ธนาคารกรุงเทพ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6502 แสดงว่าหลักทรัพย์นี้มีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาดในทิศทางเดียวกัน หรือจัดว่าเป็นหลักทรัพย์เชิงรับ (Defensive stock)

7. ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ธนาคารไทยพาณิชย์ มีค่าเท่ากับ 1.0815 หมายความว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนส่วนเกินของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์ธนาคารไทยพาณิชย์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.0815 แสดงว่าหลักทรัพย์นี้มีความเสี่ยงมากกว่าตลาดในทิศทางเดียวกัน หรือจัดว่าเป็นหลักทรัพย์เชิงรุก (Aggressive stock)

8. ธนาคารกรุงไทย (KTB) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ธนาคารกรุงไทย มีค่าเท่ากับ 1.1528 หมายความว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนส่วนเกินของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์ธนาคารกรุงไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1528 แสดงว่าหลักทรัพย์นี้มีความเสี่ยงมากกว่าตลาดในทิศทางเดียวกัน หรือจัดว่าเป็นหลักทรัพย์เชิงรุก (Aggressive stock)

9. บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ (INTUCH) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์อินทัช โฮลดิ้งส์ มีค่าเท่ากับ 0.6395 หมายความว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนส่วนเกินของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์อินทัช โฮลดิ้งส์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6395 แสดงว่าหลักทรัพย์นี้มีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาดในทิศทางเดียวกัน หรือจัดว่าเป็นหลักทรัพย์เชิงรับ (Defensive stock)

10. บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม (PTTEP) พบว่า ความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม มีค่าเท่ากับ 1.8929 หมายความว่าเมื่ออัตราผลตอบแทนส่วนเกินของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์ ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8929 แสดงว่าหลักทรัพย์นี้มีความเสี่ยงมากกว่าตลาดในทิศทางเดียวกัน หรือจัดว่าเป็นหลักทรัพย์เชิงรุก (Aggressive stock)

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ i (Ri) และผลตอบแทนตลาดหลักทรัพย์ (Rm)

Stocks	ค่า	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	R-squared	D.W.
TRUE	α	0.0352	0.1217	0.2895	0.7724	0.2998	2.2514
	β	1.4292	0.1406	10.1604	0.0000***		
ADVANC		0.0512	0.0707	0.7248	0.4693	0.2274	2.1788
	β	0.6884	0.0817	8.4230	0.0000***		
PTT	α	-0.0387	0.0950	-0.4076	0.6839	0.4841	2.0175
	β	1.6522	0.1098	15.0408	0.0000***		
KBANK	α	-0.0493	0.0792	-0.6234	0.5336	0.3733	1.6854
	β	1.0969	0.0915	11.9819	0.0000***		
JAS	α	0.0270	0.1693	0.1597	0.8732	0.0944	2.0005
	β	0.9813	0.1956	5.0147	0.0000***		
BBL	α	-0.0553	0.0574	-0.9633	0.3364	0.2849	2.1360
	β	0.6502	0.0663	9.7995	0.0000***		
SCB	α	-0.0469	0.0729	-0.6431	0.5208	0.4056	1.8545
	β	1.0815	0.0843	12.8241	0.0000***		
KTB	α	-0.0485	0.0795	-0.6106	0.5420	0.3949	1.7813
	β	1.1528	0.0919	12.5437	0.0000***		
INTUCH		0.0448	0.0541	0.8282	0.4084	0.3022	2.1585
	β	0.6395	0.0625	10.2179	0.0000***		
PTTEP	α	-0.1872	0.1157	-1.6179	0.1070	0.4538	2.0163
	β	1.8929	0.1337	14.1515	0.0000***		

หมายเหตุ: *** ระดับนัยสำคัญ 0.01

การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับของหลักทรัพย์ i E(Ri)

อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ (Expected return) ของหลักทรัพย์ i ดังตารางที่ 3 พบว่าหลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นบวกมี 2 หลักทรัพย์ ได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (ADVANC) มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นร้อยละ 0.0046 ต่อวัน และ บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ (INTUCH) มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นร้อยละ 0.0015 ต่อวัน ส่วนหลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นลบมี 8 หลักทรัพย์ ได้แก่ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น (TRUE) มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นร้อยละ -0.0615 ต่อวัน บริษัท ปตท. (PTT) มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นร้อยละ -0.1506 ต่อวัน ธนาคารกสิกรไทย (KBANK) มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นร้อยละ -0.1236 ต่อวัน บริษัทจัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล (JAS) มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นร้อยละ -0.0393 ต่อวัน ธนาคารกรุงเทพ (BBL) มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นร้อยละ -0.0993 ต่อวัน ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB) มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นร้อยละ -0.1201 ต่อวัน ธนาคารกรุงไทย (KTB) มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นร้อยละ -0.1266 ต่อวัน และบริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม (PTTEP) มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นร้อยละ -0.3154 ต่อวัน ทั้งนี้พบว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับของหลักทรัพย์โดยส่วนใหญ่เป็นลบ เนื่องจากช่วงเวลาที่ศึกษาผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์อยู่ในช่วงลดลง อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ทำให้ทราบว่ายังมีหลักทรัพย์บางตัวที่ให้อัตราผลตอบแทนเป็นบวก

ตารางที่ 3 อัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับของหลักทรัพย์ i E(Ri)

Sectors	Rf	Rm	α_i	i	$E(Ri) = \alpha i + [Rm - Rf] \beta i$
TRUE	0.0049	-0.0628	0.0352	1.4292	-0.0615
ADVANC	0.0049	-0.0628	0.0512	0.6884	0.0046
PTT	0.0049	-0.0628	-0.0387	1.6522	-0.1506
KBANK	0.0049	-0.0628	-0.0493	1.0969	-0.1236
JAS	0.0049	-0.0628	0.0270	0.9813	-0.0393
BBL	0.0049	-0.0628	-0.0553	0.6502	-0.0993
SCB	0.0049	-0.0628	-0.0469	1.0815	-0.1201
KTB	0.0049	-0.0628	-0.0485	1.1528	-0.1266
INTUCH	0.0049	-0.0628	0.0448	0.6395	0.0015
PTTEP	0.0049	-0.0628	-0.1872	1.8929	-0.3154

หมายเหตุ: การหา E(Ri) ใช้ αi แทน Rf เนื่องจากอัตราผลตอบแทนส่วนเกินของหลักทรัพย์ i (αi) มีค่าไม่เท่ากับ 0

เปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ [E(Ri)] และความเสี่ยงที่เป็นระบบ (βi)

เมื่อเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ และความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ i บนเส้นตลาดหลักทรัพย์ (Security Market Line: SML) พบว่าการศึกษานี้ได้เส้น SML ที่มีความชันเป็นลบ แตกต่างจากเส้น SML โดยทั่วไปที่แสดงความสัมพันธ์ในเชิงบวก หมายความว่าอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ดังนั้นหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูงอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับเป็นลบมากขึ้นด้วย ซึ่งเกิดขึ้นได้ในภาวะที่ตลาดหลักทรัพย์มีแนวโน้มลดลง อย่างไรก็ตามในระยะ 3 ปี หรือ 5 ปี เส้น SML จะมีความชันเป็นบวกสอดคล้องกับทฤษฎี เพราะแบบจำลอง CAPM เป็นการวิเคราะห์หลักทรัพย์ในระยะยาว ดังนั้นในสถานการณ์ที่ตลาดหลักทรัพย์มีแนวโน้มลดลง นักลงทุนสามารถเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ที่อยู่เหนือเส้น SML โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 กลุ่ม ดังภาพที่ 1 คือ

กลุ่ม 1 หลักทรัพย์ที่อยู่เหนือเส้น SML และความเสี่ยงที่เป็นระบบมีค่ามากกว่า 1

หมายถึง หลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการ หรือหลักทรัพย์นั้นมีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (undervalued) ดังนั้นราคาของหลักทรัพย์จึงมีแนวโน้มปรับสูงขึ้นจนกระทั่งอัตราผลตอบแทนลดลงและกลับเข้าสู่เส้น SML นอกจากนี้หลักทรัพย์กลุ่มนี้ยังมีความเสี่ยงมากกว่าความเสี่ยงของตลาด ได้แก่ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น (TRUE)

กลุ่ม 2 หลักทรัพย์ที่อยู่เหนือเส้น SML และความเสี่ยงที่เป็นระบบมีค่าน้อยกว่า 1

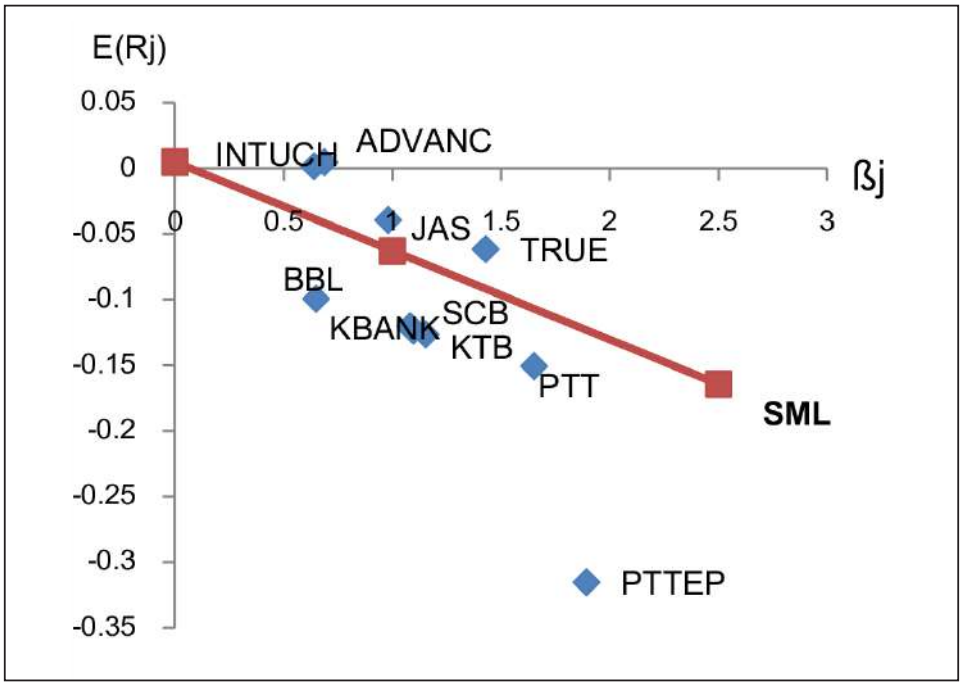
หมายถึง หลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการ หรือหลักทรัพย์นั้นมีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (undervalued) ดังนั้นราคาของหลักทรัพย์จึงมีแนวโน้มปรับสูงขึ้นจนกระทั่งอัตราผลตอบแทนลดลงและกลับเข้าสู่เส้น SML นอกจากนี้หลักทรัพย์กลุ่มนี้ยังมีความเสี่ยงน้อยกว่าความเสี่ยงของตลาด ได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (ADVANC) บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ (INTUCH) และ บริษัทจัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล (JAS)

กลุ่ม 3 หลักทรัพย์ที่อยู่ใต้เส้น SML และความเสี่ยงที่เป็นระบบมีค่ามากกว่า 1

หมายถึง หลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการ หรือหลักทรัพย์นั้นมีมูลค่าสูงกว่าที่ควรจะเป็น (overvalued) ดังนั้นราคาของหลักทรัพย์จึงมีแนวโน้มปรับลดลงจนกระทั่งอัตราผลตอบแทนเพิ่มขึ้นและกลับเข้าสู่เส้น SML นอกจากนี้หลักทรัพย์กลุ่มนี้ยังมีความเสี่ยงมากกว่าความเสี่ยงของตลาด ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย (KBANK) ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB) ธนาคารกรุงไทย (KTB) บริษัท ปตท. (PTT) และ บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม (PTTEP)

กลุ่ม 4 หลักทรัพย์ที่อยู่ใต้เส้น SML และความเสี่ยงที่เป็นระบบมีค่าน้อยกว่า 1

หมายถึง หลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการ หรือหลักทรัพย์นั้นมีมูลค่าสูงกว่าที่ควรจะเป็น (overvalued) ดังนั้นราคาของหลักทรัพย์จึงมีแนวโน้มปรับลดลงจนกระทั่งอัตราผลตอบแทนเพิ่มขึ้นและกลับเข้าสู่เส้น SML นอกจากนี้หลักทรัพย์กลุ่มนี้ยังมีความเสี่ยงน้อยกว่าความเสี่ยงของตลาด ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ (BBL)



ภาพที่ 1 เปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับและความเสี่ยงที่เป็นระบบของหลักทรัพย์ i

วิเคราะห์อัตราผลตอบแทนส่วนเกินและความเสี่ยงของหลักทรัพย์

1. การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงรวม (Sharpe ratio)

พบว่าอัตราผลตอบแทนส่วนเกินของตลาดต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงรวมมีค่าร้อยละ -0.0782 และหลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงรวมมากกว่าอัตราผลตอบแทนของตลาด ได้แก่ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น (TRUE) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (ADVANC) บริษัท ปตท. (PTT) บริษัทจัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล (JAS) และ บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ (INTUCH) ส่วนหลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงรวมน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนของตลาด ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย (KBANK) ธนาคารกรุงเทพ (BBL) ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB) ธนาคารกรุงไทย (KTB) และบริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม (PTTEP) ในขณะที่หลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงรวมสูงที่สุด คือ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (ADVANC) และ บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ (INTUCH) ส่วนหลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงรวมต่ำที่สุด คือ บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม (PTTEP) และ ธนาคารกรุงเทพ (BBL) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 อัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงรวม (Sharpe ratio)

Stock	Ri	Rf	Ri-Rf	SDi	Sharpe ratio
TRUE	-0.0565	0.0049	-0.0614	2.2560	-0.0275
ADVANC	0.0095	0.0049	0.0046	1.2478	0.0037
PTT	-0.1456	0.0049	-0.1505	2.0526	-0.0733
KBANK	-0.1187	0.0049	-0.1236	1.5519	-0.0796
JAS	-0.0344	0.0049	-0.0393	2.7596	-0.0142
BBL	-0.0944	0.0049	-0.0993	1.0530	-0.0943
SCB	-0.1152	0.0049	-0.1201	1.4679	-0.0818
KTB	-0.1216	0.0049	-0.1265	1.5856	-0.0798
INTUCH	0.0064	0.0049	0.0015	1.0055	0.0015
PTTEP	-0.3104	0.0049	-0.3153	2.4288	-0.1298

2. การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงที่เป็นระบบ (Treynor ratio)

พบว่าอัตราผลตอบแทนส่วนเกินของตลาดต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงที่เป็นระบบมีค่าร้อยละ -0.0782 และหลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงที่เป็นระบบมากกว่าอัตราผลตอบแทนของตลาด ได้แก่ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น (TRUE) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (ADVANC) บริษัทจัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล (JAS) และ บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ (INTUCH) ส่วนหลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงที่เป็นระบบน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนของตลาด ได้แก่ บริษัท ปตท. (PTT) ธนาคารกสิกรไทย (KBANK) ธนาคารกรุงเทพ (BBL) ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB) ธนาคารกรุงไทย (KTB) และ บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม (PTTEP) ในขณะที่หลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงที่เป็นระบบสูงที่สุด คือ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (ADVANC) และ บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ (INTUCH) ส่วนหลักทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงที่เป็นระบบต่ำที่สุด คือ บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม (PTTEP) และ ธนาคารกรุงเทพ (BBL) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 อัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อ 1 หน่วยความเสี่ยงที่เป็นระบบ (Treynor ratio)

Stock	Ri	Rf	Ri-Rf	β_i	Treynor ratio
TRUE	-0.0565	0.0049	-0.0614	1.4292	-0.0430
ADVANC	0.0095	0.0049	0.0046	0.6884	0.0067
PTT	-0.1456	0.0049	-0.1505	1.6522	-0.0911
KBANK	-0.1187	0.0049	-0.1236	1.0969	-0.1126
JAS	-0.0344	0.0049	-0.0393	0.9813	-0.0401
BBL	-0.0944	0.0049	-0.0993	0.6502	-0.1527
SCB	-0.1152	0.0049	-0.1201	1.0815	-0.1110
KTB	-0.1216	0.0049	-0.1265	1.1528	-0.1097
INTUCH	0.0064	0.0049	0.0015	0.6395	0.0024
PTTEP	-0.3104	0.0049	-0.3153	1.8929	-0.1665

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์ โดย Sharpe Ratio และ Treynor Ratio เป็นการศึกษาตามแบบจำลอง CAPM โดยการเลือกหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าการซื้อขายสูงที่สุดในปี พ.ศ. 2557 จำนวน 10 บริษัท และเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2557 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2558 เป็นช่วงที่ตลาดมีแนวโน้มลดลง สรุปได้ดังนี้

หลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงมากกว่าตลาด หรือเป็นหลักทรัพย์เชิงรุก (Aggressive stock) ได้แก่ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น บริษัท ปตท. ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย และ บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม ส่วนหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาด หรือเป็นหลักทรัพย์เชิงรับ (Defensive stock) ได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส บริษัท จัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล ธนาคารกรุงเทพ และ บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ เมื่อเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับและความเสี่ยง จะแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น เป็นหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (undervalued) และมีความเสี่ยงมากกว่าตลาด 2) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ และ บริษัทจัสมิน อินเตอร์เนชั่นแนล เป็นหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (undervalued) และมีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาด 3) ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย บริษัท ปตท. และ บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม เป็นหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าสูงกว่าที่ควรจะเป็น (overvalued) และมีความเสี่ยงมากกว่าตลาด และ 4) ธนาคารกรุงเทพ (BBL) เป็นหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าสูงกว่าที่ควรจะเป็น (overvalued) และมีความเสี่ยงน้อยกว่าตลาด เมื่อนำมาวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อความเสี่ยงรวมด้วยวิธี Sharpe ratio และ อัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อความเสี่ยงที่เป็นระบบด้วยวิธี Treynor ratio พบว่าทั้ง 2 วิธีให้ผลการศึกษาที่ไม่แต่ต่างกัน คือ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส และ บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ มีอัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อความเสี่ยงเป็นบวก ในขณะที่อีก 8 หลักทรัพย์ มีอัตราผลตอบแทนส่วนเกินต่อความเสี่ยงเป็นลบ เพราะในช่วงระยะเวลาที่ศึกษาเป็นช่วงที่อัตราผลตอบแทนของตลาดลดลง (Rm = -0.0628) หลักทรัพย์โดยส่วนใหญ่จะมีอัตราผลตอบแทนติดลบ ดังนั้นในช่วงที่ตลาดหลักทรัพย์อยู่ในสภาวะตกต่ำและมีอัตราผลตอบแทนติดลบ การสร้างกลุ่มหลักทรัพย์ที่เหมาะสมสำหรับนักลงทุนแต่ละคน (optimal portfolio) หรือตามหลักการกระจายการลงทุนในหลักทรัพย์ นักลงทุนควรจัดสรรเงินลงทุนในสินทรัพย์ที่ปราศจากความเสี่ยงเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ควรที่จะมีการศึกษาเพิ่มเติมโดยใช้แบบจำลองการกำหนดราคาหลักทรัพย์อื่นๆ เช่น แบบจำลอง Arbitrage Pricing Theory

บรรณานุกรม

ทัดพงศ์ อวิโรธนานนท์, และวีระพงศ์ อุทธารัตน์. (2558). การเปรียบเทียบแบบจำลอง CAPM และแบบจำลอง 3 ปัจจัยในการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนหลักทรัพย์. *วารสารวิทยาการจัดการ, 32*(1), 1-17.

ธนัยนันท์ นิมิตชัยวงศ์. (2554). *การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหมวดธนาคาร* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ธีระ ลัมประเสริฐ, และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2555). การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของการลงทุนในหลักทรัพย์หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค ตัวแบบจำลองการกำหนดราคาหลักทรัพย์. *วารสาร การเงิน การลงทุน การตลาด และบริหารธุรกิจ, 2*(4), 247-264.

นพดล อุดมวิศวกุล, อภิญญา วนเศรษฐ, และสุนีย์ ศีลพิพัฒน์. (2555). *การวิเคราะห์เปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงในตราสารทางการเงินสำหรับการจัดพอร์ตการลงทุน.* (การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 2). นนทบุรีฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นุสรา วีระสุนทร, และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2555). ความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ หมวดประกันภัยและประกันชีวิตโดยใช้แบบจำลอง CAPM. *วารสาร เอ็ม เอ็ม เอ็ม รีวิว, 8*(4), 1-17.

เบญจภรณ์ แสงประสาทผล, และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). การศึกษาเปรียบเทียบความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์หมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม โดยใช้แบบจำลอง CAPM. *วารสารสังคมศาสตร์, 2*(2), 22-29.

ปรียศ ทับสมบัติ. (2557). *การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หมวดบริการรับเหมาก่อสร้างโดยใช้แบบจำลองราคาหลักทรัพย์ CAPM.* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศรันยา ทัพไชย, และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). การศึกษาเปรียบเทียบความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ โดยใช้แบบจาลอง CAPM. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 5,* 38-48.

สุธีรัตน์ กิตติโชควัฒนา, และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2557). การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงจากการลงทุน ในหลักทรัพย์กลุ่มทรัพยากรพลังงานและสาธารณูปโภคโดยใช้ทฤษฎีการตั้งราคาหลักทรัพย์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 6*(11), 135-148.

Chen, C.D., Demirer, R., & Jategaonkar, S.P. (2015). Risk and return in the Chinese stock market: Does equity return dispersion proxy risk. *Pacific-Basin Finance Journal, 33,* 23-37.

Cheng, A.R., & Jahan-Parvar, M.R. (2014). Risk–return trade-off in the pacific basin equity markets. *Emerging Markets Review, 18,* 123-140.

Fisher, D.E., & Jordan, R.J. (1995). *Security Analysis and Portfolio Management.* New Jersey: Prentice-Hall.

Sharpe, W.F. (1964). Capital asset prices: A theory of market equilibrium under condition of risk.. *Journal of Finance, 19*(3), 425-442.

ความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนใต้[1]

PUBLIC CONFIDENCE TO OPERATION OF MINISTRY OF JUSTICE IN THE SOUTHERN BORDER

กรกฎ ทองขะโชค*
Korakod Tongkachok*
จำนงค์ แรกพินิจ**
Chamnong Rackphinit**
สุทธิพร บุญมาก***
Suttiporn Bunmak***
ธีรพร ทองขะโชค****
Teeraporn Tongkachok ****

* รองศาสตราจารย์ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
* Associate Professor of Law. Faculty of Law, Thaksin University
* Email: tkorakod@hotmail.com
** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
** Assistant Professor, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University
** Email: chamnong@hotmail.com
*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
*** Assistant Professor, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University
*** Email: neng_uow@hotmail.com
**** อาจารย์ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยทักษิณ
**** Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University
**** Email: dr.teeraporntsu2557@gmail.com

[1]ได้นำเสนอในที่ประชุมผลงานวิจัยภาคบรรยาย(Oral Presentation) การประชุมวิชาการระดับชาติเครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศ ประจำปี 2558 การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยมหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่ 25 เมื่อวันที่ 10-12 พฤษภาคม 2558 จัดโดยมหาวิทยาลัยทักษิณและได้ปรับปรุงตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำจากการประชุมแล้ว

บทคัดย่อ

ความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนใต้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความเชื่อมั่นของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่อการดำเนินงานตามภารกิจของกระทรวงยุติธรรม อันจะนำไปสู่การยกระดับความเชื่อมั่นของประชาชนในพื้นที่ต่อการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรม เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยประชากรในการวิจัยในครั้งนี้คือประชาชนผู้ใช้บริการต่อหน่วยงาน สังกัดกลุ่มภารกิจด้านพัฒนาพฤตินิสัยและสำนักงานยุติธรรมจังหวัดกระทรวงยุติธรรม จำนวน 27 หน่วยงาน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 630 คน และดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้บริหารในหน่วยงานสังกัดกรม และสำนักงานยุติธรรมจังหวัด กระทรวงยุติธรรม ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และจัดเวทีประชุมกลุ่มเพื่อนำเสนอผลการศึกษาฉบับสมบูรณ์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการได้รับประโยชน์ (Stakeholders) ตลอดจนนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ประชาสังคม เอกชน เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการกำหนดแนวทางสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนต่อหน่วยงานของกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ในพื้นที่ห้าจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลการวิจัยหน่วยงานในกลุ่มภารกิจด้านพฤตินิสัยการควบคุมไม่ใช่เพียงแต่ไม่ให้หลบหนี แต่ควรให้ผู้ต้องขังอยู่ในบริเวณโดยรักษาความศักดิ์สิทธิ์ ความเชื่อมั่นในคำพิพากษาด้วย ในส่วนผู้กระทำความผิดที่ภาครัฐดูแลแม้ว่าส่วนใหญ่ก็ไม่แตกต่างกับพื้นที่อื่นๆ ของประเทศ แต่ด้วยความเป็นอัตลักษณ์ส่วนใหญ่จะเป็นพี่น้องมุสลิม หากแต่ละหน่วยงานสามารถสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนที่มาใช้บริการได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ก็สามารถยกระดับความเชื่อมั่นในหน่วยงานได้ งานยุติธรรมชุมชนภายใต้สำนักงานยุติธรรมจังหวัดในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ควรเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยเครือข่ายยุติธรรมชุมชนทำให้เกิดโอกาสทัดเทียมกัน ในความรู้สึกเดิมๆ ของประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ถึงการที่ภาครัฐเลือกปฏิบัติ

คำสำคัญ: ความเชื่อมั่น กระทรวงยุติธรรม จังหวัดชายแดนใต้

Abstract

Public confidence to Operation of Ministry of Justice in the Southern border provinces is on the purpose of researching and studying the public confidential level for the operation under Ministry of Justice's missions. The author hopes that at the end, this will increase public confidence in the studied area. The research was an exploratory research. The samples were 630 residents who have acquired services from 27 behavioral development departments and justice provincial offices in the five Southern border provinces. The study was also exercised by the in-depth interview with chief executive officers in the justice provincial offices. Moreover, the study was examined by the group conference in order to be presented the feedbacks to stakeholders, academicians, communities and private sectors.

The study has shown that the behavioral control group should keep the suspect in the areas with the respect to regulation and judgment. For the offenders whose identity mostly is Muslim, they have been treated as same as other citizen in other part of Thailand. However, if any governmental offices are able to provide a clear and right understanding to the citizen who have been given the services. This can increase the public confidence level. Community justice works exercised by the justice provincial offices should be focused on the development of life quality using community justice network which leads to equality.

Keywords: Confidence, Ministry of Justice, Provinces in the Southern

บทนำ

ปัญหาความไม่สงบชายแดนภาคใต้ดังกล่าวได้เกิดขึ้นโดยมีสาเหตุเชื่อมโยงกันหลายมิติ มิติด้านอำนวยความยุติธรรมก็เป็นอีกมิติหนึ่งที่เป็นสาเหตุทำให้เกิดความไม่สงบเกิดขึ้นในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ในห้วงอดีตที่ผ่านมามิติด้านการอำนวยความยุติธรรมขาดการยอมรับและขาดความเชื่อมั่นจากประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ไม่สามารถเป็นที่พึ่งของประชาชนได้อย่างแท้จริง ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากกรณีเจ้าหน้าที่ของรัฐบังคับใช้กฎหมายขาดประสิทธิภาพ บังคับใช้กฎหมายอย่างเลือกปฏิบัติ หรือละเมิดสิทธิของบุคคล ความหวาดระแวงของประชาชน ความไม่ไว้วางใจเจ้าหน้าที่ของรัฐ ได้นำไปสู่การเสื่อมศรัทธาต่อกฎหมายและหลักนิติธรรมในท้ายที่สุด การเสริมสร้างความยุติธรรมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ถือเป็นความหวังในการแก้ไขปัญหาความไม่สงบในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ โดยการร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐเครือข่ายต่างๆ ได้แก่ กรมคุมประพฤติผ่านเครือข่ายอาสาสมัครคุมประพฤติ สำนักงานยุติธรรมจังหวัดผ่านเครือข่ายยุติธรรมชุมชน และกลุ่มผู้นำชุมชนท้องถิ่นในแต่ละชุมชน ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีคิดว่าการอำนวยความยุติธรรมนั้นจะต้องเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายเท่านั้นมาอำนวยการยุติธรรม แต่หากชุมชนเป็นเจ้าของกระบวนการยุติธรรมด้วยตัวเองโดยมีภาครัฐอยู่ข้างๆ คอยสนับสนุนและส่งเสริมประชาชนก็จะเกิดความเชื่อมั่นต่อการอำนวยความยุติธรรมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ยิ่งขึ้น

ปัญหาความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่ได้รับความเป็นธรรม รวมถึงการขาดโอกาสในการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรม จึงเป็นเหตุให้กระบวนการยุติธรรมและการบังคับใช้กฎหมายในพื้นที่ถูกใช้เป็นเงื่อนไขในการสร้างความรุนแรง และความไม่ไว้วางใจต่อเจ้าหน้าที่รัฐ จึงจำเป็นต้องเร่งสร้างความเชื่อมั่นในการ ดำเนินงานของเจ้าหน้าที่รัฐ และความเชื่อมั่นในกระบวนการยุติธรรมให้เกิดขึ้นในพื้นที่ กระทรวงยุติธรรมเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่บริหารจัดการกระบวนการยุติธรรม และเสริมสร้างอำนวยความยุติธรรมให้เกิดขึ้นในพื้นที่ จึงมีหน้าที่ในการให้ความช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่ที่เข้าสู่กระบวนการยุติธรรม รวมถึงสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย กระบวนการยุติธรรม สิทธิและเสรีภาพให้แก่ประชาชน ซึ่งมีการดำเนินงานโดยแบ่งตามบทบาทภารกิจของแต่ละหน่วยงาน การดำเนินงานแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของกระทรวงยุติธรรมในปัจจุบัน ได้ดำเนินงานตามแนวทางเข้าใจ เข้าถึง พัฒนา และหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและยึดโยงกับนโยบายรัฐบาลรวมถึงนโยบายที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้และเพื่อให้หน่วยงานกระทรวงยุติธรรมมีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนสอดคล้องกับนโยบายการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศ กระทรวงยุติธรรมจึงได้กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์แก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของกระทรวงยุติธรรม พ.ศ. 2558 – 2560 ขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้เกิดความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรม ซึ่งยุทธศาสตร์ที่สำคัญประการหนึ่ง คือการเสริมสร้างประสิทธิภาพการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงยุติธรรม เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงบริการของกระทรวงยุติธรรมและเกิดความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรมอันส่งผลต่อความเป็นธรรมขึ้นในจังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งการดำเนินการตามแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยสันติวิธี เพื่อนำไปสู่ความปลอดภัยปราศจากเงื่อนไขการใช้ความรุนแรง มีสภาวะแวดล้อมที่เอื้อต่อการแสวงหาทางออกจากความขัดแย้งโดยทุกภาคส่วนมีความเข้าใจไว้วางใจ และมีส่วนร่วมในการกระบวนการเสริมสร้างสันติภาพ ดังนั้นเพื่อให้หน่วยงานกระทรวงยุติธรรมได้มีข้อมูลที่สะท้อนผลการดำเนินงานตามภารกิจ รวมทั้งเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการต่อไป จึงต้องจัดให้มีการประเมินความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนภาคใต้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความเชื่อมั่นของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีต่อการดำเนินงานตามภารกิจของกระทรวงยุติธรรม เพื่อให้กระทรวงยุติธรรมได้มีข้อมูลสำหรับปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการของหน่วยงาน

2. เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายและเชิงการปฏิบัติอันจะนำไปสู่การยกระดับความเชื่อมั่นของประชาชนในพื้นที่ต่อการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรม

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่นในองค์กร หมายถึง ความรู้สึกความมั่นใจและการสนับสนุน ที่บุคคลมีต่อองค์การ เป็นความเชื่อที่องค์การต้องซื่อตรงและสร้างความผูกพัน (Gilbert, & Tang, 1998, pp. 321-338) ความเชื่อมั่นในองค์กร (Organization trust) เกิดจากความเชื่อในความซื่อตรง (Gillis, 2003, pp. 10-12) คุณลักษณะและความสามารถขององค์กร เป็นปัจจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยจะยังคงอยู่ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความมั่นใจและเชื่อต่อสิ่งๆ นั้น (Lewicki, McAllister, & Bies, 1998, p. 438) สิริอร วิชชาวุธ (2544, น. 56-77) ได้กล่าวว่า เมื่อบุคคลเชื่อและไว้วางใจในความสำคัญและคุณค่าขององค์กรที่มีต่อตนเองความเชื่อมั่นนี้จะเป็นตัวกำหนดวิถีทางของพฤติกรรมของบุคคล เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงวิถีทางของการกระทำว่าอะไรควรทำและอะไรไม่ควรทำ ซึ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานของจริยธรรมในการทำงาน เช่น ความซื่อตรงจงรักภักดี การเปิดเผย

ความเชื่อมั่นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ซึ่งเป็นผลที่ได้รับมาจากประสบการณ์ที่ได้รับไม่ว่าจะเป็นจากบุคคลหรือองค์กร (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2542, น. 78-98) ความเชื่อมั่นก่อเกิดภายในกรอบของการปฏิสัมพันธ์ที่ได้รับอิทธิพลทั้งจากบุคคลและระบบสังคม ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการวิจัยโดยมุ่งเน้นความเชื่อมั่นในองค์กร (Organization trust) ที่มีต่อการดำเนินงานในระดับองค์กร (ประพนธ์ สหพัฒนาและเสกสัณ เครือคำ, 2556, น. 89-104) จึงสรุปความหมายของความเชื่อในการดำเนินงานขององค์กรว่า เป็นทัศนะของบุคคลที่แสดงออกถึงความไว้วางใจและความเชื่อถือในพฤติกรรมการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร ในลักษณะของการปฏิบัติงานตามหน้าที่และการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ ความเชื่อและความเลื่อมใสของประชาชน ที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของหน่วยงาน ในกลุ่มภารกิจด้านพฤตินิสัยและสำนักงานยุติธรรมในห้าจังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ จังหวัดยะลา จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี จังหวัดสตูลและจังหวัดสงขลา ต่อกระบวนการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล เป็นทัศนะของบุคคลที่แสดงออกถึงความไว้วางใจและความเชื่อถือต่อแนวปฏิบัติในการทำงานเพื่อสร้างกระบวนการการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ ผ่านหลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ หลักความคุ้มค่า

การอำนวยความยุติธรรม

กิตติพงษ์ กิตยารักษ์ (2543, น. 112-113) ได้กล่าวไว้ว่า การอำนวยความยุติธรรมเป็นหน้าที่ของรัฐ กล่าวคือ ทั้งในแง่ของ การบังคับใช้กฎหมายซึ่งต้องดำเนินการอย่างเสมอภาคและไม่เลือกปฏิบัติ และยังหมายถึง กระบวนการในการดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย กระบวนการยุติธรรมทั้งระบบต้องดำเนินด้วยความเร็วและเท่าเทียมกัน โดยไม่เลือกปฏิบัติด้วยความเสมอภาคของบุคคลภายใต้กฎหมาย (equality before the law) ซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานที่สำคัญที่สุดของหลักนิติธรรม ที่ถือว่าทุกคนต้องอยู่ภายใต้กฎหมายเดียวกันอย่างเสมอภาค ดังนั้น หากประเทศใดให้ความสำคัญแก่แนวความคิดในเรื่องการคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพของประชาชนเป็นหลักแล้ว ก็จะเน้นหนักไปในทางคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพของผู้บริสุทธิ์มิให้ถูกล่วงละเมิดโดยไม่เป็นธรรมจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ สิทธิส่วนตัวของบุคคลจะถูกคุ้มครองจึงควรให้มีกระบวนการกลั่นกรองคดีในชั้นเจ้าพนักงานและดำเนินกระบวนพิจารณาไปตามแนวทาง Due Process

Blumberg (1970, p. 8) ได้กล่าวไว้ว่า ความแตกต่างระหว่างความคิดของทฤษฎีกระบวนการนิติธรรม(Due Process) กับทฤษฎีการควบคุมอาชญากรรม(Crime Control) อยู่ที่วิธีปฏิบัติ(Procedures) ในการพิจารณาถึงทฤษฎีควบคุมอาชญากรรม และทฤษฎีกระบวนการนิติธรรม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มประเทศที่ใช้

ระบบกฎหมายคอมมอนลอว์ (Common Law) เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ หรือประเทศที่ใช้ประมวลกฎหมาย (Civil Law) เช่น สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ประเทศสาธารณรัฐฝรั่งเศส ต่างก็ได้พยายามที่จะเสาะแสวงหาหนทางในการประสานประโยชน์ระหว่างแนวคิดทั้งสองประการดังกล่าว เพื่อให้เกิดมีความสมดุล ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าจะเป็นระบบผสมของทั้งสองทฤษฎี ซึ่งทฤษฎีกระบวนการนิติธรรมอาจเป็นระบบในอุดมคติ (Ideal Type)

ธรรมาภิบาล

คำว่า ธรรมาภิบาล หรือที่บางท่านเรียกว่า ธรรมรัฐ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "good governance" ทิพาวดี เมฆสวรรค์ (2546, น. 29-30) ได้กล่าวไว้ว่า ได้เริ่มนำมาใช้เมื่อต้นทศวรรษที่ 1990 โดยปรากฏในรายงานของธนาคารโลก และเอกสารของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ซึ่งองค์การระหว่างประเทศทั้งสองนี้ถือว่า เป็นพื้นฐานสำคัญในการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจของประเทศที่รับความช่วยเหลือทางการเงิน โดยกำหนดเป็นเงื่อนไขให้ประเทศที่ได้รับความช่วยเหลือทางการเงินจะต้องสร้างให้เกิดธรรมาภิบาลขึ้น และบงกช สุทัศน์ ณ อยุธยา (2557, น. 7-8) ได้กล่าวไว้ว่า หมายรวมถึงการที่กลไกของรัฐทั้งการเมืองและการบริหาร มีความแข็งแกร่ง มีประสิทธิภาพ สะอาด โปร่งใส และรับผิดชอบ เป็นการให้ความสำคัญกับภาครัฐและรัฐบาลเป็นด้านหลัก นั้นคือกระบวนความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐ ภาคสังคม ภาคเอกชนและประชาชน ในการที่จะทำให้การบริหารราชการแผ่นดินดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยมีกลไกของรัฐที่มีความแข็งแกร่ง มีการบริหารที่เป็นธรรม การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนในทุกกลุ่มทุกภาคส่วนของสังคมไทยให้มีพื้นฐานทางจิตใจที่ยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และความรอบรู้ อันเป็นเงื่อนไขที่จะทำให้เกิดการประพฤติปฏิบัติตนได้อย่างมีเหตุผล รู้จักสิทธิหน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะพลเมืองไทยตามระบอบประชาธิปไตย

องค์กรพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Programmer : UNDP) ได้กำหนดคุณลักษณะของธรรมาภิบาลดังนี้ (UNDP,1997, pp. 67-89) การมีส่วนร่วม (Participation) ชายและหญิงมีสิทธิในการตัดสินใจผ่านสถาบันอันชอบธรรม การมีส่วนร่วมที่เปิดกว้างอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพ นิติธรรม (Rule of Law) กรอบกฎหมายต้องเป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติ (กรกฎ ทองขะโชค, 2556, น.1-20) ความโปร่งใส (Transparency) มีความเสรีด้านข้อมูลข่าวสาร สามารถเข้าถึงสถาบันข้อมูลข่าวสารได้โดยตรง การตอบสนอง (Responsiveness) สามารถดูแล (กรกฎ ทองขะโชค และจันทราทิพย์ สุขุม, 2557, น. 412-427) ตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย มุ่งเน้นฉันทามติ (Consensus orientation) ประสานผลประโยชน์ของทุกฝ่ายเพื่อหาข้อยุติร่วมกัน ความเสมอภาคเที่ยงธรรม (Equity) (บุษบง ชัยเจริญวัฒนะ และบุญมี ลี้, 2544, น.67-89) ทุกคนมีโอกาสที่จะรักษาพัฒนาสถานะชีวิตความเป็นอยู่ของตน ประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Effectiveness and efficiency) กระบวนการและสถาบันต้องให้ผลตรงตามความต้องการโดยใช้ทรัพยากรให้เป็นประโยชน์สูงสุด ความรับผิดชอบ (Accountability) ผู้มีอำนาจตัดสินใจต้องรับผิดชอบต่อสาธารณชนทั่วไปและผู้มีส่วนได้เสียในสถาบันของตน

Steers (1977, pp. 46-55) ได้กล่าวว่า ประสิทธิผลขององค์กรภาครัฐ มักคำนึงถึงการบรรลุเป้าหมายที่องค์การตั้งไว้ รวมทั้งความสามารถในการตอบสนองความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวม สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2549, น.10) ได้กล่าวว่า โดยมีมิติด้านประสิทธิผล มิติด้านคุณภาพการให้บริการ มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติราชการ และมิติด้านการพัฒนาองค์กร ซึ่งจะส่งผลให้ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์มีความสมดุลกันในมิติต่างๆ เห็นได้ว่าหลักธรรมาภิบาลในภาครัฐ จำเป็นต้องดำเนินการโดยบุคลากรต้องเข้าใจหน้าที่ของผู้บริหาร เข้าใจอย่างแจ่มชัดในความรับผิดชอบของผู้ใต้บังคับบัญชาและผู้บริหาร รวมทั้งต้องมั่นใจว่าทุกคนปฏิบัติหน้าที่ตามรับผิดชอบของตน มีความเข้าใจอย่างชัดเจนในความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับประชาชนผู้รับบริการ ดังนั้น ผู้บริหารควรแจ้งให้ประชาชนได้ทราบในการประกาศสาธารณะ (Public Statement) ถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของตน โดยระบุให้ทราบถึงการปฏิบัติงานที่พอเหมาะกับขนาดและความซับซ้อน (Complexity) ขององค์กร

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey studies) เพื่อประเมินความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนใต้เฉพาะสังกัดกลุ่มงานภารกิจด้านพัฒนาพฤตินิสัยและยุติธรรมจังหวัดในห้าจังหวัดชายแดนภาคใต้

ขั้นตอนที่ 1 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้บริหารในหน่วยงานสังกัดกรม และสำนักงานยุติธรรมจังหวัด กระทรวงยุติธรรม ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 15 คนประชาชนเพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามนำไปใช้กับประชากรที่มารับบริการหน่วยงานดังกล่าว

ขั้นตอนที่ 2 แบบสอบถาม (Questionnaires)

ผู้ใช้บริการต่อหน่วยงาน สังกัดกลุ่มภารกิจด้านพัฒนาพฤตินิสัย(สำนักงานคุมประพฤติ สถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน เรือนจำ) และสำนักงานยุติธรรมจังหวัด กระทรวงยุติธรรม จำนวน 27 หน่วยงานใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ คือจังหวัดสงขลา จังหวัดสตูล จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี และจังหวัดยะลา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งได้พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดทฤษฎีและจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร โดยสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชาชนผู้ใช้บริการต่อหน่วยงานสังกัดกรมราชทัณฑ์ กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กรมคุมประพฤติและสำนักงานยุติธรรมจังหวัด กระทรวงยุติธรรม ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้มีจำนวนทั้งสิ้น 630 คน

ตารางที่ 1 การเลือกตัวอย่างตามสัดส่วนของหน่วยงานในแต่ละจังหวัด

หน่วยงานในจังหวัด	หน่วยงาน					กลุ่มตัวอย่าง (คน) (ประชาชนผู้ใช้บริการต่อหน่วยงาน)					รวม (คน)
	สงขลา	สตูล	ปัตตานี	ยะลา	นราธิวาส	สงขลา	สตูล	ปัตตานี	ยะลา	นราธิวาส	
สำนักงานยุติธรรมจังหวัด	1	1	1	1	1	30	30	30	30	30	150
สำนักงานคุมประพฤติ	1	1	1	1	1	30	30	30	30	30	150
สถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน	1	1	1	1	1	30	30	30	30	30	150
เรือนจำ	2	1	1	1	1	60	30	30	30	30	180
รวม	5	4	4	4	4	150	120	120	120	120	630

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชาชนผู้ใช้บริการต่อหน่วยงานสังกัดกรมราชทัณฑ์ กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กรมคุมประพฤติและสำนักงานยุติธรรมจังหวัด กระทรวงยุติธรรม ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้มีจำนวนทั้งสิ้น 630 คนโดยจำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสำนักงานยุติธรรมใน 5 จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 150 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสำนักงานคุมประพฤติใน 5 จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 150 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนใน 5 จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 150 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเรือนจำใน 5 จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 180 คน

ขั้นตอนที่ 3 ประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Hearing) จากตัวแทนเพื่อนำเสนอผลการศึกษาฉบับสมบูรณ์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการได้รับประโยชน์ (Stakeholders) ตลอดจนนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ประชาสังคม เอกชน เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะให้เกิดความสมบูรณ์มากขึ้น โดยเฉพาะในการกำหนดแนวทางสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนต่อหน่วยงานของกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนภาคใต้

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม แล้วทำการวิเคราะห์ทางสถิติ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ข้อมูลจากการประชุมรับฟังความคิดเห็น เพื่อกระทำตามแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งเป็นกระบวนการจัดการข้อมูลเพื่อทำให้ข้อมูล

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

อำนาจหน้าที่ของกลุ่มภารกิจด้านพัฒนาพฤตินิสัย และสำนักงานยุติธรรมจังหวัด กระทรวงยุติธรรม

ตามพระราชบัญญัติปรับปรุงโครงสร้างกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 เป็นกฎหมายที่ได้กำหนดสาระสำคัญในเรื่องการจัดโครงสร้างกระทรวง และวางแนวทางการบริหารราชการแผ่นดินแนวใหม่ เพื่อแก้ไขปัญหาพื้นฐานบางส่วนของระบบราชการ และเพื่อวางรากฐานในการนำระบบราชการไปสู่ราชการยุคใหม่ ทำให้มีการขยายและพัฒนาบทบาทด้านการบริหารของกระทรวงในเชิงยุทธศาสตร์ให้มีความเด่นชัด และมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้ระบบการทำงานของกระทรวงเกิดความชัดเจน มีผู้รับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงาน สามารถกำหนดแนวทางการทำงาน การพัฒนาความเป็นเลิศในงานแต่ละด้านได้อย่างเป็นระบบมากขึ้น ทำให้จัดงานบริหาร (Administrative Function) ของกระทรวงและกรมต่างๆ ภายในกระทรวงให้มีเอกภาพ ลดความซ้ำซ้อน มีประสิทธิภาพและสามารถใช้ทรัพยากรของกระทรวงร่วมกันได้ รวมถึงเป็นการเตรียมปรับวิธีการทำงานของกระทรวงที่จะรองรับแนวทางการกระจายอำนาจการบริหารงานจากส่วนกลาง ทั้งในด้านงบประมาณและการบริหารงานบุคคล

เมื่อนำหลักการแยกภารกิจมาประยุกต์ใช้ในการจัดโครงสร้างของกระทรวง จึงสามารถแบ่งงานของกระทรวงออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ งานด้านกำกับดูแลนโยบายและยุทธศาสตร์ และการบริหารงานทั่วไป (Strategic and Administrative Function) ซึ่งเป็นงานหลักของสำนักงานปลัดกระทรวง มีปลัดกระทรวงเป็นผู้รับผิดชอบ และงานด้านการปฏิบัติการ (Operational function) ซึ่งจัดเป็นกลุ่มปฏิบัติการ (Operational cluster) รวมกรมต่างๆ ที่มีภาระหน้าที่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อให้การบริการต่างๆ โดยมีรองปลัดกระทรวงเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบผลงาน

การจัดกลุ่มของกรมให้เป็นกลุ่มปฏิบัติการ เป็นการส่งเสริมให้การสื่อสารและประสานงานระหว่างกรมภายในกระทรวงราบรื่น และเป็นแนวราบ (Horizontal coordination) มากขึ้น นอกจากนี้ประสิทธิภาพการดำเนินงานของกระทรวงจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากโครงการแบบกลุ่มปฏิบัติการ จะกระตุ้นให้กรมในกลุ่มเดียวกันใช้ทรัพยากรในการให้บริการหรือดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ยิ่งไปกว่านั้นระบบความรับผิดชอบการดำเนินงาน (Accountability) ก็จะเข้มแข็งขึ้น เนื่องจากกรมและกลุ่มของกรมมุ่งเน้นการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ จึงทำให้สามารถกำหนดผลผลิตและผลลัพธ์ในการดำเนินการทั้งระดับกรมและระดับกลุ่มภารกิจของหน่วยงานได้ชัดเจนขึ้น

ตามกฎกระทรวงด้วยกลุ่มภารกิจ (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2548 ลงวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2548 ได้กำหนดให้กระทรวงยุติธรรม มีกลุ่มภารกิจด้านพัฒนาพฤตินิสัย ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มของกรมคุมประพฤติ กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน และกรมราชทัณฑ์ โดยบทบาทของกลุ่มภารกิจด้านพัฒนาพฤตินิสัยนี้ เป็นการขับเคลื่อนการบริการงานของกลุ่มภารกิจฯ ซึ่งสามารถคุ้มค่าในการบริงานและการบริหารทรัพยากรต่างๆ ภายในกลุ่มภารกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 1) เรือนจำและทัณฑสถาน ภาระหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติต่อผู้กระทำความผิดที่อยู่ในความรับผิดชอบตามวิธีการที่กำหนดในกฎหมายราชทัณฑ์ 2) สถานพินิจ/ศูนย์ฝึกและอบรมเด็กฯ ภาระหน้าที่สืบเสาะและพินิจของเด็กหรือเยาวชนซึ่งต้องหาว่ากระทำความผิด สอดส่องความประพฤติ ควบคุม สงเคราะห์และบำบัดแก้ไข จัดการศึกษา ฝึกและอบรม

ดูแลและอบรมสั่งสอนเด็กและเยาวชน 3) สำนักงานคุมความประพฤติ เป็นหน่วยงานหลักในการคุมความประพฤติผู้กระทำผิดทั้งในชั้นก่อนฟ้องชั้นการพิจารณาคดีของศาลและชั้นภายหลังศาลมีคำพิพากษา 4) สำนักงานยุติธรรมจังหวัด มีภารกิจและหน้าที่ในการประสานงานและบูรณาการของหน่วยงานในสังกัดกระทรวง ยุติธรรมระดับจังหวัด ในการอำนวยความยุติธรรมแก่ประชาชนทั้งระบบอย่างรวดเร็ว และเท่าเทียมกัน รวมทั้งคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพประชาชน ป้องกันและควบคุมอาชญากรรม แก้ไข บำบัดและฟื้นฟูผู้กระทำผิดเป็นหน่วยงานที่มีการบังคับบัญชาขึ้นตรงต่อสำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม

โดยกระทรวงยุติธรรมได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในหน่วยงานหลายรูปแบบ คือ หน่วยงานราชทัณฑ์ ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบในรูปแบบการเข้าตรวจเรือนจำ สำนักงานคุมประพฤติได้มีการดำเนินดำเนินการสร้างความเป็นหุ้นส่วนระหว่างภาครัฐกับชุมชน ในการอำนวยความยุติธรรมในลักษณะอาสาสมัครคุมประพฤติ สถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนได้มีการให้สำนึกในการกระทำผิดต่อผู้เสียหายการโดยมีการประชุมกลุ่มครอบครัวและชุมชนให้เด็กและเยาวชนไปฝึกวิชาชีพกับองค์กรภายนอก สำนักงานยุติธรรมจังหวัดมีเครือข่ายยุติธรรมชุมชนมีศูนย์ยุติธรรมชุมชนอยู่ในพื้นที่ กระบวนการเหล่านี้ถือเป็นเป็นรูปแบบการสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนภาคใต้

1) ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยจำแนกตามหน่วยงานมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการเรือนจำ/ทัณฑสถานครั้งนี้มีจำนวน 180 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ โดยอยู่ระหว่าง 51-60 ปี โดยส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม และมีการใช้ภาษามลายูเป็นภาษาหลักในการสื่อสารในครอบครัว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการสำนักงานคุมประพฤติครั้งนี้มีจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งถือว่าอยู่ในวันทำงาน สำหรับการนับถือศาสนาแม้มีการนับถือศาสนาที่หลากหลายแตกต่างกันในพื้นที่แต่โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการนับถือศาสนาอิสลาม

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนจังหวัด/ศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชน ครั้งนี้มีจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เป็นส่วนใหญ่ สำหรับการนับถือศาสนาพบว่าส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม โดยมีการใช้ภาษามลายูเป็นภาษาหลักในการสื่อสารในครอบครัวเช่นเดียวกัน

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการสำนักงานยุติธรรมจังหวัดครั้งนี้มีจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และเป็นกลุ่มผู้ใหญ่ที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งนับถือศาสนาอิสลามเป็นส่วนใหญ่ จึงสอดคล้องกับการใช้ภาษามลายูเป็นภาษาหลักในการสื่อสารในครอบครัว

2) ความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานในภาพรวมของหน่วยงานสังกัดกลุ่มภารกิจด้านพัฒนาพฤตินิสัยและสำนักงานยุติธรรมจังหวัด กระทรวงยุติธรรม

ความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของเรือนจำ/ทัณฑสถานในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.9021และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73076 เมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ได้กำหนดมีค่าความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อคำนวณร้อยละความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของเรือนจำ/ทัณฑสถานในภาพรวม คิดเป็นร้อยละ 78.042

ความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของประชาชนต่อการดำเนินงานของสำนักงานคุมประพฤติในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.0404 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52609 เมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ได้กำหนดมีค่าความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อคำนวณร้อยละความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของสำนักงานคุมประพฤติในภาพรวมคิดเป็นร้อยละ 80.808

ความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของประชาชนต่อการดำเนินงานของสถานพินิจฯ/ศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.9184 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55051 เมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ได้กำหนดมีค่าความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อคำนวณร้อยละ

ความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของสถานพินิจฯ/ศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนในภาพรวมคิดเป็นร้อยละ 78.368

ความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของประชาชนต่อการดำเนินงานของสำนักงานยุติธรรมจังหวัดในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.9639 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48454 เมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ได้กำหนดมีค่าความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อคำนวณร้อยละความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของสำนักงานยุติธรรมจังหวัดในภาพรวมคิดเป็นร้อยละ 79.278

3) ความเชื่อมั่นต่อหน่วยงานกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนใต้ในทัศนะผู้บริหารในหน่วยงานสังกัดกรมและสำนักงานยุติธรรมจังหวัด กระทรวงยุติธรรม และทัศนะนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และภาคประชาสังคม

ความเชื่อมั่นต่อหน่วยงานกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ สังกัดกรมราชทัณฑ์มองว่าการสร้างความเชื่อมั่นต้องเป็นหลักประกันให้กับผู้ต้องขัง ญาติผู้ต้องขังและชุมชนตามหลักนิติธรรมในบริบทของการพัฒนาพฤตินิสัยของกรมราชทัณฑ์ การดูแลผู้กระทำความผิดในเรือนจำ/ทัณฑสถานในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทางเรือนจำในพื้นที่ปัจจุบันองค์กรภาคประชาสังคมมองว่า เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการควบคุมและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ต้องขัง ให้กลับเป็นคนดีเมื่อพ้นโทษ อย่างไรก็ดีปัจจุบันสถานการณ์ยาเสพติดรุนแรงผู้ต้องขังส่วนใหญ่ก็จะเป็นผู้ต้องขังคดียาเสพติดและมีผู้กระทำความผิดบางรายที่อยู่ภายนอกเรือนจำให้การซักทอดว่าได้รับการสั่งการจากผู้ต้องขังที่อยู่ในเรือนจำ/ทัณฑสถานบ้าง ทำให้ศรัทธาของประชาชนต่อภาพลักษณ์ของเรือนจำ/ทัณฑสถานในอดีตถูกลดทอนลง ความไว้วางใจของประชาชนต่อระบบงานราชทัณฑ์อาจจะขาดความเชื่อมั่นในการปฏิบัติงานของเรือนจำ/ทัณฑสถานอยู่บ้าง ซึ่งทางเรือนจำ/ทัณฑสถานเองก็มีมาตรการในการจู่โจมตรวจค้นในเรือนจำ/ทัณฑสถานอย่างต่อต่อเนื่องการมีส่วนร่วมของหน่วยงานอื่นๆ ภายนอกในการร่วมเข้าดำเนินการตรวจสอบมีการพัฒนาเทคนิคการหาข่าวให้กับเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติหน้าที่ในงานควบคุมผู้ต้องขังให้มีประสิทธิมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามหากเป็นผู้ที่เข้าใช้บริการไม่ว่าเป็นญาติของผู้ต้องขังเองหรือผู้ต้องขังเองก็จะเกิดความมั่นใจว่าทางเรือนจำ/ ทัณฑสถานในปฏิบัติต่อผู้ต้องขังภายในหลักสิทธิมนุษยชนกฎมาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการปฏิบัติต่อผู้ต้องขังขององค์การสหประชาชาติ ในด้านเรือนจำ/ทัณฑสถาน สามารถปฏิบัติได้ในระดับมาที่สุด ได้แก่ ด้านเครื่องพันธนาการ ด้านวินัยและการลงโทษ ด้านบริการด้านการแพทย์ ด้านเสื้อผ้าและที่นอน ด้านการเก็บรักษาทรัพย์สินของผู้ต้องขัง ด้านการให้ข้อมูลแก่ผู้ต้องขังและการร้องทุกข์ ด้านที่พักอาศัยของผู้ต้องขัง ด้านผู้ต้องขังระหว่างรอการพิจารณาคดี ด้านการให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ต้องขัง ด้านการขนย้ายผู้ต้องขัง และการจำแนกประเภทผู้ต้องขังและการแยกขังไม่สามารถปฏิบัติตามกฎมาตรฐานขั้นต่ำในด้านการแยกขังได้

ในการสร้างความเชื่อมั่นหน่วยงานสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนจังหวัดชายแดนภาคใต้และศูนย์ฝึกและอบรมและเด็กเยาวชนเขต 9 จังหวัดสงขลา เห็นว่าการหลักประกันความยุติธรรมสำหรับเด็กและเยาวชนจะแตกต่างกับผู้ใหญ่ในเรือนจำ/ทัณฑสถานซึ่งต้องเน้นให้การศึกษาเป็นอย่างมาก การคุ้มครองเด็กและเยาวชนมากกว่าการแก้ไขในความหมายของการลงโทษ แต่เป็นการฝึกอบรมเด็กและเยาวชน ซึ่งในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้สิ่งที่เป็นปัญหาเด็กและเยาวชนคือยังไม่มีกฎหมายเฉพาะในคดีเกี่ยวข้องกับความมั่นคงในพื้นบังคับใช้กฎหมายพิเศษอยู่ ทำให้สถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนไม่ได้เข้าไปมีบทบาทในการคุ้มครองเด็กและเยาวชนในคดีพิเศษที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงมากนัก และพยายามให้ปรับเปลี่ยนวิธีคิดในเรื่องของการทำงานคุ้มครองเด็กในการเข้าถึงและการประยุกต์แนวปฏิบัติเข้าไปในกฎหมายพิเศษไม่ว่าจะเป็นพระราชบัญญัติกฎอัยการศึก พุทธศักราช 2457 และพระราชกำหนดว่าด้วยการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ก็จะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ประชาชนโดยเฉพาะผู้ปกครองหรือญาติของเด็กและเยาวชนมากยิ่งขึ้นและในการปฏิบัติต่อเด็กและเยาวชนที่นับถือศาสนาอิสลามในจังหวัดชายแดนภาคใต้ก็ให้สิทธิในการดำเนินการกิจกรรมทางศาสนาอย่างเต็มที่ แต่การแต่งกายมีอยู่บ้างที่ไม่สามารถแยกความเป็นมุสลิมได้เพราะอาศัยระเบียบกฎหมายที่เหมือนกันในสถานที่

ดูแลเด็กและเยาวชน แต่จะให้สิทธิในกิจกรรมทางศาสนาเฉพาะกรณีพิธีการสำคัญเช่นในช่วงการถือศีลอด ที่เด็กและเยาวชนศาสนาเด็กแยกอัตลักษณ์ความเป็นมุสลิมได้

สำนักงานคุมประพฤติ ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นการฟื้นฟูตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 ที่ถูกส่งมาคุมประพฤติในฐานะผู้เสพ ทางสำนักคุมประพฤติก็จะสร้างความมั่นใจให้กับญาติหรือประชาชน ที่อยู่นอกระบบเรือนจำโดยหลีกเลี่ยงมาตรการการควบคุมตัวให้มากที่สุด แต่ในเวลาเดียวกันสำนักงานคุมประพฤติในจังหวัดชายแดนใต้ก็สร้างความมั่นใจให้กับประชาชนว่าได้มีการแก้ไขฟื้นฟูบุคคลที่ถูกคุมประพฤติโดยเน้นเงื่อนไขมากกว่า จึงต้องพยายามส่งเสริมให้มีมิติที่กลมกลืนกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น เช่น การดำเนินการโครงการในหลายชุมชนที่นำหลักการเรื่องศาสนามาเข้าฟื้นฟูผู้รอการลงโทษของสำนักงานคุมประพฤติ กรณีสำนักงานคุมประพฤติในจังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งได้ดำเนินการโครงการค่ายภูมิบุตรา ดำเนินการเพื่อให้ผู้ถูกคุมประพฤติ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในคดียาเสพติดและผู้เข้ารับการฟื้นฟูให้ดำเนินชีวิตในทางที่ดีขึ้น โดยให้สอดคล้องกับวิถีชุมชนร่วมกับผู้นำศาสนาหน่วยงานภายนอกจัดทำหลักสูตรนี้ขึ้นถึงการเกี่ยวกับยาเสพติดในหลักศาสนา ได้ห่างไกลยาเสพติดและไม่กลับไปเสพซ้ำอีก และสามารถดำเนินชีวิตตามหลักศาสนาอิสลามที่ถูกต้องต่อไปซึ่งหากโครงการดังกล่าวได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องก็จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อหน่วยงานคุมประพฤติในการให้โอกาสผู้กระทำความผิดกลับใจและกลับไปอยู่ในชุมชนและชุมชนเองก็เกิดความปลอดภัยได้ต่อไป

สำนักงานยุติธรรมจังหวัดในการสร้างความเชื่อมั่นต่อการอำนวยความเป็นธรรม กระบวนการยุติธรรมจังหวัดชายแดนภาคใต้ ในแนวทางสมานฉันท์ สันติวิธี ภายใต้หลักนิติธรรมสามารถประมวลข้อมูลเชิงนโยบาย จากข้อคิดความเห็นผู้บริหารกระทรวงยุติธรรมที่รับผิดชอบในพื้น นอกจากการดำเนินงานด้านหลัก ได้แก่การพัฒนากระบวนการยุติธรรมกระแสหลัก ด้วยการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานของทุกหน่วยงานให้เป็นไปตามหลักนิติธรรม รวดเร็ว โปร่งใส และประชาชนเข้าถึงความยุติธรรมได้โดยสะดวก ตั้งแต่หน่วยงานตำรวจ ทหาร ทนายความ อัยการ ศาล และหน่วยงานบังคับโทษตามคำพิพากษาของศาลทั้งทางแพ่งและอาญา ได้แก่ กรมบังคับคดี กรมราชทัณฑ์ กรมคุมประพฤติ และกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน

การพัฒนากระบวนการยุติธรรมทางเลือกแบบสมานฉันท์ และสันติวิธีด้วยการพัฒนาให้มีระบบการไกล่เกลี่ยประนอมข้อพิพาทในระดับชุมชนซึ่งสำนักงานยุติธรรมจังหวัดในจังหวัดชายแดนภาคใต้เองก็ได้พัฒนาเครือข่ายยุติธรรมจังหวัดโดยการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนที่ประชาชนในชุมชนไว้วางใจเข้าไปมีส่วนร่วมในการใช้ยุติธรรมทางเลือกในศูนย์ยุติธรรมชุมชนที่ไม่เป็นทางการ รวมทั้งในหน่วยงานของกระทรวงยุติธรรมก็ให้มีการนำกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์เข้ามาใช้อย่างจริงจัง การพัฒนากระบวนการยุติธรรมชุมชน เพื่อให้องค์กรภาคประชาชนเข้ามาเป็นหุ้นส่วนในการเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การระงับข้อพิพาทในชุมชน ให้สอดคล้องกับทุนทางสังคมในพื้นที่ รวมถึงการเสริมสร้างระบบงานยุติธรรมชุมชนในและนอกสถานศึกษาด้วย การพัฒนาระบบงานในสำนักงานบริหารงานยุติธรรมให้สามารถเชื่อมโยงและนำไปสู่การปฏิบัติงานในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรมอย่างแท้จริงซึ่งต้องดำเนินการในทุกมิติ ซึ่งเป็นงานในเชิงประสานและพัฒนา รวมถึงการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบกระทรวงยุติธรรมต้องดำเนินการกระจายอำนาจในการตัดสินใจหรืออนุมัติให้ลงสู่สำนักงานยุติธรรมจังหวัดให้มากขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องนำเรื่องส่งให้ส่วนกลางพิจารณา อันเนื่องจากในปัจจุบันสำนักงานยุติธรรมจังหวัดมีหน้าที่เพียงเป็นหน่วยงานประสาน แต่ประชาชนทั่วไปยังเข้าใจว่าอำนาจในการอนุมัติการช่วยเหลือเยียวยาตามพระราชบัญญัติค่าตอบแทนผู้เสียหายและค่าทดแทนและค่าใช้จ่ายแก่จำเลยในคดีอาญา พ.ศ. 2548 ซึ่งเป็นการเยียวยาต่อชีวิต ร่างกาย อยู่ที่สำนักงานยุติธรรมจังหวัด อย่างไรก็ตามหากเป็นการขอความช่วยเหลือตามพระราชบัญญัติกองทุนยุติธรรม พ.ศ.2558 ในส่วนค่าประกันตัวผู้ต้องหาหรือจำเลยในคดีอาญา ค่าทนายความหรือค่าขึ้นศาลปัจจุบันก็ได้กระจายอำนาจให้อนุกรรมการกองทุนยุติธรรมจังหวัดเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ จึงทำให้ประชาชนที่มาใช้บริการสำนักงานยุติธรรมจังหวัดเกิดความเชื่อมั่นถึงเป็นความเป็นธรรมต่อหน่วยงานมากขึ้น

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

ความเชื่อมั่นต่อหน่วยงานกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ต่อหน่วยงานเรือนจำ/ทัณฑสถานในเรื่องการควบคุมตัวไม่แยกการควบคุมทั้งที่กระบวนการพิจารณาคดียังไม่สิ้นสุด ผู้ต้องหาถูกควบคุมตัวไว้ด้วยกันการใช้เครื่องพันธนาการในเรือนจำ หากคดีถึงที่สุดศาลมีคำพิพากษายกฟ้องส่งผลต่อสภาพจิตใจของผู้พ้นโทษเมื่อคืนกลับสู่สังคม จำนวนเจ้าหน้าที่ผู้คุมเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ต้องหาเจ้าหน้าที่ผู้คุมในเรือนจำ/ทัณฑสถานยังมีจำนวนน้อยเกินไปซึ่งอาจมีผลต่อกระบวนการฟื้นฟูผู้ต้องขัง การให้ความสำคัญในการจำแนกผู้ต้องขังในคดีความมั่นคงกับคดีทั่วไปทั้งที่ภูมิหลังแตกต่างกันยังน้อยมาก เพียงแต่อาจแบ่งแยกเฉพาะประเภทความผิด ในขณะที่คดีเกี่ยวข้องกับความมั่นคงในจังหวัดชายแดนภาคใต้ล้วนแต่เป็นผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นผู้นำศาสนาที่เคร่งครัดซึ่งเรือนจำยังรวมกลุ่มไว้ด้วยกัน การซ้อมทรมานผู้ต้องหามาจากการใช้กฎหมายพิเศษเมื่อถูกส่งตัวเข้าสู่เรือนจำยังไม่มีมาตรการตรวจสอบว่าผู้ต้องขังได้รับการซ้อมทรมานมาก่อนหรือไม่ ทำให้ญาติของผู้ต้องขังเข้าใจผิดถึงการดูแลของเรือนจำและอาจขาดความเชื่อมั่นได้ จึงควรมีมาตรการตรวจสอบการทำร้ายร่างกายก่อนเข้าสู่เรือนจำอย่างเคร่งครัดและโปร่งใส การรักษาพยาบาลอาจจะยังไม่ดีพอเพราะจะนำไปรักษายังสถานพยาบาลข้างนอกต้องเป็นกรณีที่ร้ายแรงเท่านั้น ซึ่งอาจเกิดจากอัตรากำลังในการดูแลผู้ต้องขังนอกสถานที่ต้องใช้จำนวนมาก ในประเด็นการแต่งกายหากสามารถแต่งกายรัดกุมตามหลักศาสนาในเวลาออกไปข้างนอกไม่ว่าไปศาลหรือทำงานสาธารณะภายนอก ก็จะสร้างความเชื่อมั่นในความเป็นอัตลักษณ์ของพี่น้องมุสลิมได้มากขึ้น ในประเด็นอาหารการกินผู้ต้องขังที่นับถือศาสนาอิสลาม ส่วนใหญ่เรือนจำ/ทัณฑสถานจะให้ผู้ต้องขังที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นผู้ปรุงอาหารซึ่งอาจมีผลกระทบต่อผู้ต้องขังที่นับถือศาสนาพุทธซึ่งเป็นผู้ต้องขังส่วนน้อยได้ จึงควรแยกครัวการปรุงอาหารในเรือนจำอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม

สถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน/ศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชน มีการจำแนกเด็กและเยาวชนอย่างชัดเจนโปรแกรมฟื้นฟูของสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน และศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชน แต่อย่างไรก็ตามในคดีเกี่ยวกับความมั่นคงยังไม่มีการจำแนกเด็กหรือเยาวชน มีเพียงการจำแนกตามฐานความผิดเช่น คดีพยายามฆ่า คดีทำร้ายร่างกาย คดีลักทรัพย์ ส่วนใหญ่แล้วผู้ปกครองหรือญาติจะเชื่อมั่นที่จะให้บุตรหลานเข้ามาฝึกและอบรมเพื่อเปลี่ยนแปลงนิสัยสภาพจิตใจเพราะเห็นว่าเด็กและเยาวชนจะกระทำความผิดซ้ำและผู้ปกครองเองก็ไม่สามารถดูแลอบรมได้ จึงปล่อยให้ถูกดำเนินคดีตามกฎหมายและสภาพสังคมหรือสิ่งแวดล้อมของเด็กและเยาวชนเองก็มีส่วนสำคัญที่เด็กและเยาวชนต้องถูกส่งตัวมาฝึกและอบรมเพราะผู้ปกครองเองก็ไม่ต้องการให้อยู่ในสังคมเดิมๆ การสร้างความเชื่อมั่นของสถานพินิจเด็กและเยาวชนควรประสานกับหน่วยงานอื่นที่สามารถรับช่วงในการให้เยาวชนเข้าไปทำงานในหน่วยงานวิชาชีพต่อไปเพื่อไม่ให้เด็กและเยาวชนมีเวลาว่างไปกระทำความผิดหรือยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดอีกเพราะส่วนใหญ่ก็จะเป็นคดีเกี่ยวข้องกับยาเสพติด

สำนักงานคุมประพฤติ การให้พนักงานเจ้าหน้าที่เข้าไปสืบเสาะอาจได้ข้อมูลที่ไม่เพียงพอ ซึ่งปัจจุบันในจังหวัดชายแดนภาคใต้ก็จะใช้อาสาสมัครคุมประพฤติที่อยู่ในชุมชนของผู้กระทำความผิดจริงก็จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนได้ แต่ทางสำนักงานคุมประพฤติก็ต้องฝึกอบรมการสืบเสาะข้อมูลให้มีความมาตรฐานมากยิ่งขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องให้พนักงานเจ้าหน้าที่สืบเสาะลงไปในพื้นที่ กรณีที่เด็กและเยาวชนกระทำความผิดในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ได้รับโอกาสในการไม่ควบคุมตัวโดยใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ.2545 แต่อย่างไรก็ตามมีจำนวนมากเมื่อกลับไปอยู่ในชุมชนหรือพ้นจากการคุมประพฤติแล้วก็กลับไปยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดอีก การฟื้นฟูจำเป็นต้องเชื่อมโยงกับศูนย์ยุติธรรมชุมชน ผ่านอาสาสมัครคุมประพฤติที่เป็นเครือข่ายของศูนย์ยุติธรรมชุมชน จึงจำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับอาสาสมัครคุมประพฤติในการประสานกับหน่วยงานภายนอกชุมชนได้ด้วยเพื่อประโยชน์ในการสร้างงานให้กับผู้ถูกคุมประพฤติต่อไป และควรสอบถามความสมัครใจในการดำเนินกิจกรรมบริการสังคม หากผู้ถูกคุมประพฤติไม่เต็มใจรูปแบบที่ทางสำนักงานคุมประพฤติกำหนดเงื่อนไขขึ้นก็สามารถเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เหมาะสมเฉพาะรายบุคคล โดยการรายงานตัวน่าจะเป็นรูปแบบที่ไปพบผู้นำทางศาสนาในมัสยิดหรือในวัดได้ด้วย

สำนักงานยุติธรรมจังหวัดในบางกรณีประชาชนถูกดำเนินคดีอาญาซึ่งผู้ต้องหาหรือจำเลยอยู่ระหว่างการควบคุมของภาครัฐ ญาติไม่สามารถจัดการเรื่องเอกสารให้ได้ในบางคดีทำให้ต้องเสียโอกาสในการใช้สิทธิเยียวยากับทางสำนักงานยุติธรรมจังหวัด หรือกรณีได้รับการเยียวยาจากหน่วยงานอื่นๆ ในพื้นที่แล้วกรณีเกิดจากความไม่สงบเรียบร้อยหรือจากสถานการณ์ความมั่นคง จะไม่ได้รับการเยียวยาอีกจะถูกตัดสิทธิไป ในส่วนการเยียวยาตามพระราชบัญญัติค่าตอบแทนผู้เสียหายและค่าทดแทนและค่าใช้จ่ายแก่จำเลยในคดีอาญา พ.ศ. 2544 ยังดำเนินการล่าช้า อำนาจในการเยียวยาไม่ได้อยู่ในอำนาจหน้าที่ของสำนักงานยุติธรรมจังหวัดชายแดนใต้ ทางสำนักงานยุติธรรมจังหวัดเป็นหน่วยงานเพียงประสานส่งเรื่องไปยังส่วนกลางให้คณะกรรมการส่วนกลางพิจารณาอนุมัติ จึงเห็นควรกระจายอำนาจดังกล่าวให้เบ็ดเสร็จในงานของสำนักงานยุติธรรมจังหวัดก็จะสร้างความเชื่อมั่นต่อสำนักงานยุติธรรมจังหวัดในฐานะเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับเรื่องร้องทุกข์ และประสานจัดการเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมที่รวดเร็วมากขึ้น แต่ในส่วนของการช่วยเหลือตามพระราชบัญญัติกองทุนยุติธรรม พ.ศ.2558 ในปัจจุบันมีการมอบอำนาจให้สำนักงานยุติธรรมจังหวัดพิจารณาอนุมัติโดยตรงได้จึงทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการช่วยเหลือให้สามารถเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้ดีมากขึ้นจากอดีตซึ่งจะต้องรอการอนุมัติจากส่วนกลาง

ในส่วนเครือข่ายยุติธรรมชุมชนยังไม่สามารถระบุความชัดเจนของเครือข่ายถึงอำนาจหน้าที่ที่แท้จริงได้ ลักษณะการทำงานเป็นไปในลักษณะของการติดตามมากกว่าการให้คำอธิบาย เสนอให้มีการฝึกอบรมความรู้กฎหมายการทำงานกับชุมชนและเครือข่ายควรทำงานในเชิงรุก ซึ่งสำนักงานยุติธรรมจังหวัดต้องสร้างแรงจูงใจให้กับเครือข่ายในการดำเนินงานในเชิงรุกควบคู่ไปด้วยก็จะสามารถแก้ไขปัญหาเล็กๆ ในชุมชนได้ก็ทำให้ประชาชนเชื่อมั่นในการอำนวยความยุติธรรมในภาพของกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ ซึ่งการดำเนินงานที่ผ่านมาศูนย์ยุติธรรมชุมชนก็สามารถแก้ไขปัญหาของชุมชนกันได้เอง โดยในหลายศูนย์ยุติธรรมชุมชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ก็ได้ดำเนินการไกล่เกลี่ยและระงับข้อพิพาทในชุมชนได้ จึงทำให้เห็นว่าสำนักงานยุติธรรมจังหวัดในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนได้เป็นอย่างดี แต่บางส่วนก็ยังไม่มีบทบาทเท่าที่ควร จึงน่าจะอยู่ที่ตัวเครือข่ายยุติธรรมชุมชนเป็นหลักด้วยในการมองและเข้าใจหลักการจิตสาธารณะ

ในภาพรวมความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ หน่วยงานกลุ่มสังกัดภารกิจด้านพัฒนาพฤตินิสัย คือ สำนักงานคุมประพฤติ สถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน เรือนจำหรือทัณฑสถาน และสำนักงานยุติธรรมจังหวัด ควรให้เครือข่ายยุติธรรมชุมชนที่มีอยู่แล้วเข้าไปดูแล สอดส่องเด็กและเยาวชนหลักจากการพ้นจากการฝึกและอบรม และผู้พ้นโทษจากเรือนจำหรือทัณฑสถานเพิ่มได้อีก ก็จะทำให้ประชาชนเชื่อมั่นกับการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรมได้มากขึ้น

คำขอบคุณ

บทความวิจัยนี้ นำมาจากรายงานการวิจัยเรื่อง "การประเมินความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของกระทรวงยุติธรรมในจังหวัดชายแดนใต้" โดยได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากกระทรวงยุติธรรม และขอขอบคุณ นายชาญเชาวน์ ไชยนุกิจ ปลัดกระทรวงยุติธรรม ที่ปรึกษาโครงการที่ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัย

บรรณานุกรม

กรกฎ ทองขะโชค และจันทราทิพย์ สุขุม. (2557). อุปสรรคการให้ความช่วยเหลือเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายด้านทรัพย์สินจากความรุนแรงตามกฎหมายในจังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารนิติศาสตร์, 43*(2), 412-427.

กรกฎ ทองขะโชค. (2557). การบังคับใช้กฎหมายในจังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารวิชาการนิติศาสตร์, 7*(1), 1-20.

กิตติพงษ์ กิตยารักษ์. (2543). *ทิศทางกระบวนการยุติธรรมไทยในศตวรรษใหม่.* กรุงเทพฯ : ดีไซร์.

กิตติพงษ์ กิตยารักษ์. (2543). Criminal Justice Reform in Thailand : Current Problems and Future Prospect. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ทิพาวดี เมฆสวรรค์. (2546). การบริหารจัดการที่ดีภาครัฐ: เป้าหมายเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ. *วารสารเศรษฐกิจและสังคม. 40*(4), 29-30.

บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. (2542). *การสร้างธรรมาภิบาลในสังคมไทย.* กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

บุษบง ชัยเจริญวัฒนะและบุญมี ลี้. (2544). *ตัวชี้วัดธรรมาภิบาล.* กรุงเทพฯ : สถาบันพระปกเกล้า.

บงกช สุทัศน์ ณ อยุธยา. (2557). แนวทางเสริมสร้างธรรมาภิบาลในสังคมไทยด้วยการสร้างจิตสำนึกค่านิยม ผ่านสุภาษิต คำพังเพย. *วารสารผู้ตรวจการแผ่นดิน, 7*(2), 24-57.

ประพนธ์ สหพัฒนา และเสกสัณ เครือคำ. (2556). *การประเมินประสิทธิภาพสถานีตำรวจและความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการปฏิบัติงานของตำรวจ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556.* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์. (2545). *การควบคุมอาชญากรรมจากสภาพแวดล้อม : หลักทฤษฎีและมาตรการ.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991 จำกัด.

สิริอร วิชชาวุธ. (2544). *จิตวิทยาการอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2549). *ชุดคู่มือเทคนิคและวิธีการบริหารจัดการสมัยใหม่ตามแนวทางการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สหมิตรพริ้นติ้น

Asian Development Bank. (1995). *Governance : Sound Development Management.* Manila Philippines.

Blumberg, A.S. (1970). *Criminal Justice.* Chicago : Quadrangle Books.

Gilbert, J. & Tang, T. (1998). An Examination of Organizational Trust Antecedents. *Public Personnel Management, 27*(3), 321–338.

Gillis, T. (2003). More Than a Social Virtue: Public trust among organizations most valuable asset, *Communication World, 20*(3), 10–12.

Human Development Report. (1997). *Published for the United Nations Development Programme.* (UNDP) New York Oxford :Oxford University Press

Lewicki, R., McAllister, D., & Bies, R. (1998). Trust and Distrust: New relationship and realities, *The Academy of Management Review, 23*(3), 438-458.

Peter, K. (2001). *The political environment of public management.* New York: Longman.

Steers, R.M. (1977). Antecedents and outcomes of organizational commitment. *Administrative Science Quarterly, 22*(1), 46-56.

United Nation Development Programme. (1997). *Human Development Report 1997.* New York: Oxford University Press.

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

A STUDY OF KEY SUCCESS FACTORS FOR AN E-COMMERCE BUSINESS IN WIRE ROPE INDUSTRY

นฤมล สุวิมลเจริญ*
Narumol Suvimoljareon*
ปรารถนา ปุณณกิติเกษม**
Prattana Punnakitikashem**

* นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
* Graduate Student, College of Management, Mahidol University
* Email: moomol24@hotmail.com
** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ด้านการจัดการการดำเนินงาน วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
** Assistant Professor in Operations Management, College of Management, Mahidol University
** Email: prattana.pun@mahidol.ac.th, prattana_p@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเน้นศึกษาในอุตสาหกรรมธุรกิจออนไลน์อุตสาหกรรมลวดสลิงของประเทศไทย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นสนับสนุนการเติบโตของประเทศ นอกจากนี้งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับความสำเร็จต่อผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม และเก็บข้อมูลจากบริษัทลวดสลิงในประเทศไทย จำนวน 950 บริษัท โดยเฉพาะธุรกิจทำการซื้อขายสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบบ B2B และ B2C ด้วยวิธีการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ(Exploratory Factor Analysis : EFA) การทดสอบสถิติค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ของเพียรสัน (Pearson Correlation) และการนำเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยภายนอกองค์กร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียว กับอัตราการเติบโตของยอดขาย/กำไร และปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บริษัทลวดสลิงในประเทศไทย อีคอมเมริช์ เทคโนโลยีสารสนเทศ

Abstract

This study is exploratory research with the objectives to study the key success factor for e-commerce business in case study of wire rope industry and to determine the relationship between factors effect on e-commerce and success of entrepreneurs in wire rope industries. The quantitative technique is used in this study with the instrument of questionnaire. Data were collected by distributing questionnaire to 950 companies of wire rope in Thailand with e-commerce trading of B2B and B2C. Data were then analyzed by mean, standard deviation (SD), exploratory factor analysis (EFA), Pearson correlation and multiple regression analysis

The result showed that there are relationship with factor of e-commerce data security, and external factors with the growth of revenue/profit. In additions, there are significant relationship between personal skill & competency with the increase profit from investment.

Keywords: Key Success Factors for an Ecommerce Business, Wire Rope Company in Thailand, E-commerce, Information Technology

บทนำ

ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอยู่รอดของธุรกิจ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมายและที่สำคัญ นโยบายรัฐบาล ขณะในด้านเศรษฐกิจเทคโนโลยีสารสนเทศได้เป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญทำให้โลกอยู่ในภาวะไร้พรมแดน ตลาดของโลกกว้างขึ้น พาณิชย์การอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเทคโนโลยีที่ค้าขายผ่านทางอินเตอร์เน็ตโดยไม่แบ่งเป็นภูมิภาค สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก และได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง โดยไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในการใช้อินเตอร์เน็ต พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนไป มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งเทคโนโลยีดังกล่าวจะสามารถแก้ไขปัญหาของธุรกิจได้ในหลายจุดที่บกพร่อง ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านการรับข่าวสารข้อมูล หากมีการนำเทคโนโลยีอีคอมเมิร์ซ จะสามารถวางแผนทางการตลาดได้ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสามารถติดต่อสื่อสารสองทางด้วย และยังสามารถเพิ่มช่องทางใหม่ในการขายอีกด้วย

ธุรกิจอุตสาหกรรมลวดสลิงนั้น เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการใช้งานในลักษณะการยก ดึง ขึง และ ลาก ผู้ใช้งานจะอยู่ในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งก่อสร้าง ขนส่ง เรือ เหมือง เช่น สลิงสำหรับขึงยึดสะพาน ขึงลิฟท์ ปั้นจั่น รอก เครน รถยก เรือประมง ทำรั้ว ลวดยึดโครงหลอดไฟ นอกจากนี้บางส่วนจะนำไปใช้เป็นส่วนประกอบของอุปกรณ์ต่างๆ เช่น สายเบรกจักรยาน ที่คล้องประตู เป็นต้น การดำเนินธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างองค์กร มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างรวดเร็วทั่วโลก โดยเฉพาะการดำเนินธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างภาคธุรกิจ องค์การธุรกิจทั่วโลกต่างให้ความสำคัญ ในการพัฒนาระบบสารสนเทศในองค์กรให้สามารถรองรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในลักษณะการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจกันมากขึ้น แต่ในปัจจุบันธุรกิจอุตสาหกรรมลวดสลิง ยังไม่ให้ความสนใจในการทำธุรกิจประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งปัจจุบันการทำธุรกิจประเภทนี้สามารถ สร้างกำไรที่เพิ่มขึ้น และเพิ่มยอดขายให้แก่กิจการ

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ ส่งผลต่อ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับความสำเร็จต่อผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ความเป็นมาเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การทำธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งขึ้นอยู่กับการประมวลและการส่งข้อมูลที่มีข้อความ เสียง และ ภาพ ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รวมถึงการขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์, การขนส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิทัลในระบบออนไลน์, การโอนเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ การจำหน่ายหุ้นทางอิเล็กทรอนิกส์ ใบตราส่ง การประมูล การออกแบบวิศวกรรมร่วมกัน การจัดซื้อ การจัดจ้างของภาครัฐ, การขายตรง การให้บริการหลังการขาย ทั้งนี้ใช้กับสินค้า (เช่น สินค้าบริโภค อุปกรณ์ทางการแพทย์) และบริการ (เช่น บริการขายข้อมูล บริการด้านการเงิน บริการด้านกฎหมาย) รวมทั้งกิจการทั่วไป (เช่น สาธารณสุข การศึกษา ศูนย์การค้าเสมือน) (European Union, 1997)

ประเภทของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2546, น. 23-24)

1. ธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business: B2B) หมายถึง ธุรกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ผู้ประกอบการด้วยกัน โดยอาจเป็นผู้ประกอบการในระดับเดียวกัน หรือต่างระดับกันก็ได้ อาทิ ผู้ผลิตกับผู้ผลิต ผู้ผลิตกับผู้ส่งออก ผู้ผลิตกับผู้นำเข้า ผู้ผลิตกับผู้ค่าส่งและค้าปลีก เป็นต้น การกระทำธุรกิจนี้มีสินค้าจำนวนมาก รวมถึงมูลค่าของสินค้าจึงมีสูงตามไปด้วย

2. ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) หมายถึงการค้าระหว่างผู้ค้าหรือผู้ประกอบการกับผู้บริโภค เป็นการทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่รวมการขายส่ง การสั่งซื้อสินค้าผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การขายหนังสือ ขายวีดีโอ ขายเครื่องประดับ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสินค้าประเภทบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ การจองตั๋วเครื่องบิน การซื้อขายหุ้น และธนาคารออนไลน์

3. ธุรกิจกับรัฐบาล (Business to Government: B2G) หมายถึงการประกอบธุรกิจระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐ เช่น การจัดจ้างของภาครัฐ หรือที่เรียกว่า E-Government Procurement เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายนอกจากนี้ยังมีการประมูลออนไลน์ การจดทะเบียนการค้าและการนำสินค้าเข้าออกโดย ใช้ อีดีไอ ผ่านกรมศุลกากร

4. ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to Consumer: C2C) หมายถึงการประกอบธุรกิจระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค อาจเพื่อการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร หรืออาจจะทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากันเอง หรือการประมูลสินค้า หรือการขายของมือสอง เป็นต้น

2. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ลวดสลิงสมัยใหม่นั้นคิดค้นโดยวิศวกรเหมืองแร่ชาวเยอรมัน Wilhelm Albert ในระหว่างปีค.ศ. 1831 -1834 สำหรับใช้งานในเหมืองที่เขา Harz ในเมือง Clausthal ในแคว้น Lower Saxony ประเทศเยอรมนี หลังจาก นั้นก็ได้แพร่หลายเนื่องจากคุณสมบัติของลวดสลิงที่เหนือกว่าเชือกปอ หรือโซ่โลหะที่ใช้ก่อนหน้านั้นลวดสลิงของ Wilhelm Albert ประกอบไปด้วยเส้นลวดที่บิดเกลียวเป็น 6 มัด แล้วก็บิดในอีกทิศทางหนึ่งเพื่อความแข็งแรง แล้วยังห่อด้วยปออีกครั้งหนึ่ง

ในปี ค.ศ.1840 Robert Stirling Newall ชาวสก็อตได้พัฒนาลวดสลิงขึ้นไป โดยต่อมาลวดสลิงได้ถูกใช้ในงานระบบขนส่งกำลังทางกลต่าง ๆ รวมถึงรถกระเช้า ระบบลวดสลิงมีราคาเพียง 1 ใน 10 และมีการสูญเสียกำลังจาก แรงเสียดทานน้อยกว่าระบบเพลา ด้วยข้อดีนี้ ทำให้ระบบลวดสลิงถูกใช้ในการส่งกำลังในระยะทางไกล

2.1 สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปสามารถวิเคราะห์ตามองค์ประกอบ PEST Analysis ได้ดังนี้ (อ้างใน อรนุช แซ่ลิ่ม และ วสันต์ สิริยาภิวัฒน์, 2554, น. 2-11)

1. ด้านมาตรการรัฐ การเมืองและกฎหมาย (Political / Legal Factor :P) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เป็นวิกฤติการณ์ที่สำคัญของผู้บริหารส่วนใหญ่ สภาพแวดล้อมทางการเมืองก็มีอิทธิพลต่อกิจกรรมของธุรกิจผู้บริหารจะต้องเริ่มจากการศึกษานโยบายทางการเมืองที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เพราะถึงแม้ปัจจัยเหล่านี้จะควบคุมไม่ได้ แต่ก็เป็นปัจจัยที่ควรตั้งรับเพื่อปรับธุรกิจของเราให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และจะต้องคำนึงถึงอำนาจสูงสุดของผู้นำประเทศนั้น

2. ด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor = E) ปัจจัยทางเศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลกับผู้บริหาร ซึ่งมีผลกับทุกๆธุรกิจในทางตรงอย่างมาก เพราะเศรษฐกิจของประเทศเป็นตัวกำหนดกำลังซื้อของคนในประเทศและเป็นตัวกำหนดตลาดขนาดใหญ่ในประเทศอีกด้วย จึงจะต้องพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมนอกองค์กร ปัจจัยการผลิตเป็นปัจจัยที่คงที่ เช่น ที่ดินแรงงานและทุน ผลกระทบของกิจกรรมขององค์กรทั้งหมดที่เกิดขึ้นในประเทศ สิ่งสำคัญที่จะมีผลกระทบซึ่งกันและกันที่จะปรากฏทันทีทันใด

3. สังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural Factor = S) สภาพแวดล้อมทางสังคม สามารถเห็นได้ว่าสังคมวัฒนธรรมจะรวมถึง ทัศนคติ ความเชื่อ และการดำเนินชีวิต สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และชีวิตการเป็นอยู่ของคนพื้นที่นั้นๆ ว่าเป็นอย่างไรก่อนที่จะเริ่มทำตลาดให้ได้ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

เพราะวิถีชีวิตของคนในแต่ละชุมชนจะมีความแตกต่างกันออกไป การที่จะเข้าไปทำตลาดในพื้นที่ต่างๆ เราจะต้องเข้าไปศึกษาในส่วนนี้ก่อนเพื่อให้มั่นใจได้ว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและเป็นที่น่าสนใจของคนในชุมชนในด้านที่ดี

4. เทคโนโลยี (Technology : T) เทคโนโลยี คือ วิกฤติการณ์ของการดำเนินการของบริษัทและเป็นสิ่งเดียวที่สำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบของคู่แข่งขันในองค์กร ไม่เท่านั้นการพัฒนาเทคโนโลยีให้เหมาะสมจะช่วยในการดำเนินงานภายในของบริษัทที่ดีขึ้น แต่บริษัทคู่แข่งสามารถได้เปรียบโดยตลอดในเรื่องต้นทุนนี่คือ ปัจจัยสำคัญที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากต้นทุนเทคโนโลยีโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีกับผลิตภัณฑ์ใหม่และกระบวนการผลิตใหม่ๆ และบริษัทที่มีประสิทธิภาพสูงจะได้เปรียบ ในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆเป็นการเพิ่มกำไรในความเป็นจริง ส่วนนี้ สามารถเป็นกุญแจที่ทำให้ประสบความสำเร็จได้

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.1 ปัจจัยภายนอกองค์กร สิทธิเดช ลีมัคเดช (2548) กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง โดยสังเกตได้จากยุทธวิธีและเทคนิคต่างๆที่องค์กรคิดขึ้นมา ก็เพื่อที่จะพยายามเอาชนะคู่แข่งให้ได้ เนื่องจากจำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรม มีการเพิ่มขึ้นตลอดเวลา การเอาชนะในที่นี้ไม่ได้หมายถึง ความพยายามที่กำจัดคู่ต่อสู้ แต่หมายถึงการพัฒนาตัวสินค้าและการบริหารของเราให้ดีกว่า เพื่อจะดึงดูดให้ผู้บริโภคมาใช้สินค้าของเรา

- สภาพแวดล้อมทางการเมือง และนโยบายของรัฐบาล โดยการเมืองส่งผลกระทบต่อนโยบายการค้าประกอบธุรกิจของประเทศโดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลแบบผสมผสานพรรคบ่อย ๆ เมื่อการเมืองไม่มั่นคง ทำให้ต่างชาติขาดความน่าเชื่อถือ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบ่อย เช่นสินค้าบางอย่างต้องเสียภาษีเพิ่มขึ้น ธุรกิจบางชนิดถูกควบคุมโดยเพิ่มหลักเกณฑ์มากขึ้นเศรษฐกิจชะงักเนื่องจากเงินตราไหลออกนอกประเทศ โดย ด้านบทบาทของรัฐบาล รัฐบาลไม่สามารถที่จะขับเคลื่อนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นโยบายของรัฐบาลจะมีผลกระทบกับอุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันเท่านั้น รัฐบาลสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยนโยบายหลายอย่าง เช่น นโยบายด้านภาษี การควบคุมอัตราการแลกเปลี่ยน การควบคุมนโยบายการเงิน

- โครงสร้างพื้นฐานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย (ราม ปิยะเกตุ และคณะ , 2547) ไปเล็งเห็นความสำคัญที่จะต้องมีนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่สอดรับกับความเปลี่ยนแปลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยประเทศไทยจึงได้กำหนดนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศฉบับแรก (IT 2000) ในปี พ.ศ. 2539 และจัดทำกรอบนโยบายสารสนเทศของประเทศไทยในระยะที่ 2 หรือ IT 2010 ซึ่งจะครอบคลุมช่วง พ.ศ. 2544-2553 โดยให้ความสำคัญกับบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศ ในฐานะเครื่องมือในการขับเคลื่อน และพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม

- ผลกระทบจากความผันผวนของราคาน้ำมันต่ออุตสาหกรรมเหล็ก (ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, www.oie.go.th) สถานการณ์ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่พุ่งสูงขึ้นอย่างไม่ปกติ และเกิดขึ้นกับสินค้าวัตถุดิบพื้นฐานหลายชนิดในขณะนี้ เป็นปรากฏการณ์ที่น่าเป็นห่วงต่อทิศทางราคาสินค้าผู้ผลิต ซึ่งอาจจะนำไปสู่การปรับราคาสินค้าสำหรับผู้บริโภคตามมา ในภาคอุตสาหกรรมของไทยต้องพึ่งพาวัตถุดิบขั้นต้นที่ต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศจำนวนมาก โดยเฉพาะวัตถุดิบที่ใช้เพื่อเป็นพลังงาน อย่างน้ำมันเชื้อเพลิง และวัตถุดิบโลหะประเภทต่างๆ ที่จำเป็นต่อกระบวนการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างกว้างขวาง การพึ่งพาการนำเข้าจึงทำให้ภาวะราคามักมีความผันผวนตาม ทางด้านราคาในต่างประเทศ ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ปรับตัวสูงขึ้นรวดเร็ว คือ ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ ทั้งน้ำมันดิบ ทองคำ และโลหะพื้นฐาน (Base Metals) ทะยานสูงขึ้นทำสถิติสูงสุดอย่างต่อเนื่องปัญหาราคาโลหะพื้นฐานอาจซ้ำเติมภาวะต้นทุนของภาคอุตสาหกรรม ที่กำลังได้รับผลกระทบอย่างหนักจากปัญหาต้นทุนค่าขนส่งและต้นทุนพลังงาน ที่ต้องปรับขึ้นตามราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้น ในสถานการณ์ดังกล่าวภาคอุตสาหกรรมจะต้องมีการปรับตัวในการรับมือภาวะต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่แรงกดดันในด้านการแข่งขันในตลาดอาจทำให้ผู้ประกอบการมีช่องว่างในการปรับราคาสินค้าได้อย่างจำกัด กลยุทธ์ในการบริหารต้นทุนอาจทำให้หลายวิธีเช่น ศึกษาหาแนวทาง

ใช้มาตรการประหยัดพลังงานในสถานประกอบการ การวางแผนด้านโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ การปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตเพื่อลดต้นทุน การลดการสูญเสียของวัตถุดิบในกระบวนการผลิต และการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ต่ำลง เป็นต้น

3.2 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร หน้าที่ของความรับผิดชอบของผู้บริหารสำหรับสารสนเทศ (ไพศาล ลักขณานุรักษ์ , 2555)

- การให้ความสำคัญในการบริหารจัดการ โดยผู้บริหารจะต้องแสดงถึงการให้ความสำคัญต่อการกำหนดการลงมือปฏิบัติการ

- การบริหารจัดการทรัพยากรที่จำเป็นและการอบรม การสร้างความตระหนักและการเพิ่มขีดความสามารถเพื่อให้บุคคลากรทั้งหมดที่ได้รับความมอบหมายหน้าที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามที่กำหนด

3.2.1 เทคโนโลยีสารสนเทศกับองค์การ (สมชาย จันทร์ศรีงาม, 2547) ปัจจุบันเราเริ่มรับรู้และเคยชินกับองค์การสมัยใหม่ (Modern Organization) ที่นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ ทำให้มีโครงสร้างและลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างจาก องค์การแบบเดิม (Traditional Organization) อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น

- การติดต่อสื่อสารและการไหลเวียนของข้อมูลผ่านระบบเครือข่าย (Networking System) สร้างความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และไม่ซับซ้อนในการทำงาน ทำให้องค์การสามารถลดจำนวนงานบางอย่างลง และจัดรูปแบบการ ดำเนินงาน ให้มี โครงสร้างที่แบบราบ (Flat Structure)

- ระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพช่วยลดลำดับขั้นในการจัดการ (Management Hierarchy) และทำให้การควบคุม กว้างขึ้น (Wider Span of Control) ซึ่งส่งเสริมการติดต่อสื่อสารภายในองค์การและการ ใช้ทรัพยากรบุคคล ให้มี ประสิทธิภาพสูงสุด

- ระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่ทันสมัยทำให้บุคคลสามารถทำงานอยู่คนละที่ (Remotely Connection) ซึ่งจะลด การติดต่อ สื่อสารแบบเผชิญหน้าโดยตรง จึงต้องอาศัยความเชื่อถือ (Trust) ระหว่างองค์การ กับบุคลากร ตลอดจนต้องให้อำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment) แก่บุคลากรเพิ่มมากขึ้น

- การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในองค์การส่งผลให้บุคลากรมีคุณภาพเพิ่มขึ้นทั้งด้านศักยภาพส่วนตัวและ จากสารสนเทศที่เขาได้รับซึ่งทำให้การปฏิบัติงานและการตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอก ดำเนินไปอย่างรวดเร็วและถูกต้อง

- การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการปรับองค์การให้มีการใช้อุปกรณ์สำนักงานและการสูญเสียทรัพยากรน้อยลง เช่น สำนักงานไม่ใช้กระดาษ (Paperless Office) เป็นต้น

3.2.2 บทบาทของผู้บริหารที่มีต่อกลยุทธ์ด้านสารสนเทศขององค์การ

ขั้นตอนที่ผู้บริหารสมควรปฏิบัติ เพื่อให้องค์การสามารถประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานขั้นสูงดังต่อไปนี้ (สมชาย จันทร์ศรีงาม, 2547)

1. การผลิตและการดำเนินงาน ผู้บริหารต้องหาแนวทางในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ เช่น วิศวกรรมคู่ขนาน (Concurrent Engineering) โดยการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยออกแบบ (Computer Aided Design, CAD) ในการออกแบบ พัฒนาและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ในเวลาเดียวกัน เป็นต้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีคุณภาพ มีความทันสมัยและสอดคล้องความต้องการของลูกค้า ตลอดจนสนับสนุนการจัดโครงสร้างองค์การให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน และสอดคล้องกัน

2. การติดต่อสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน ผู้บริหารต้องส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการ เชื่อมต่อ ระหว่าง หน่วยงาน ทั้ง ภายในและภายนอกองค์การ เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลมีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และทั่วถึง ซึ่งจะทำให้บุคคลเกิดความเข้าใจและสามารถปฏิบัติงาน ร่วมกัน อย่างมี ประสิทธิภาพและเกิดความ รู้สึกที่ดีต่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้ผู้บริหาร ต้องส่งเสริมการติดต่อสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ในการทำงาน เนื่องจากบุคคลมีแนวโน้มที่จะต่อต้านสิ่งที่ตนไม่เข้าใจ ไม่รู้จักหรือไม่คุ้นเคย

3. กระบวนการ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานจะส่งผลให้หลายองค์การต้องปรับปรุงกระบวนการทำงาน โดยลดขั้นตอนการทำงานที่ล้าสมัยและไม่จำเป็นออกเพื่อให้องค์การสามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถธำรง รักษาความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่งปัจจุบันการปรับขั้นตอนโครงสร้าง หรือกระบวนการทำงานอาจมีวิธีการที่แตกต่างกัน ตัวอย่าง เช่น การพัฒนาการทำงาน การรื้อปรับระบบ หรือการปรับรูปองค์การ เป็นต้น

4. การวางแผน ความสำเร็จของการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานขององค์การธุรกิจ เกิดจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Infrastructure) ที่สอดคล้องกับสถานการณ์และกลยุทธ์ขององค์การ ซึ่งการดำเนินงานในระดับนี้ต้องอาศัยการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง โดยผู้บริหารต้องสนับสนุนให้องค์การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนโดยเฉพาะในระดับกลยุทธ์ขององค์การเพื่อให้การดำเนินงานสอดประสานกันทั้งองค์การ การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับนี้ เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในการสร้างความกลมกลืนระหว่าง เทคโนโลยีสารสนเทศองค์การ และกลยุทธ์

3.3 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่องค์การได้วางไว้ เช่นการซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือ แม้แต่อินเตอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยลดบทบาทองค์กรประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเล ที่ตั้ง อาคารประกอบการโกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น จึงลดข้อจำกัดของระยะทาง และเวลาลงได้ โดยระบบอิเล็กทรอนิกส์นั้นจะต้องมีความน่าเชื่อในการประมวลผลของข้อมูล และระบบนั้นจะต้องมีความสามารถในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้ในอนาคต (สุพัตรา กาญจโนภาส , 2554)

อินเตอร์เน็ตเป็นช่องทางการค้าในรูปแบบใหม่จึงมีความแตกต่างที่สำคัญระหว่างการตลาดออนไลน์และการตลาดแบบดั้งเดิม ในที่นี้จะกล่าวถึงส่วนผสมทางการตลาดแบบดั้งเดิม 4P และ 2P ใหม่คือ Personalization และ Privacy เป็นแนวคิดที่ประยุกต์ใช้องค์ประกอบตลาดดั้งเดิมบวกกับความสามารถพิเศษของเทคโนโลยี ทำให้เกิดองค์ประกอบการตลาดแบบใหม่ได้

ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

- เนื่องจากเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้าจะต้องให้ข้อมูลส่วนตัวแก่เว็บไซต์ ซึ่งไม่ควรถูกเผยแพร่โดยที่ลูกค้าไม่อนุญาต ข้อมูลส่วนตัวไม่ใช่แค่ หมายเลขบัตรเครดิต แต่รวมถึง ที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ หรืออีเมล์ ผู้ดูแลเว็บไซต์จำเป็นต้องสร้างระบบรักษาความปลอดภัยที่เชื่อถือได้ว่าข้อมูลเหล่านี้จะไม่ถูกโจรกรรมออกไปได้

- เรื่องของสิทธิส่วนบุคคลในข้อมูลต่างๆจะเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเนื่องจากปัจจุบันผู้อินเตอร์เน็ตเริ่มที่จะให้ความสำคัญมากขึ้นและพยายามให้ข้อมูลส่วนตัวน้อยที่สุดเท่าที่จะได้

การให้บริการแบบเฉพาะเจาะจงบุคคล (Personalization) คือกระบวนการนำเสนอเนื้อหาหรือบริการและสินค้า โดยพิจารณาลักษณะพฤติกรรมผู้ใช้บริการ ควรเป็นลักษณะการบริการแบบตอบโต้ร่วมกัน (Interactive) ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าแบบเจาะจงบุคคล เรียกว่า การตลาดแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (One to One Marketing) เพื่อนำเสนอสิ่งที่ตรงใจลูกค้า อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และสร้างความเป็นกันเองและสร้างความประทับใจได้

- เทคโนโลยีอินเตอร์เน็ตทำให้เว็บไซต์สามารถเก็บข้อมูลของลูกค้าแต่ละคนได้ และสามารถให้บริการแบบเจาะจงกับลูกค้าแต่ละรายได้ ตัวอย่างเช่น หากผู้ใช้เคยซื้อหนังสือจากเว็บไซต์ Amazon.com เมื่อเข้ามาที่เว็บไซต์นี้อีกครั้งจะมีข้อความต้อนรับ โดยแสดงชื่อผู้ใช้ขึ้นมา พร้อมรายการหนังสือที่เว็บไซต์แนะนำ ซึ่งเมื่อดูรายละเอียดจะพบว่าเป็นหนังสือในแนวเดียวกันกับที่เคยซื้อครั้งที่แล้ว เมื่อผู้ใช้สั่งซื้อหนังสือใด เว็บไซต์ก็จะทำการแนะนำต่อไปว่าผู้ที่สั่งซื้อหนังสือเล่มนี้ มักจะสั่งซื้อสินค้าต่อไปนี้ด้วย พร้อมแสดงรายการหนังสือหรือสินค้าแนะนำ

- เป็นไฟล์ข้อมูลขนาดเล็กที่บันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ของลูกค้า เว็บไซต์จะสามารถรู้จักลูกค้าได้ทันทีเมื่อกลับมาที่เว็บไซต์นี้อีกครั้ง โดยอ่านข้อมูลจาก cookies นี้เองจากนั้น เว็บไซต์จึงนำข้อมูลที่ระบุตัวตนของลูกค้าไปสัมพันธ์กับฐานข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยซื้อแล้ว ซึ่งเก็บบนเครื่องคอมพิวเตอร์ของร้านค้า พร้อมสร้างรายการแนะนำสินค้าที่เหมาะกับลูกค้าแต่ละราย

3.4 ปัจจัยการมุ่งเน้นลูกค้า

3.4.1. แนวความคิดของคำว่า พึงพอใจ (Satisfaction) ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความรู้สึกของคนที่รู้สึกพอใจ หรือการไม่ได้รู้สึกผิดหวังซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบสิ่งที่ควรได้รับจากสินค้าและสิ่งที่เกี่ยวข้องจากการคาดหวังไว้ ถ้าสิ่งที่ได้รับมีความผิดพลาดจากที่คาดหวังไว้แม้เพียงเล็กน้อยก็ก่อให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจได้ แต่ถ้าเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าสิ่งที่ได้รับเกินกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ ลูกค้า ก็จะมีความพึงพอใจสูงสุด หรือ เกิดความปลาบปลื้มได้

บริษัทหลายแห่งต่างก็ให้ความสำคัญในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าเพราะ ปัจจัยหนึ่งในการรักษาลูกค้าไว้ คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยส่วนมากระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่สูงก็คือความภักดี

3.4.2 แนวคิดคำว่า e-Satisfaction e-satisfaction คือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในการซื้อที่ผ่านมาที่ได้รับจากผู้ขายบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Anderson & Srinivasan, 2003) คุณภาพของข้อมูลและคุณภาพของระบบเป็นหลักการพื้นฐานที่ลูกค้าต้องการและสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจจากทั้งสองอย่างนี้ได้ (Delone & McLean, 1992)

E - Satisfaction คือ ผลที่เกิดจาก ลักษณะจำเพาะของเว็บไซต์ (Web site characteristic) ได้แก่ ความง่ายในการใช้ และ รูปแบบของบริการ ตัวอย่างเช่น กระบวนการส่งสินค้า การบริการลูกค้า (Zeithaml, 2000) ทั้งนี้หากสินค้าที่นำเสนอนั้นมีทั้งความหลากหลายและรวมไปถึงสินค้ามีคุณภาพดีจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้บริโภคได้มากขึ้น ต้นทุนการค้นหาขั้นต่ำโดยทั่วไปจะมีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าออนไลน์และทำให้คนซื้อของที่มีคุณภาพดีขึ้น การได้ซื้อสินค้าที่มีคุณภาพส่งผลทำให้มีความพึงพอใจมากขึ้นโดยลดการจำกัดของต้นทุนจากผลิตภัณฑ์ที่ผิดพลาด ต้นทุนนี้รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเรียกคืนสินค้า ความเสียหายเมื่อสินค้าชำรุด ไม่ว่าจะเป็นจากการทดลองสินค้า หรือเกิดจากความไม่ระมัดระวัง หรือความผิดพลาดในการผลิตจากเครื่องคอมพิวเตอร์หรือวิธีการทำงาน (Bakos, 1997) ดังนั้นการมีข้อมูลที่มากกว่า (ด้วยขอบเขตเนื้อหาที่กว้างและคุณภาพที่ดีกว่า) ช่วยทำให้การซื้อสินค้าออนไลน์ตัดสินใจได้ดีกว่า และมีความพึงพอใจที่มากกว่าการซื้อสินค้าในรูปแบบเดิม (Peterson, Balasubramanian & Bronnenberg, 1997)

3.4.3 การสร้างความไว้ใจ (Trust Building)

เมื่อธุรกิจ มีการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ต่างๆ กับลูกค้าผ่านจุดติดต่อต่างๆ ย่อมต้องมุ่งหวังว่า จะสร้างความไว้ใจ (Trust) ให้เกิดขึ้นกับลูกค้า เพื่อให้กลับมายังเว็บไซต์ของเราอย่างต่อเนื่องจนเกิดความภักดี (Loyalty) เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม กระบวนการที่ลูกค้าจะไว้ใจหรือไม่นั้นมีความซับซ้อนอยู่ไม่น้อย

รัชดา บัวสำลี (2553) กล่าวว่าความไว้ใจต่อเว็บไซต์ใดเว็บไซต์หนึ่งของคนใดนั้น อาจเริ่มจากการมีใจโน้มเอียงที่เกิดขึ้นก่อน (Predisposition) ทั้งนี้อาจเกิดขึ้นจากบุคลิกส่วนตัวและอุปนิสัยใจคอ (Disposition to trust) สภาพแวดล้อมและเงื่อนไขต่างๆ (Institutional-Based Trust) รวมไปถึงข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากบุคคลที่สามที่น่าเชื่อถือ ทำให้เกิดความไว้ใจเบื้องต้น (Initial Trusting Beliefs) สิ่งต่างๆเหล่านี้ทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติทางบวกที่พร้อมจะรับคำมั่นสัญญาต่างๆจากผู้ขาย

3.5 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร

คุณภาพของบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการบริหารกับประสิทธิผลของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาระบบบริหาร ปัญหาอีกประการหนึ่งในเรื่องของคนในองค์กรอาจพิจารณาได้จากคุณภาพของคนในหน่วยงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวแปรต่างๆ หลายประการได้แก่ ความรู้ ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติงาน การนำเทคโนโลยีหรือวิทยากรแผนใหม่มาใช้ จำเป็นจะต้องฝึกฝนพัฒนาบุคลากรให้มีทัศนคติที่ดี มีความรู้ความสามารถ (ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิติ, 2550)

- แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน ไมเคิล ดอมแจน (Domjan, 1996, p.199) อธิบายว่า การจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่ม พฤติกรรมการกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุ เป้าหมายที่ต้องการ

สมยศ นาวีการ (2540, น.359) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจ ว่ามีความสำคัญต่อการบริหารงานมาก เพราะผู้บริหารจะต้องทำงานให้ประสบความสำเร็จได้โดยอาศัยบุคคลอื่น คนเป็นทรัพยากรที่มีชีวิตจิตใจ แรงจูงใจจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึกของคนในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ จึงถือได้ว่าแรงจูงใจมีความสำคัญต่อผู้บริหารเสมอ

ดังนั้น แรงจูงใจในการทำงาน จึงหมายถึง สิ่งที่อยู่ภายในของบุคคล มีอิทธิพลทำให้กำหนดทิศทางและการใช้ความพยายามในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ การจูงใจจึงเป็นสิ่งเร้าซึ่งทำให้บุคคลเกิดความคิดริเริ่ม ควบคุมรักษาพฤติกรรม และการกระทำ หรือเป็นสภาพภายในซึ่งเป็นสาเหตุให้บุคคลที่มีพฤติกรรมที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่า สามารถบรรลุเป้าหมายบางประการได้มนุษย์มีความต้องการ

กระบวนการฝึกอบรม เริงลักษณ์ โรจนพันธ์ (2529, น.8) กล่าวว่าการฝึกอบรมเป็นกระบวนการ (Process) อย่างหนึ่งในการพัฒนาองค์กร โดยอาศัยการดำเนินการอย่างมีขั้นตอน มีการวางแผนที่ดี และเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง เพื่อมุ่งเปลี่ยนพฤติกรรม 3 ด้าน คือ เพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และเปลี่ยนเจตคติ (Attitudes) และยังเป็นกระบวนการที่จะช่วยเพิ่มพูนความสามารถ (Ability) ประสิทธิภาพ (Efficiency) ของบุคคลอันจะก่อให้เกิดประสิทธิผล (Effectiveness) ต่อหน่วยงานเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของ ทองฬู ชินะโชติ (2531, น.7) และทนง ทองเต็ม (2540, น.1) นอกจากนี้ เสนาะ ติเยาว์ (2534, น.127) และอนนิษฐ์ จิตตางกูร (2537, น.16) ได้กล่าวเสริมไว้ว่าการฝึกอบรมจะมุ่งให้คนได้รู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ และเพื่อการแลกเปลี่ยนพฤติกรรมของคนไปในทางที่ต้องการ

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า การฝึกอบรม คือ กระบวนการให้ความรู้ ความเข้าใจ และเจตคติ ที่ดีต่อกิจกรรมต่างๆ ที่ทางหน่วยงานต่อการส่งเสริมให้กับพนักงานของตน เพื่อให้ได้รับความรู้ความเข้าใจและเกิดทักษะ เพื่อนำมาซึ่งการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต่อองค์กรนั้นๆ

4. การวัดผลสำเร็จของธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ทฤษฎีการวัดผลการดำเนินงาน การวัดผลการดำเนินงาน (เอกพล แฟงทอง และ พจนีย์ ภู่ทับทิม , 2524) ของบริษัทสามารถวัดได้หลายวิธีด้วยกัน ซึ่งผลการดำเนินงานนี้จะเป็นตัวทำนายถึงธุรกิจวิธีหนึ่ง บริษัทสามารถวัดผลการดำเนินงานจากผลประกอบการทางการเงินโดยวิเคราะห์จากอัตราส่วนทางการเงินได้ คือ

1. อัตราการเจริญเติบโตจากยอดขาย

โดยเมื่อธุรกิจเริ่มมีการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เข้ามาใช้ในธุรกิจนั้น ทางด้านธุรกิจคงต้องศึกษาถึงการดำเนินงานว่าจะเป็นไปอย่างไร โดยในที่นี่จะใช้ยอดขายเป็นตัววัดของการเจริญเติบโตของธุรกิจ โดยทั่วไปแล้วจะแบ่ง อีคอมเมิร์ซ หลักได้เป็น 2 ประเภทนั่นคือ มีสินค้าเป็นของตัวเอง และการรับสินค้าของคนอื่นมาขาย ดังนั้นต้องระวังการเปรียบเทียบยอดขายสินค้าของเรากับคู่แข่งรายอื่นๆ ในตลาดที่คิดว่าอยู่ในระดับเดียวกัน เพราะถ้าธุรกิจขายสินค้าของตัวเอง ยอดขายทั้งหมดก็จะขึ้นอยู่กับราคาของสินค้านั้น โดยหักต้นทุนแต่เพียงอย่างเดียว แน่นอนว่าย่อมเลือกซื้อสินค้าที่ถูกกว่าสินค้าเหล่านั้นมีคุณภาพเท่ากัน ดังนั้นดูคู่แข่งและเปรียบเทียบราคาจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อยอดขายทำให้สินค้าราคาถูกแต่คุณภาพดีย่อมเป็นคุณสมบัติที่ทำให้ยอดขายของสินค้าเราเพิ่มขึ้นด้วย

แต่ถ้าในกรณีที่รับสินค้ามาขาย คำว่ายอดขายนี้จะแตกต่างออกไปทันที เพราะยอดขายทั้งหมดนั้นไม่ได้แสดงจำนวนเงินที่ไหลเข้ามาในเว็บไซต์ เพราะสิ่งที่เว็บเหล่านั้นได้จริงๆ คือ เปอร์เซ็นส่วนหนึ่งจากกำไรเท่านั้น

2. ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทน

โดยการวัดผลจากทำธุรกิจออนไลน์นั้น สามารถวัดผลได้โดยการเก็บข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ว่าการทำธุรกิจหรือการค้าขององค์กรนั้นได้ผลอย่างไรบ้าง ในที่นี่จะพูดถึง ผลตอบแทน

จากการลงทุน ROI (Return on Investment) โดยจะเป็นการคำนวณทางการเงิน เพื่อดูว่า การลงทุนทำธุรกิจไปแล้วเราคุ้มค่าหรือไม่ เช่น ถ้าผล ของ ROI ติดลบ แสดงว่า การขายสินค้านั้น ขาดทุน ส่วนถ้าผลของ ROI เพิ่มขึ้น แสดงว่าได้กำไร

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กรอบแนวความคิดในการวิจัย

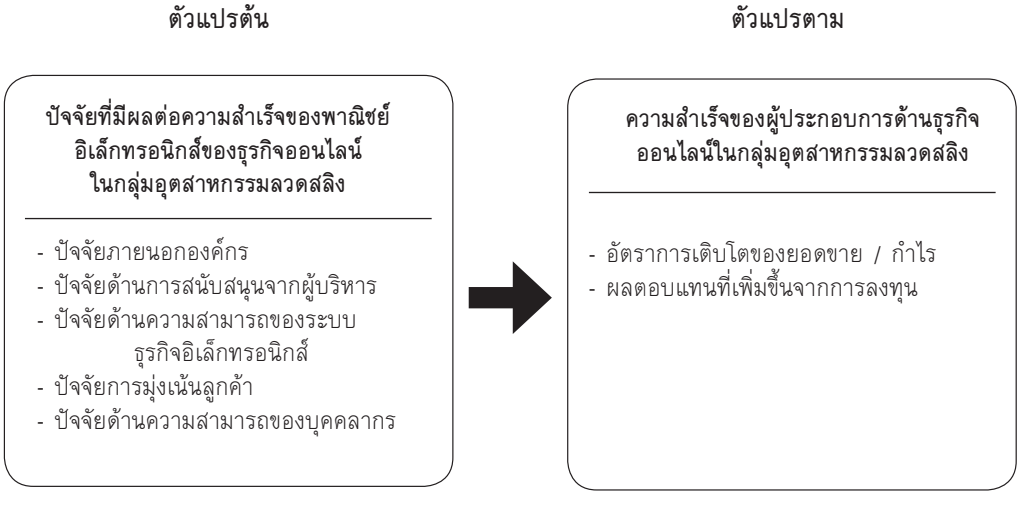
ตัวแปรในการวิจัยจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิคส์ ในกลุ่มธุรกิจออนไลน์ อุตสาหกรรมลวดสลิง ตลอดจนงานที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดตัวแปรในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรต้น (X) ประกอบด้วยปัจจัยหลักๆ 5 ปัจจัย

1. ปัจจัยภายนอกองค์กร
2. ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร
4. ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์
5. ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร

ตัวแปรตาม (Y) คือ ความสำเร็จของนำเอาระบบพาณิชย์การอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ซึ่งประกอบด้วย

1. อัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร (Increased Profitability)
2. ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน (Increased Return on Investment



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดของการวิจัย "ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง"

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยอาศัยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือบริษัท

ลวดสลิงในประเทศไทย โดยเฉพาะธุรกิจทำการซื้อขายสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B และ B2C จำนวน 950 บริษัท หน่วยการวิเคราะห์คือ บริษัทลวดสลิงในประเทศไทย โดยเฉพาะธุรกิจทำการซื้อขายสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B และ B2C และ ผู้ตอบแบบสอบถาม (Key informant) คือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทนั้นๆ ดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ หรือ ตำแหน่งอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 282 บริษัท คิดเป็น 29.69%

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้คือแบบสอบถามซึ่งถูกพัฒนามาจากงานวิจัยในอดีต และประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวข้อมูลทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่ บริษัทดำเนินธุรกิจมาแล้วกี่ปี ลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจท่าน จำนวนพนักงาน ธุรกิจของท่านมีทุนจดทะเบียน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม ปลายปิด เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินด้วยระบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ศึกษา ได้แยกหัวข้อที่จะสอบถามปัจจัยเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจที่มีต่อการทำการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อความสำเร็จ 5 ด้าน จำนวน 24 ข้อ

โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert's Scale ที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน			การแปลความหมาย
ระดับคะแนน	5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับคะแนน	3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับคะแนน	2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับคะแนน	1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

2.1 ปัจจัยภายนอกองค์กร ข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ พัฒนาจากแบบสอบถามของ (วรรณวณัช บุญจั่น 2551, ฐิตารีย์ หวังอนุตตร อาภรณ์ หวังอนุตตร 2547)

2.2 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ พัฒนาจากแบบสอบถามของ (วรรณวณัช บุญจั่น 2551, ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย 2545, ฐิตารีย์ หวังอนุตตร อาภรณ์ หวังอนุตตร 2547)

2.3 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (วรรณวณัช บุญจั่น 2551, สุพัตรา กาญจโนภาส 2554

2.4 ปัจจัยการมุ่งเน้นลูกค้า วรรณวณัช บุญจั่น 2551)

2.5 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร ข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ พัฒนาจากแบบสอบถามของ (วรรณวณัช บุญจั่น 2551)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับคะแนน			การแปลความหมาย
ระดับคะแนน	3	หมายถึง	เพิ่มขึ้น
ระดับคะแนน	2	หมายถึง	คงที่
ระดับคะแนน	1	หมายถึง	ลดลง

3.1 อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร พัฒนามาจากแบบสอบถามของ (ฐิตารัตน์ หวังอนุตตร อาภรณ์ หวังอนุตตร 2547, อาดุลรามา นิโรจน์, วิจำ ใจดี 2547)

3.2 ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน พัฒนามาจากแบบสอบถามของ (อาดุลรามา นิโรจน์, วิจำ ใจดี 2547 ฐิตารัตน์ หวังอนุตตร อาภรณ์ หวังอนุตตร 2547)

4. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ผ่านโปรแกรม SPSS ที่สำคัญดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) สถิติวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) สถิติวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้วยระบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ(Exploratory Factor Analysis : EFA) เพื่อศึกษาโครงสร้างของตัวแปรและลดจำนวนตัวแปรที่มีอยู่เดิมให้มีการรวมกันได้

3. การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ของเพียรสัน (Pearson Correlation) เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม และระหว่างตัวแปรต้นด้วยกัน

4. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

สมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยว่า ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มธุรกิจ ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิค ในกลุ่มธุรกิจออนไลน์อุตสาหกรรมลวดสลิง โดยสามารถแบ่งสมมติฐานในการวิจัยได้ดังนี้ คือ

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงมีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยภายนอกองค์กรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงในส่วนอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้ามีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการในส่วนผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยภายนอกองค์กรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยการมุ่งเน้นลูกค้ามีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ ประกอบด้วย ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ จำนวนพนักงาน ทุนจดทะเบียน โดยวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 282 บริษัท

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ จะอยู่ในช่วงระยะเวลา 3-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.0 จำนวน 127 คน รองลงมาคือ ช่วงระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.3 จำนวน 63 คน ถัดมาช่วงระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 16.7 จำนวน 47 คน และ ช่วงระยะเวลาที่น้อยที่สุด คือ 6-10 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.0 จำนวน 45 คน

ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ บริษัทที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นประเภทบริษัทจำกัด จำนวน 134 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาเป็นประเภทห้างหุ้นส่วนสามัญจำกัด จำนวน 50 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.7 ถัดมาเป็นประเภทบุคคลธรรมดา จำนวน 40 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.2 และบริษัทจำกัดมหาชน จำนวน 33 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.7 ส่วนที่น้อยที่สุดได้แก่ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล จำนวน 25 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.9

จำนวนพนักงาน ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานระหว่าง 51-200 คน จำนวน 93 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 201-400 คน จำนวน 81 บริษัท และจำนวนพนักงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 คน จำนวน 69 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.5 น้อยที่สุดได้แก่ มากกว่า 400 คน ขึ้นไป จำนวน 39 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.8

ทุนจดทะเบียน ส่วนใหญ่ธุรกิจมีทุนจดทะเบียนอยู่ในระหว่าง 500,000 – 1,000,000 บาท จำนวน 107 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมามีทุนจดทะเบียนอยู่ในระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท จำนวน 56 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.9 ถัดมามีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 500,000 บาท จำนวน 51 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18.1 และมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10,000,000 บาท จำนวน 37 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.1 ส่วนที่น้อยที่สุดมีทุนจดทะเบียนระหว่าง 5,000,001 – 10,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.0 จำนวน 31 บริษัท

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยมีตัวแปรทั้งหมด 24 ตัวแปร โดยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยภายนอกองค์กร มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกองค์กรทั้งหมด 6 ตัว คือ การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง/นโยบายของรัฐบาล (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ 0.836) การเกิด

วิกฤติน้ำมันโลก การเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็กโลก ความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการลดหย่อนภาษี/กฎหมาย และจำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 14.38 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 3.45%

ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากรทั้งหมด 6 ตัว คือ พนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ 0.778) การพึงพอใจของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบ e-commerce พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ พนักงานมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตเป็นอย่างดี พนักงานได้รับการอบรมการใช้งานระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ก่อนการใช้งาน และ ความเชื่อถือและการได้รับไว้วางใจจากลูกค้า โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 11.76 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 2.82%

ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารทั้งหมด 4 ตัว คือ ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ 0.788) ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัท ความพร้อมใช้หรือความเสถียรของระบบ และ ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการปฏิบัติงานและบำรุงรักษาระบบ โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 9.79 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 2.35%

ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด 4 ตัว คือ ระบบมีความน่าเชื่อถือของการประมวลผลข้อมูล (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ 0.675) ระบบมีความยืดหยุ่นสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานในอนาคต มีรูปแบบการใช้งานระบบที่เสนอบริการตรงตามความต้องการของลูกค้า และผู้บริหารเห็นความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 8.68 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 2.08%

ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด 4 ตัว คือ ระบบสามารถนำเสนอรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ 0.727) ผู้บริหารเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ มีระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง และ ผู้บริหารเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 7.79 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 1.87%

ตอนที่ 3 การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงโดยมีปัจจัย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร และ ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยอธิบายผลในรูปแบบ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ แปลค่าความหมายระดับความคิดเห็น สรุปผลได้ดังนี้

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากรมีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงมากที่สุด ไปถึงน้อยที่สุด เรียงตามลำดับดังนี้

ตารางที่ 1 สรุประดับผลความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า	อันดับ
ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร	4.14	0.69	มาก	1
ปัจจัยด้านภายนอกองค์กร	4.09	0.94	มาก	2
ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.00	0.54	มาก	3
ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	3.96	0.75	มาก	4
ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	3.93	0.65	มาก	5
ภาพรวม	4.02	0.71	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยภาพรวม ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.14) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือปัจจัยด้านภายนอกองค์กร ($\bar{X}$ = 4.09) อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X}$ = 4.00) อยู่ในระดับมาก และ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ($\bar{X}$ = 3.96) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X}$ = 3.93) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากรให้ความคิดเห็นว่ามีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร คือ การพึงพอใจของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบอีคอมเมริช รองลงมา คือ พนักงานมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตเป็นอย่างดี และอันดับที่สาม อันดับที่สีได้แก่ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจการใช้ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และ พนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ สองอันดับสุดท้ายได้แก่ ความเชื่อถือและการได้รับไว้วางใจจากลูกค้า และ พนักงานได้รับการอบรมใช้งานระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ก่อนการใช้งาน

ปัจจัยด้านภายนอกองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง / และนโยบายของรัฐบาล มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลง มาคือ การเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็กโลก และอันดับที่สาม คือ การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการลดหย่อนภาษี/กฎหมาย และอันดับที่สี คือ จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ส่วนสองอันดับสุดสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยด้านภายนอกองค์กร น้อยที่สุดคือ การเกิดวิกฤติน้ำมันโลก และความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่า มากเป็นอันดับหนึ่งคือ ผู้บริหารเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ รองลงมาคือ ผู้บริหารเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนสองอันดับสุดท้าย คือ ระบบสามารถนำเสนอรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในข้อคำถามที่มีผลต่อผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

มากที่สุด คือ ความพร้อมใช้ หรือความเสถียรภาพของระบบ รองลงมาคือ ผู้บริหารสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนอันดับสาม คือ ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัท และอันดับสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าส่งผลต่อความสำเร็จน้อยที่สุด คือ ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการปฏิบัติงานและบำรุงรักษาระบบ

ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นใจข้อคำถามที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์อุตสาหกรรมลวดสลิง มากที่สุด คือ ผู้บริหารเห็นความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาคือ ระบบมีความยืดหยุ่นสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้ในอนาคต อันดับสุดท้าย ระบบมีความน่าเชื่อถือของการประมวลผลข้อมูล และ รูปแบบการใช้งานระบบที่เสนอบริการตรงความต้องการของลูกค้า

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ตัวแปรตาม	$\bar{X}$	ระดับ
อัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร	2.29	เพิ่มขึ้น
ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน	2.15	เพิ่มขึ้น

จากข้อมูลในตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการโดยภาพรวมเห็นว่าความสำเร็จเพิ่มขึ้น ($\bar{X}$ = 2.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าความสำเร็จที่เพิ่มขึ้นในหัวข้อ "อัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร" มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 2.29) ตามด้วยหัวข้อ "ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน" ($\bar{X}$ = 2.15)

พบว่าความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงนั้น อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย/กำไร อยู่ในระดับ เพิ่มขึ้น และด้านผลตอบแทนที่เพิ่งขึ้นจากการลงทุน อยู่ในระดับเพิ่มขึ้น เช่นกัน

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์ของ เพียรสัน (Pearson Correlation) และการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis : MRA)

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ของเพียรสัน (Pearson Correlation) พบว่าตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างกัน และตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างกันอยู่ในระดับต่ำและยอมรับได้ (ต่ำกว่า 0.7)

การยอมรับสมมติฐานหรือค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยภายนอกองค์กรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.032 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.138 นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.278 นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

สรุปสมการได้ดังนี้

Y1 (อัตราการเติบโตของยอดขาย/กำไร) = -.289+ 0.138 (ปัจจัยภายนอกองค์กร) + 0.278 (ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์)

จากการทำ Multiple Regression Analysis พบว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบาย ระดับความคาดหมายกับระดับอัตราการเติบโตของยอดขายหรือกำไร ได้ ร้อยละ 20.8 โดยดูจากค่า R Square เท่ากับ 0.208

สมมติฐานที่10 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรมีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.295 นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

สรุปสมการได้ดังนี้

Y2 (ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน) = 0.717 + 0.295 (ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร) จากการทำ Multiple Regression Analysis พบว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบาย ระดับผลตอบแทนที่เพิ่มจากการลงทุน ได้ร้อยละ 10.1 โดยดูจากค่า R Square เท่ากับ 0.101

ปฏิเสธสมมติฐาน หรือไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปร ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร สัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.076 295 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.077 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงในด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.139 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยภายนอกองค์กรไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.126 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.056 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.065 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.032 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

อภิปรายผล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อยอดขาย / กำไร ในธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยภายนอกองค์กร

1. ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการทางด้าน อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณา สุโภชน์ (2550) พบว่า ความมั่นคงปลอดภัยทางเทคโนโลยีมีผลต่อปัจจัยความสำเร็จในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น อยู่ในระดับมาก

ซึ่งส่วนสนับสนุนที่ส่งผลให้บริษัทลวดสลิงในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับหนึ่ง เพราะว่า ผู้บริหารจะต้องเห็นประโยชน์ในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะนำมาใช้ในองค์กรต้องมีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูล และมีการนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้จะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจมีการเติบโตของยอดขาย และ กำไรที่เพิ่มขึ้น

2. ปัจจัยภายนอกองค์กร มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการทางด้าน อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อดิศักดิ์ ดีประเสริฐกุล (2544) พบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรมีผลต่อการศึกษาการดำเนินธุรกิจแบบ B2B ใน Model-Marketplace ซึ่งเป็นธุรกิจของคนไทยที่มีมุมมองในการดำเนินธุรกิจโดยนำเทคโนโลยีบนอินเตอร์เน็ตมาประยุกต์

ซึ่งส่วนสนับสนุนที่ส่งผลให้บริษัทลวดสลิงในประเทศไทยนั้นให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกองค์กร เพราะว่า การทำธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กหรือลวดสลิงของประเทศไทยนั้นมีความสามารถในการผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้าได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง อย่างไรก็ตามการผลิตในอุตสาหกรรมนี้

ต้องมีการพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมาใช้ในการผลิต จึงทำให้ต้นทุนของสินค้าสูง เมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่มีวัตถุดิบใช้ภายในประเทศ ในปัจจุบันที่ราคาและปริมาณความต้องการผลิตเหล็กในประเทศไทยได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว มีสาเหตุมาจากหลายองค์ประกอบ คือ ราคาและปริมาณการใช้เหล็กในตลาดโลก ค่าขนส่งที่มีการเพิ่มสูงขึ้น นโยบายการสนับสนุนอุตสาหกรรมเหล็กหรือลวดสลิงจากภาครัฐ การเกิดวิกฤติน้ำมันที่มีการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคู่แข่งในอุตสาหกรรมมีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาทั้งสิ้น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน ในธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงประกอบด้วย

ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร มีผลต่อความสำเร็จต่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุคนธา สกุลศรีส่งบุญ (2544) พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร มีผลต่อ การศึกษาวิจัยเฉพาะกรณีศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในอุตสาหกรรมลวดสลิง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริหารจะต้องเล็งเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ โดยระบบรักษาความปลอดภัยมีไว้เพื่อป้องกันภัยคุกคามต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการถูกขโมยข้อมูล หรือ โดนไวรัสคอมพิวเตอร์ โดยจะต้องมีกลยุทธ์ในการรักษาความปลอดภัยและมีเจ้าหน้าที่สำหรับดูแลหน่วยงานนี้โดยเฉพาะ และการนำเสนอรูปแบบข้อมูลต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการธุรกิจ

2. ทางด้านปัจจัยภายนอกองค์กร โดย ทางด้านการเมืองและนโยบายทางการเมืองจะต้องมีความชัดเจน มีการบริหารประเทศที่มีเสถียรภาพไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองบ่อย ทำให้เกิดการขาดความเชื่อมั่นในการบริหารประเทศ ส่วนทางด้านกฎหมายจะต้องมีการรองรับการทำการค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ค้า และผู้ซื้อสินค้าบนอินเตอร์เน็ต อีกด้านหนึ่ง คือ จำนวนและความสามารถของคู่แข่งในอุตสาหกรรมนั้นไม่วาจะเป็น ในประเทศหรือต่างประเทศนั้น ทางธุรกิจสามารถขอความช่วยเหลือจากรัฐบาลในการเจรจาเพื่อลดข้อกีดกันทางการค้า หรือการลดหย่อนภาษีในการนำเข้าวัตถุดิบ เพื่อนำมาผลิตลวดสลิง

3. ทางด้านปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร โดยองค์กรควรจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรให้เกิดความรู้ความชำนาญในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีการส่งบุคลากรไปอบรมในหลักสูตรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำการค้าธุรกิจประเภทอีคอมเมริช์ ส่งเสริมบุคลากรให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ หรือสร้างความจูงใจให้กับบุคลาการโดยการจ่ายผลตอบเพื่อจูงใจพนักงานมีความตั้งใจในการทำการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง (C-C) เพราะ ปัจจุบันมีการใช้สื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และจำนวนผู้ใช้งานก็เพิ่มขึ้นในทุกๆปี

2. ควรทำการวิจัยว่านอกเหนือจากปัจจัยที่ได้วิจัยไปแล้ว มีปัจจัยด้านใดอีกบ้างที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2541). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตติ ภักดีวัฒนะกุล และ ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2547). คัมภีร์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์ จำกัด.

เอกพล แฟงทอง และ พจนีย์ ภู่ทับทิม. (2524). เศรษฐศาสตร์กับการอธิบายหลักการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

โกศล ดีศีลธรรม. (2009). การบริหารเพื่อสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์.

น้อย ศิริโชติ. (2524). เทคนิคการฝึกอบรม กรุงเทพฯ : พีระพัฒนา

ไพศาล ลักขณานุรักษ์. (2555). การบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมทรัพยากรน้ำบาดาล.

ยืน ภู่สุวรรณ และ สมชาย นำประเสริฐชัย. (2543). E-business ธุรกิจยุคสารสนเทศ กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

รัชดา บัวสำลี. (2553). ปัจจัยทีมีผลต่อการยอมรับการใช้รูปแบบ E-PAYMENT ของผู้บริการอินเตอร์เน็ต

วรรณภา สุโภชน์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาระบบสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี.

วิภาภรณ์ ดิษฐพร. (2545). ธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์: รูปแบบกลยุทธ์สู่ความสำเร็จ.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2546). แรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มโลจิสติกส์.

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2552). แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ฉบับที่ 2) ของประเทศไทย พ.ศ. 2552-2556.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. 2546. e-commerce FAQ คำถามนี้มีคำตอบ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด.

สมชาย จันทร์ศรีงาม. (2547). เทคโนโลยีสารสนเทศกับกลยุทธ์ธุรกิจ.

สุตนธา สกุลศรีส่งบุญ. (2544). การศึกษาวิจัยเฉพาะกรณีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-SMEs) ในประเทศไทย. งานวิจัยเฉพาะกรณีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรมอุดมศึกษา.

สุพัตรา กาญจโนภาส (2544), ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เพื่อสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

อาณัติ ลีมัคเดช. (2546). e – commerce เรียนรู้พาณาชิย์อิเล็กทรอนิกส์ภาคทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ. เอ.อาร์.บิซิเนสเพรส.

Dubelaar, C, Sohal, A., & Vedrana, S. (2005). Benefits, impediments and critical success factor in B2C E-business Adoption. *Technovation, 25*(11), 1251-1252.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research, 17*(4), 460-469.

Unctad. (2006). E-Commerce and development report 2006. Retrieved from October 12, 2014 from www.unctad.org.

Delone, W. H. (1992) Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable

ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน

Development Strategies for Administrators in Basic Education Institutions for Education Management to ASEAN Community

กอบกิจ สิทธิธนกานต์*
Kopkit Sitthithanakarn*

* นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการการศึกษา วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
* Student, Doctor of Philosophy Program in Education Management, College of Education Sciences, Dhurakij Pundit University
* Email: kopkit55@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพการจัดการการศึกษา และเพื่อเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน สำหรับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา วิธีวิจัยใช้วิธีวิทยาแบบผสม ประชากร คือ ผู้อำนวยการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา พื้นที่ใกล้เคียงกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เทคนิคการสัมภาษณ์ เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT และเทคนิคการสนทนากลุ่ม

สภาพการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน เมื่อเปรียบเทียบกับต่างชาติ ปรากฏว่าเด็กไทยยังต้องมีการพัฒนาคุณลักษณะความเป็นพลเมืองอาเซียนและพลโลกอีกมาก ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นผู้มีอำนาจและหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย และตัดสินใจในระดับสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานยังคงให้ความสำคัญกับครูไม่มากเท่าที่ควร ทั้งนี้ เพื่อให้ครูสามารถจัดการเรียนการสอนสู่ประชาคมอาเซียนได้อย่างมีสัมฤทธิผล ขีดความสามารถและศักยภาพของครู ตลอดจนแนวทางการจัดการเรียนการสอนเพื่อการพัฒนาผู้เรียน ยังคงต้องมีการดูแลต่อไป สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเป็นองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่บริหารและจัดการการศึกษากับสถานศึกษาตามกฎหมายในระดับเขตพื้นที่การศึกษา เช่น แก้ไขปัญหาสถานศึกษาบางแห่งขาดแคลนอัตรากำลังครูที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะทาง การทำหน้าที่กำกับ นิเทศ และติดตามผลการดำเนินงาน เป็นต้น ปัจจุบันการทำหน้าที่ของเขตพื้นที่การศึกษา และการเสริมสร้างขวัญ กำลังใจ การยกย่องให้เกียรติ ยังไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร

ดังนั้น จึงสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน ดังนี้ 1) ยุทธศาสตร์เชิงรุก ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 เร่งสร้างความตระหนักในความสำคัญของการเป็นประชาคมอาเซียน ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพของครู ในการพัฒนาผู้เรียนสู่ประชาคมอาเซียน
2) ยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาระบบการกำกับ นิเทศ และติดตามผลการดำเนินงานเพื่อรองรับความเป็นประชาคมอาเซียน ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกย่อง เชิดชูเกียรติผู้มีผลงานเชิงประจักษ์

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์การพัฒนา ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน การจัดการการศึกษา ประชาคมอาเซียน

Abstract

The objective of this research was to study of education management and propose development strategies for administrators in basic education institutions for education management to ASEAN community for educational service area.

A mixed methodology was used in this study. The population consists of the administrators in basic education institutions of the office of educational service area in Bangkok surrounding provinces and vicinity. The instruments used in research with questionnaire. The data were analyzed using mean and standard deviation. Using semi-structured interview, SWOT analysis techniques and Focus Group.

A study of education management to ASEAN community found that the Thai children also need to improve on features ASEAN citizens and citizens of the world a lot more. The administrators in basic education institutions were the authority responsible for policy formulation and decision-making in the school level. The administrators in basic education institutions gave

priority to basic education teachers in the teaching, not so much. Teachers have developed approaches to teaching and learning. The office of educational service area was an organization that had the authority to manage the school such as governance, supervision and monitoring. The office of educational service area did not function as they should.

Thus creating the development strategies for administrators in basic education institutions for education management to ASEAN community.

The research results were as follows:

1) Dissemination Strategies (SO) - Strategy 1: Accelerate awareness of importance in ASEAN community. Strategy 2: Increase capacity and potential of teachers to develop students to ASEAN community.

2) Preventive Strategies (ST) - Strategy 3: Develop monitoring, supervision and follow up system to check performance of the teachers and school administrators in preparation for ASEAN community. Strategy 4: Praise and honor persons whose performances are outstanding.

Keywords: Development Strategies, Administrators in Basic Education Institutions, Education Management, ASEAN Community

บทนำ

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พุทธศักราช 2555 – 2559 (2556, น.2) ระบุถึงการสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศกับความร่วมมือระหว่างประเทศในภูมิภาคต่างๆ บนพื้นฐานของการพึ่งพาซึ่งกันและกัน และมีภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก สร้างปฏิสัมพันธ์ในความร่วมมือระหว่างประเทศอย่างสร้างสรรค์ เตรียมความพร้อมของประเทศไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

ในส่วนของการจัดการการศึกษา เพื่อก้าวสู่ประชาคมอาเซียน ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และครูผู้อำนวยความสะดวกในการจัดการเรียนการสอน มีส่วนสำคัญยิ่งที่จะเป็นพลังผลักดันและขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จ

กล่าวโดยเฉพาะผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ซึ่งเป็นฟันเฟืองที่มีความสำคัญยิ่งในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่าคุณภาพการศึกษาของเด็กไทยยังไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร โดยเฉพาะการเตรียมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน แม้ว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้ดำริสรรสร้างโครงการต่างๆ ขึ้นมามากมายเพื่อพัฒนาการศึกษา โดยจัดอบรม สัมมนา เพื่อพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นระยะที่ผ่านมา แต่ผลการสอบ O-NET, NT. และอื่นๆ ยังคงต่ำกว่ามาตรฐานเรื่อยมา

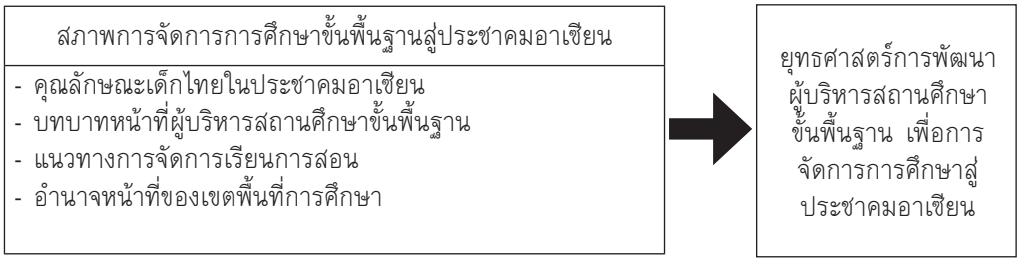
ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาสภาพการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียนของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในพื้นที่ใกล้เคียงกรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก แล้วสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน สำหรับงานวิจัยนี้จึงเป็นงานที่ทำขึ้นเพื่อสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียนของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
2. เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน สำหรับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประชาคมอาเซียน คุณลักษณะเด็กไทยในประชาคมอาเซียน บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน แนวทางการจัดการเรียนการสอน อำนาจหน้าที่ของเขตพื้นที่การศึกษา และยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบขั้นตอนการวิจัยเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดจากผู้ทรงคุณวุฒิ

ตอนที่ 2 การสำรวจสภาพการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียนของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานของรัฐ

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน โดยตอนที่1 เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) เพื่อศึกษาสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้อำนวยการสถานศึกษา ตอนที่ 2 เป็นแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating scale) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานของรัฐ ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน และตรวจสอบคุณภาพด้านความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลอง (Try out) กับผู้บริหารสถานศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นจึงเก็บรวบรวมข้อมูลทางไปรษณีย์และจากการติดตามทวงถามจากผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่สุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นผู้อำนวยการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในพื้นที่ใกล้เคียงกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 707 คน ได้จำนวน 254 คน ได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์กลับคืนมา จำนวน 229 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 90.16

ตอนที่ 3 การสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานของรัฐ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และยกร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน

ตอนที่ 4 การตรวจสอบความเป็นไปได้ตามยุทธศาสตร์

ผู้วิจัยจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) และได้ปรับปรุงยุทธศาสตร์ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าว

สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน ปรากฏดังนี้

การศึกษาสภาพการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียนของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

ตอนที่ 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 229 คน ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการโรงเรียน (ร้อยละ 58.10) เพศชาย (ร้อยละ 56.30) เพศหญิง (ร้อยละ 43.70) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 75.10) มีอายุ 51 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 60.30) มีคุณวุฒิสูงสุดปริญญาโท (ร้อยละ 69.00) มีวิทยฐานะชำนาญการพิเศษ (ร้อยละ 76.90) มีระยะเวลาการดำรงตำแหน่งผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน 21 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 25.40) โรงเรียนเปิดสอนระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 49.30) มัธยมศึกษา (ร้อยละ 30.10) พบว่า สถานภาพของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีประสบการณ์สูง มีสถานภาพที่มั่นคง มีความพร้อมและอยู่ในวิสัยที่จะได้รับการพัฒนา เพื่อที่จะนำไปสู่ความเป็นประชาคมอาเซียนได้อย่างสมบูรณ์ต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของพรศรี ฉิมแก้ว (2552, น.245) ที่สรุปว่า ความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย 4 ด้านหลัก ได้แก่ คุณลักษณะ สมรรถนะ ความเป็นผู้นำทางวิชาการ และผลการปฏิบัติงาน นั้น ผู้บริหารสถานศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและความจำเป็นทุกด้านในระดับมากที่สุด และมีการปฏิบัติจริงในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับความสำคัญ พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญและความจำเป็นเกี่ยวกับคุณลักษณะเป็นลำดับแรก รองลงมาคือสมรรถนะ ความเป็นผู้นำทางวิชาการและผลการปฏิบัติงานตามลำดับ ชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ส่งผลต่อความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษาในปัจจุบัน

ตอนที่ 2. สภาพการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียนของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวม อยู่ในระดับน้อย ($\overline{X}$= 3.63) ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในภาพรวม โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า องค์ประกอบงานวิชาการอยู่ในระดับน้อย ($\overline{X}$= 3.70) องค์ประกอบงานบริหารงานบุคคล อยู่ในระดับน้อย ($\overline{X}$= 3.52) องค์ประกอบงานบริหารแผนงานและงบประมาณ อยู่ในระดับน้อย ($\overline{X}$= 3.71) และองค์ประกอบงานบริหารงานทั่วไป อยู่ในระดับน้อย ($\overline{X}$= 3.55)

องค์ประกอบงานบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จึงมีสภาพการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียนที่ควรได้รับการพัฒนามากที่สุด เพราะได้ค่าเฉลี่ยในภาพรวมน้อยกว่าด้านอื่น นอกจากนี้ เด็กไทยยังต้องมีการพัฒนาคุณลักษณะความเป็นพลเมืองอาเซียนและพลโลกอีกมาก ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นผู้มีอำนาจและหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย และตัดสินใจในระดับสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานยังคงให้ความสำคัญกับครูไม่มากเท่าที่ควร ทั้งนี้ เพื่อให้ครูสามารถจัดการเรียนการสอนสู่ประชาคมอาเซียนได้อย่างมีสัมฤทธิผลขีดความสามารถและศักยภาพของครูตลอดจนแนวทางการจัดการเรียนการสอนเพื่อการพัฒนาผู้เรียนยังคงต้องมีการดูแลต่อไป สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเป็นองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่บริหารและจัดการการศึกษากับสถานศึกษาตามกฎหมายในระดับเขตพื้นที่การศึกษา เช่น แก้ไขปัญหาสถานศึกษาบางแห่งขาดแคลนอัตรากำลังครูที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะทาง การทำหน้าที่กำกับ นิเทศ และติดตามผลการดำเนินงาน เป็นต้น ปัจจุบันการทำหน้าที่ของเขตพื้นที่การศึกษา และการเสริมสร้างขวัญ กำลังใจ การยกย่องให้เกียรติ ยังไม่บรรลุผลเท่าที่ควรจะเป็น

ยุทธศาสตร์จาก SWOT ปรากฏผลดังนี้

จุดแข็ง (S) ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีประสบการณ์สูง มีสถานภาพที่มั่งคงมีความพร้อม ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้มีอำนาจและหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและตัดสินใจในระดับสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นกลไกสำคัญทำให้การดำเนินงานของสถานศึกษามีประสิทธิภาพ เขตพื้นที่การศึกษาเป็นองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่บริหารและจัดการการศึกษากับสถานศึกษา ตามกฎหมายในระดับเขตพื้นที่การศึกษา องค์ประกอบงานบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นจุดแข็งเช่นเดียวกับด้านอื่น แต่มีสภาพที่ควรได้รับการพัฒนามากกว่าด้านอื่น

จุดอ่อน (W) ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานวิชาชีพผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานให้มีความรู้และสมรรถนะหลายด้าน แต่ไม่เน้นเจาะจงไปสู่ภารกิจด้านวิชาการซึ่งเป็นหัวใจสำคัญ ผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานมีความต้องการพัฒนาความสามารถและความถนัดแตกต่างกัน ทำให้การพัฒนาและความเอาใจใส่ไม่เสริมกัน สถานศึกษาขั้นพื้นฐานขาดแคลนอัตรากำลังครู บางแห่งขาดแคลนอัตรากำลังครูที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะทาง เช่น ครูสาขาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ คอมพิวเตอร์ ทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนด

โอกาส (O) ได้แก่ นโยบายของรัฐบาล การส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียน แผนการศึกษาแห่งชาติฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2552 - 2559) นโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ การเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ยุทธศาสตร์กระทรวงศึกษาธิการ สพฐ. กำหนดคุณลักษณะเยาวชนไทยในประชาคมอาเซียน แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณแต่ละระดับหน่วยงานกำหนดโครงการเกี่ยวกับการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน

อุปสรรค (T) ได้แก่ การเมืองขาดเสถียรภาพ รัฐบาลและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการไม่สามารถบริหารได้ครบวาระตามนโยบายที่กำหนดทำให้การศึกษาขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่วนกลางยังไม่ได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้แต่ละสถานศึกษาและ สพท. ดำเนินงานได้เองอย่างเต็มที่ แม้จะมีกฎหมายให้กระจายอำนาจ ทำให้สถานศึกษาและเขตพื้นที่การศึกษายังไม่ได้ทำหน้าที่และบทบาทของตัวเองอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนกลางได้กำหนดคุณภาพการศึกษาตามมาตรฐานการเรียนรู้ที่ส่วนกลางกำหนดตามมาตรฐานการศึกษาแห่งชาติและมาตรฐานการประเมินภายนอกซึ่งแม้จะมีหลายระดับ แต่ยังไม่สอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษาและความต้องการของท้องถิ่น ดังนั้นสถานศึกษาขั้นพื้นฐานและ สพท. จึงยังถูกจำกัดในบทบาทและหน้าที่ สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจทำให้ผู้ปกครองร่วมกิจกรรมทางการศึกษาน้อย เพราะต้องการเลี้ยงชีพ ทำให้ขาดการเอาใจใส่ต่อสถานศึกษาเท่าที่ควร

ยุทธศาสตร์ที่พัฒนาได้ มีดังนี้

ยุทธศาสตร์เชิงรุก ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 เร่งสร้างความตระหนักในความสำคัญของการเป็นประชาคมอาเซียนยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพของครูในการพัฒนาผู้เรียนสู่ประชาคมอาเซียน

ยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาระบบการกำกับ นิเทศ และติดตามผลการดำเนินงานเพื่อรองรับความเป็นประชาคมอาเซียน ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกย่อง เชิดชูเกียรติผู้มีผลงานเชิงประจักษ์

นิเชต สุนทรพิทักษ์ (2539, น.4) กล่าวถึง ผู้บริหารสถานศึกษาว่าเป็นหัวหน้าหน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบในการสร้างคุณภาพที่ดีที่สุดและเหมาะสมที่สุดแก่ผู้เรียน เท่าที่พึงจะกระทำได้ ด้วยการปรับทีมงานในสถานศึกษาให้เป็นทีมงานที่แข็งแรงมีสมรรถภาพ มีจิตใจพร้อมที่จะบุกเบิก สร้างสรรค์สู้งาน และแก้ปัญหาโดยให้แต่ละคนรู้บทบาทหน้าที่ของตน และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ เพื่อให้งานที่ปฏิบัติมีชีวิต มีจุดหมาย มีความสำเร็จที่ดี เพื่อการหล่อเลี้ยงให้มีกำลังใจ เกิดขวัญในการปฏิบัติงาน ส่วนตัวของผู้บริหารเองนั้นก็จะต้องสร้างคุณงามความดี มีความจริงใจต่อครูผู้ร่วมงาน มีภาวะผู้นำที่ดี ทุ่มชีวิตให้กับงาน พาทีมงานทั้งปวง ให้ปฏิบัติในบทบาทหน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี และดีที่สุดของแต่ละบทบาท ส่วนสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานพบว่า มีโอกาสและอุปสรรคตามแผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2552-2559) ยุทธศาสตร์กระทรวงศึกษาธิการ แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 ของกระทรวงศึกษาธิการ (ฉบับปรับปรุงตามที่ได้รับงบประมาณจัดสรร) โดยเฉพาะนโยบายของรัฐบาล (พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี) นโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ (พลเรือเอกณรงค์ พิพัฒนาศัย) เป็นต้น (แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 ของกระทรวงศึกษาธิการ (ฉบับปรับปรุงตามที่ได้รับงบประมาณจัดสรร), 2557, น.1-88) สำหรับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในบริบทที่ต่างกัน ทำให้ประสิทธิภาพในการสนองนโยบาย แผนการศึกษา ยุทธศาสตร์ชาติ ต้องพัฒนาและยกระดับขึ้นต่อไป

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เร่งสร้างความตระหนักในความสำคัญของการเป็นประชาคมอาเซียน

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 ซึ่งถือว่าเป็นกฎหมายแม่บททางการศึกษาได้กำหนดเกี่ยวกับการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เหมาะสมกับการเป็นวิชาชีพชั้นสูง กำหนดให้มีการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาที่เข้าใหม่ และให้มีการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาประจำการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการเร่งสร้างความตระหนักแก่ผู้บริหารสถานศึกษาให้เห็นถึงความสำคัญของการเป็นประชาคมอาเซียน จึงถือเป็นภารกิจที่สำคัญยิ่งของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา สอดรับกับผลจากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็ง (Strengths) และสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาส (Opportunities) : เร่งสร้างความตระหนักในความสำคัญของการเป็นประชาคมอาเซียนให้เกิดขึ้น เป็นยุทธศาสตร์ที่ 1

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพของครูในการพัฒนาผู้เรียนสู่ประชาคมอาเซียน

ผู้นำในองค์กรทุกระดับ มีหน้าที่ในการพัฒนาผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งถือเป็นการเพิ่มทุนทางปัญญา คน คือ ปัจจัยชี้ขาด เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่ายิ่ง บันดาลความสำเร็จหรือล้มเหลวในการบริหารราชการและในการพัฒนาประเทศ จึงต้องพัฒนาคน กล่าวโดยเฉพาะครู บุคลากรทางการศึกษา ให้มีทั้งความรู้ความสามารถ ศักยภาพ ทักษะ และทัศนคติในการพัฒนาผู้เรียนสู่ประชาคมอาเซียน ต้องให้เกิดการเรียนรู้และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ผล สอดคล้องกับ วิรัตน์ จันทร์สุวรรณ (2547, น. 68) ที่ได้ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ตามความคาดหวังของสังคม พบว่า ต้องมีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ผู้บริหารที่ต้องการให้งานบรรลุผลสำเร็จ เป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์กับบุคคลทั่วไปและมีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ทำนองเดียวกับทองทิพภา วิริยะพันธุ์ (2550, น. 3-5) กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของผู้บริหารมืออาชีพที่จำเป็น เช่น มีความโอบอ้อมอารี รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา มีความสามารถในการจูงใจผู้อื่น ทำตนให้เป็นตัวอย่างแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ในลักษณะของการทำให้ดู

เป็นครูให้เห็น เพื่อให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม Yukl (2002, pp. 184-191)ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้นำที่มีประสิทธิภาพไว้ 8 ประการ เช่น มีความสามารถในการจูงใจ (Power motivation) ผู้นำที่มีประสิทธิภาพต้องใช้ความสามารถและพลังจูงใจเพื่อคนอื่นและส่วนรวมมากกว่าที่จะทำเพื่อตนเอง มีความต้องการให้กลุ่มหรือองค์กรประสบผลสำเร็จโดยใช้การนำแบบมีส่วนร่วมมากกว่าการบังคับ สอดรับกับผลการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็ง (Strengths) และสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาส (Opportunities) : เพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพของครูในการพัฒนาผู้เรียนสู่ประชาคมอาเซียนให้มากขึ้น เป็นยุทธศาสตร์ที่ 2

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาระบบการกำกับ นิเทศ และติดตามผลการดำเนินงานเพื่อรองรับความเป็นประชาคมอาเซียน

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2546, น.1-2) มีหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการเขตพื้นที่การศึกษาตามมาตรา 38 แห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และมาตรา 36 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2546 โดยให้มีหน้าที่กำกับ ดูแล จัดตั้ง ยุบ รวมหรือเลิกสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตพื้นที่การศึกษา ประสาน ส่งเสริมและสนับสนุนสถานศึกษาเอกชนในเขตพื้นที่การศึกษา ประสานและส่งเสริมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้สามารถจัดการศึกษาสอดคล้องกับนโยบายและมาตรฐานการศึกษา ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการศึกษาของบุคคล ครอบครัว องค์กรชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการและสถาบันสังคมอื่นที่จัดการศึกษาในรูปแบบที่หลากหลายในเขตพื้นที่การศึกษา

ดังนั้น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา (พรศรี ฉิมแก้ว, 2552, น.81-83) จึงเป็นองค์กรหลักในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานในระดับจังหวัดหรือท้องถิ่น ในการนำส่งนโยบายกระทรวงศึกษาธิการ กำหนดแนวทางในการทำงาน การควบคุมส่งเสริม และการกำกับดูแลให้เกิดคุณภาพอย่างมีทิศทาง โดยผ่านผู้บริหารสถานศึกษา ให้ถึงหน่วยปฏิบัติคือห้องเรียน ที่มีครูคอยปฏิบัติหน้าที่อยู่อย่างชัดเจนและทั่วถึง ผู้มีบทบาทสำคัญในระดับเขตพื้นที่การศึกษา ประกอบด้วย 3 กลุ่มหลัก คือ 1) ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา รวมถึงรองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ซึ่งเป็นระดับบริหารและผู้บังคับบัญชา 2) ส่วนราชการในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา คือกลุ่มตามโครงสร้างต่างๆ ประกอบด้วยหัวหน้ากลุ่มและคณะเจ้าหน้าที่ประจำกลุ่มงานต่างๆ และ 3) คณะศึกษานิเทศก์ เป็นกลุ่มหนึ่งตามโครงสร้างในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มีบทบาทในการนิเทศ ติดตาม และประเมินผลการศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษานั้นๆ

ผู้บริหารสถานศึกษา (พรศรี ฉิมแก้ว, 2552, น. 87) ย่อมมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการเข้าไปกำกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในฐานะผู้นิเทศ คือการให้กำลังใจ ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ (ละเว้นการตำหนิ การกล่าวโทษ) การสร้างแรงจูงใจ การเสริมแรง ส่งเสริมและช่วยเหลือให้ครูได้รับความสำเร็จ สถานศึกษาควรจัดระบบนิทศภายใน (Internal Supervisory System) ผู้ทำหน้าที่นิเทศที่มีคุณค่าที่สุด ก็คือผู้บริหารสถานศึกษา อาจกำหนดคณะนิเทศภายในสถานศึกษาและแสวงหาความร่วมมือนิเทศที่เหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษานั้นๆ แต่จากการวิเคราะห์ (พรศรี ฉิมแก้ว, 2552, น. 220-221) จุดอ่อน (Weaknesses) การบริหารจัดการบางประเด็น ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาไม่สามารถนำความรู้ที่ได้รับจาการประชุม อบรม สัมมนา มาใช้ในการปฏิบัติที่สถานศึกษา เพราะไม่ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษา ไม่มีระบบกำกับ ติดตาม ประเมินผลการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาที่ชัดเจน ฉะนั้น (พรศรี ฉิมแก้ว, 2552, น. 88) การพัฒนาระบบ และเครื่องมือการตรวจติดตามการกำกับ การนิเทศ สถานศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาของบุคลากรทั้ง 3 กลุ่มหลักที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ เนื่องจากการตรวจติดตามการบริหารจัดการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียนยังขาดทิศทางที่ชัดเจน สอดรับกับผลการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในที่ยังเป็นจุดแข็ง (Strengths) แต่สภาพแวดล้อมภายนอกยังเป็นอุปสรรค (Threats) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในฐานะเป็นองค์กรฝ่ายบริหารการศึกษา : พัฒนาระบบการกำกับ นิเทศ และติดตามผลการดำเนินงานเพื่อรองรับความเป็นประชาคมอาเซียน เป็นยุทธศาสตร์ที่ 3

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกย่อง เชิดชูเกียรติผู้มีผลงานเชิงประจักษ์

การประเมินผลงานสถานศึกษาก้าวสู่ความเป็นประชาคมอาเซียน ต้องประเมินผลงานที่เป็นเชิงประจักษ์ ไม่ใช่นามธรรม เช่น ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนเกี่ยวกับความเป็นประชาคมอาเซียน ถือได้ว่าเป็นผลงานเชิงประจักษ์ที่สำคัญยิ่ง ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545, น.18) กล่าวว่า ผลงานดีเด่นที่สั่งสมไว้ ผลสำเร็จจากการปฏิบัติงานของผู้บริหารการศึกษามืออาชีพ อาจดูจากหลักฐานที่เป็นผลงานที่สั่งสมไว้จนเป็นที่ประจักษ์แก่ชุมชน สังคม หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นที่ยอมรับ สอดรับกับผลการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในที่ยังเป็นจุดแข็ง (Strengths) แต่สภาพแวดล้อมภายนอกยังเป็นอุปสรรค (Threats) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในฐานะเป็นองค์กรฝ่ายบริหารการศึกษา : ยกย่อง เชิดชูเกียรติผู้มีผลงานเชิงประจักษ์ เป็นยุทธศาสตร์ที่ 4

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อการจัดการการศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ควรประยุกต์ใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางสำหรับศึกษานิเทศก์ บุคลากรทางการศึกษากลุ่มโครงสร้างต่างๆ เพื่อการนิเทศ ติดตามผลการดำเนินงานต่อไป

2. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาพัฒนาการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ภาษาอาเซียนอย่างน้อยหนึ่งภาษา เพื่อให้นักเรียนสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา นำเสนอประเด็นการวิจัยที่ตอบสนองต่อทิศทางการพัฒนาสู่ประชาคมอาเซียน ตลอดจนเผยแพร่ผลงานการวิจัยสู่สาธารณชน

4. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา นำเสนองานศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต วิถีชุมชนในอาเซียน ความเป็นพลเมืองอาเซียนผ่านมิติทางวัฒนธรรม เช่น นิทรรศการ การแสดง ค่ายเยาวชน กิจกรรมสัญจร เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อการเรียนรู้ เชื่อมโยง เผยแพร่ แลกเปลี่ยนความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมในสังคมพหุวัฒนธรรม ทั้งนี้ เพื่อสานสัมพันธ์อันดีในหมู่ประชาคมอาเซียน

บรรณานุกรม

กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 พร้อมกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้อง และพระราชบัญญัติการศึกษาภาคบังคับ พ.ศ. 2545.* กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2549). *ภาวะผู้นำองค์กรยุคใหม่ [Organizational Leadership].* กรุงเทพฯ: ธรรมกมลการพิมพ์.

ทองทิพภา วิริยะพันธุ์. (2550). *ทักษะผู้บริหาร.* กรุงเทพฯ: G. P. CYBERPRING.

นิเชต สุนทรพิทักษ์. (2539). *เอกสารการอบรมเตรียมผู้บริหารในโรงเรียนมัธยมศึกษา รุ่นที่ 23.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

บุตรี จารุโรจน์. (2549). *ภาวะผู้นำและการพัฒนาทีมงาน.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

พรศรี ฉิมแก้ว. (2552). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาความเป็นมืออาชีพสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะ-กรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน* (ปริญญานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหา-วิทยาลัย.

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. (2545). *ภาวะผู้นำของคณบดีในสถาบันราชภัฏ: การแสวงหาและแนวทางพัฒนา.* สกลนคร: สถาบันราชภัฏสกลนคร.

สมชาย เทพแสง, และอรจิรา เทพแสง. (2549). *ผู้นำยุคใหม่หัวใจของการปฏิรูป.* กรุงเทพฯ: อัลฟ่า.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ปี 2555-2559.* สืบค้น 23 พฤษภาคม 2556, จาก http://www.blesscon.com/index.php?lite= article&qid=41988698

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2557). *แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 (ฉบับปรับปรุงตามงบประมาณที่ได้รับจัดสรร).* กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

Yukl, G. A. (2002). Leadership in organizations (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall International.

การจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน

KNOWLEDGE MANAGEMENT OF AUTONOMOUS UNIVERSITIES AND PRIVATE UNIVERSITIES

ปณิตตรา นราภิรมย์ขวัญ*
Panittra Narapiromkwan*
ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์**
Sivanun Sivapitak**

* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
* Student, M.B.A Program, Dhurakij Pundit University
* Email : Pukka_pu@hotmail.com
** ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ
** Director of M.B.A. Program, Dhurakij Pundit University
** Email: Sivanun.sik@dpu.ac.th, nopsivanun@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการดำเนินงานการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน และเพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่ผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรในหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีและมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ตั้งแต่ระดับแผนกขึ้นไป จากการสุ่มตัวอย่างประชากร คือ ผู้บริหาร อาจารย์ เจ้าหน้าที่ ในหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีและมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำนวน 300 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสมมติฐานคือ t-test, F-test , Spearman's rho test และ Multiple Regression Analysis

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างประชากรส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ระยะเวลาการทำงานน้อยกว่า 5 ปี ตำแหน่งงานเจ้าหน้าที่ และไม่ได้เป็นคณะกรรมการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ภาพรวมมีผลการดำเนินการอยู่ในระดับมาก มหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนมีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย และมีปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ในภาพรวมแตกต่างกัน ส่วนบุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวม แตกต่างกัน แต่มหาวิทยาลัยเอกชน ไม่แตกต่างกัน และบุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ด้านผู้นำองค์การ ด้านการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและชุมชน ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านบุคลากรที่ใช้ความรู้ ด้านความรู้ ทักษะในการใช้เทคโนโลยี ด้านวัฒนธรรมองค์กร และด้านโครงสร้างองค์กร มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินการจัดการความรู้ภาพรวมแตกต่างกัน และปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ มี 4 ปัจจัย คือ ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Beta = 0.219) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน (Beta = 0.184) ด้านผู้นำองค์การ (Beta = 0.176) และด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ (Beta = 0.149) ส่งผลต่อ ผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวม นอกจากนั้นพบว่าไม่แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยในกำกับรัฐ มหาวิทยาลัยเอกชน

Abstract

This study aimed to compare the knowledge management to compare factors. Factors affecting the implementation of knowledge management. And to analyze the pattern of relationships between the elements on knowledge management that affect the implementation of knowledge management of universities in the state and private universities. This study was a descriptive study using a questionnaire to collect data from a random sample population is an agency within the University and the University of Bangkok's 300 people by questionnaire was used to collect data. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, average, standard deviation. Statistical hypothesis testing is a t-test, F-test, Spearman's rho test and Multiple Regression Analysis.

The study found that Most of the respondents were female, age 31-40 years Bachelor's degree or equivalent. The operating times of less than five years the staff. And not the Board of Management of the University. Factors that affect management's knowledge of the overall opinion on the level seen by many. Performance and Knowledge Management of the University as a result of the operation. In many universities in the state and private universities. Effective implementation of knowledge management of universities. And the factors that affect the implementation of knowledge management as a whole different part of the Autonomous University personnel between different states. Effective implementation of knowledge management of the university as a whole is different, but private universities. not different And university personnel in the public and private universities that have different jobs. Effective implementation of knowledge management of the university as a whole is no different. And factors that influence the knowledge management consists of the leaders. The collaboration between academia and the community. The Vision Mission and strategy for knowledge management. Information Technology and Infrastructure Top Stories The personnel at the knowledge skills in the use of technology. The corporate culture And Organization Is associated with the implementation of knowledge management overview and different factors that affect management knowledge with fourth factor is the exchange of learning (Beta = 0.219), information technology and infrastructure (Beta = 0.184), the leader (Beta = 0.176) and vision. Mission and strategy for knowledge management (Beta = 0.149) affect the implementation of knowledge management of the University as a whole also showed no significant difference statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Knowledge Management, Autonomous Universities, Private Universities

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้านที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบทั้งที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งจะเห็นได้ว่าในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ในพระราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2554 ได้มีการกำหนดให้มียุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ เป็นการนำภูมิคุ้มกันที่มีอยู่พร้อมทั้งเร่งสร้างภูมิคุ้มกันในประเทศให้เข้มแข็งขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมคน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากร และได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐาน การผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกัน ยังจำเป็นต้องบริหารจัดการแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้หลักการพัฒนาพื้นที่ภารกิจ และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมไทย ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทยตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรี

การพัฒนาองค์ความรู้จึงถือว่าเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนา เป็นกลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้ได้จริง ทำให้แนวคิดด้านการจัดการความรู้กลายเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของกลยุทธ์ด้านความรู้ในหลายองค์กร เริ่มต้นจากแนวคิดของ Ikujiro Nonaka ชาวญี่ปุ่น ที่เขียนบทความวิชาการชื่อ "The Knowledge Creating Company" ลงใน Harvard Business Review เมื่อปลายปี ค.ศ.1991 และได้รับการตีพิมพ์เป็นหนังสือเมื่อ ค.ศ.1995 ส่งผลให้ผู้นำทางธุรกิจ ผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการจำนวนมากตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ (จิรประภา อัครบวร, 2549, น.85) เกี่ยวกับการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) ได้เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลมากสำหรับการบริหารในหลายองค์กรทั้งภาครัฐหรือภาคเอกชน

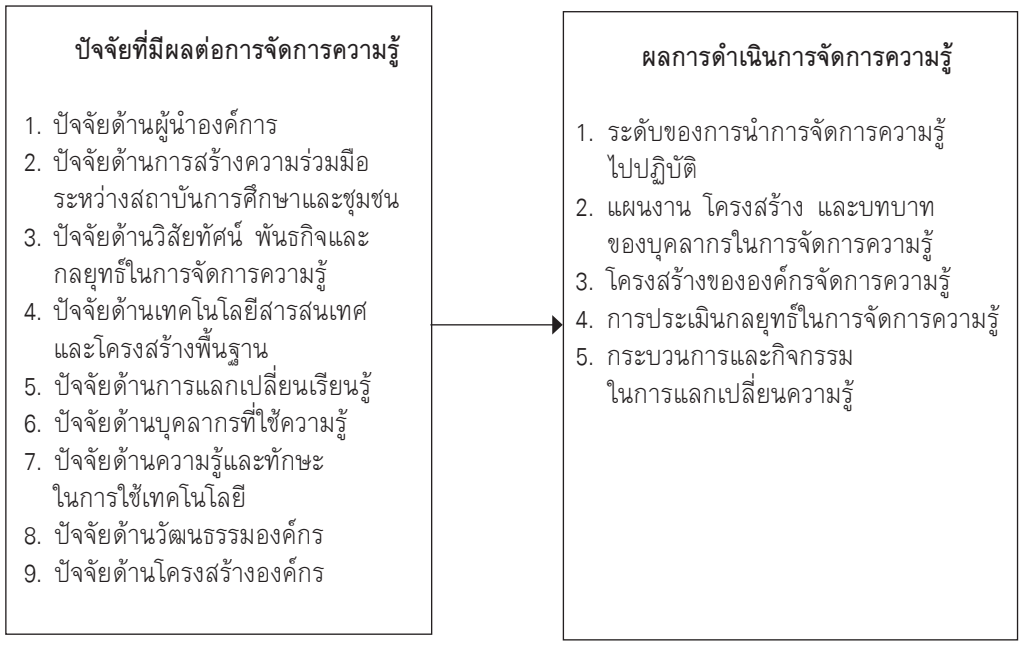
ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับผลการดำเนินการจัดการความรู้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาโดยทำการเปรียบเทียบผลการดำเนินการจัดการความรู้และปัจจัยที่มีผลต่อผลการดำเนินการจัดการความรู้ โดยเลือกเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งสถานะของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีความแตกต่างกันเรื่องโครงสร้างการบริหารงานจัดการภายในมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีการบริหารงานในเรื่องต่างๆ ที่ต่างกัน เช่น การบริหารงานบุคคล งบประมาณ และทรัพย์สิน การกำกับตรวจสอบ ซึ่งมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐ จะมีการบริหารการจัดการอิสระแยกจากระบบราชการ แต่ยังได้รับเงินอุดหนุนทั่วไป ที่รัฐจัดสรรให้เป็นรายปีโดยตรง ส่วนมหาวิทยาลัยเอกชน อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษา การวิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม และทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐจะมีการจัดการความรู้ โดยจัดทำฐานความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการทั่วไปที่บุคลากรทุกคนในหน่วยงานสามารถนำไปใช้ได้อย่างถูกต้องรวดเร็วและตรงกับความต้องการ ส่วนมหาวิทยาลัยเอกชน จะมีเป้าหมายการดำเนินงาน การจัดการการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การสื่อสาร กระบวนการและเครื่องมือ การอบรมและการเรียนรู้ การวัดผลและการยกย่องชมเชยและให้รางวัล แต่อย่างไรก็ตามมหาวิทยาลัย ในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนต่างก็เล็งเห็นถึงความสำคัญ ในเรื่องระบบการจัดการความรู้ เพราะการจัดการความรู้เป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการจัดการ โดยแต่ละแห่งจะจัดให้มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย ตลอดจนมีการส่งเสริมให้นำความรู้ที่ได้ไปใช้เพื่อพัฒนาตนเอง และพัฒนาการสอน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับผลการดำเนินการจัดการความรู้และปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนเพื่อพัฒนาระบบการจัดการความรู้สำหรับสถาบันอุดมศึกษาให้มีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่การพัฒนาระบบการศึกษาของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบการดำเนินงานการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่ผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การจัดการความรู้ เป็นการยกระดับความรู้ขององค์กร เพื่อสร้างผลประโยชน์จากต้นทุนทางปัญญา โดยเป็นกิจกรรมที่ซับซ้อนและกว้างขวาง ไม่สามารถให้คำนิยามเป็นถ้อยคำสั้นๆได้ ต้องให้คำนิยามหลายข้อจึงจะครอบคลุมความหมาย (ภราดร จินดาวงศ์, 2548, น.19) การจัดการความรู้ เป็นเทคนิค หรือหัวใจสำคัญในการขุดค้น ควัก ดึง ลาก ยั้ว ฯลฯ ความรู้ต่าง ๆ ออกมาแล้วบริหารจัดการ รักษาไว้อย่าให้หาย โดยนำไปถ่ายทอด ซึ่งเปรียบ เสมือนว่าการจัดการความรู้เป็นตัวจัดเก็บห้องสมุด และแหล่งในการเรียนรู้แบบยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ (Child Centered Education) (วรภัทร์ ภู่เจริญ, 2548, น.137) การจัดการความรู้เป็น การจัดการองค์กรให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องภายใต้รากฐานความรู้ขององค์กร นั่นก็คือ การสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนโครงสร้างองค์กร ความสะดวกของสมาชิกในองค์กรโดยเน้น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) เป็นเครื่องมือร่วมกับการทำงานเป็นทีมและกระจายความรู้ (Bertels, 2002, p.1)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องและจะมีผลต่อกระบวนการจัดการความรู้ คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ 9 ปัจจัยดังนี้ 1) ปัจจัยด้านผู้นำองค์การ 2) ปัจจัยด้านการสร้างความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน 3) ปัจจัยด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ด้านการจัดการความรู้ 4) ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน 5) ปัจจัยด้าน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 6) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ใช้ความรู้ 7) ปัจจัยด้านความรู้ และทักษะในการใช้เทคโนโลยี 8) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร 9) ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร (ปัทมาวรรณ สิงห์ศรี, 2550, น.80 - 84)

และผลการดำเนินงานการจัดความรู้ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้

1) ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ 2) แผนงาน โครงสร้าง และบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ 3) โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ หมายถึง การประเมินโครงสร้างองค์กร ตามมุมมองการจัดองค์กรการจัดการความรู้ 4) การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ หมายถึง การประเมินเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ในการจัดการความรู้ตามกลยุทธ์ หรือตามแผนงานการจัดการความรู้ 5) กระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ (ประพนธ์ ผาสุขยืด, 2550)

วิธีดำเนินการวิจัย

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่สมาชิกทุกๆ หน่วยของประชากรมีโอกาสอย่างเท่าเทียมกันที่จะเป็นตัวแทนที่ดี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยข้อมูลที่รวบรวมแล้วนำมาทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้สถิติ เชิงอ้างอิงแล้วผลการวิจัยสามารถอ้างอิงไปสู่ประชากรของการวิจัยได้ มีวิธีการสุ่ม ดังนี้ (Nachmias & Nachmias, 1993, p.177 - 185)

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เป็นการสุ่มที่สมาชิกทุกหน่วยของประชากรที่มีจำนวนไม่มากนักแต่มีโอกาสอย่างเท่าเทียมกัน และเป็นอิสระจากกันที่จะได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง เหมาะสมใช้สำหรับประชากรที่มีสภาพคล้ายคลึงกัน

- ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรในหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จำนวน 371 คน และมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำนวน 310 คน ตั้งแต่ระดับแผนกขึ้นไป

- ตัวอย่าง คือ ผู้บริหาร อาจารย์ เจ้าหน้าที่ ในหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีและมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ตั้งแต่ระดับแผนกขึ้นไป มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 300 คน

1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จำนวนหน่วยงาน 36 หน่วยงาน ๆ ละ 5 คน รวมทั้งสิ้น 180 คน
2. มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำนวนหน่วยงาน 24 หน่วยงาน ๆ ละ 5 คน รวมทั้งสิ้น 120 คน

- เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด

- วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลหรือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (SPSS : An IBM Company) โดยแยกวิเคราะห์ดังนี้

1. การนำเสนอข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ และ ผลการดำเนินการจัดการความรู้โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้นั้น ผู้วิจัยได้ใช้ระดับการวัดแบบช่วง (Interval Scale) ตามมาตรวัดทัศนคติของลิเคิทสเกล (Likert Scale) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546, น.185-188) ในลักษณะของ Rating Scale 5 ระดับโดย เห็นด้วยมากที่สุด = 5 เห็นด้วยมาก = 4 เห็นด้วยปานกลาง = 3 เห็นด้วยน้อย = 2 และเห็นด้วยน้อยที่สุด = 1 ตามลำดับ

สำหรับการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ช่วงค่าเฉลี่ยช่วงละ 0.80 ซึ่งได้คำนวณจากสูตรหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (อัจฉรีย์ จันทลักขณา, 2542, น.35-36) ดังนี้

โดย i หมายถึง ความกว้างของอันตรภาคชั้น
max หมายถึง คะแนนสูงสุดในอันตรภาคชั้น
min หมายถึง คะแนนต่ำสุดในอันตรภาคชั้น

การกำหนดค่าคะแนนในแบบสอบถาม มีค่าสูงสุดเป็น 5 คะแนน และค่าต่ำสุดเท่ากับ 1 คะแนน ดังนั้น ช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น ได้กำหนดการให้คะแนนแบบ Arbitrary Weighting Method ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน	น้ำหนักคะแนน	ช่วงการให้คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5	4.21 - 5.00
เห็นด้วยมาก	4	3.41 - 4.20
เห็นด้วยปานกลาง	3	2.61 - 3.40
เห็นด้วยน้อย	2	1.81 - 2.60
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	1.00 - 1.80

ส่วนการวิเคราะห์การประเมินผลการดำเนินการจัดการความรู้โดยใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้นั้น ผู้วิจัยใช้ระดับการวัดแบบช่วง (Interval Scale) ในลักษณะของ Rating Scale 5 ระดับ ในเรื่องการดำเนินการจัดการความรู้ โดยกำหนดให้

แนวทางการประเมินผลการดำเนินการจัดการความรู้	ระดับคะแนน
มีการดำเนินการน้อยมาก	1 คะแนน
มีการดำเนินการในระดับน้อย, ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย 20%	2 คะแนน
มีการดำเนินการในระดับปานกลาง, ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย 40%	3 คะแนน
มีการดำเนินการในระดับดี, ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย 60%	4 คะแนน
มีการดำเนินการในระดับดีมาก, ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย 80% ขึ้นไป	5 คะแนน

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ได้ทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ซึ่งมีประเด็นการวิเคราะห์ดังนี้

1. การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน วิเคราะห์โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยใช้ค่าสถิติ ที (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. การวิเคราะห์ถึงการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่มีผลต่อผลการดำเนินการจัดการความรู้โดยใช้สถิติ Spearman's rho test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3. การวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่ผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549, น.91-140)

4. การเปรียบเทียบผลการดำเนินการจัดการความรู้ระหว่างหน่วยงานในมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ตั้งแต่ระดับแผนกขึ้นไปที่มีช่วงอายุและระดับตำแหน่งแตกต่างกัน วิเคราะห์โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เปรียบเทียบการดำเนินงานการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน พบว่า มหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ และกระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. เปรียบเทียบปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน พบว่า มหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ ในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านผู้นำองค์การ ด้านการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและชุมชน ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านบุคลากรที่ใช้ความรู้ ด้านความรู้ ทักษะในการใช้เทคโนโลยี ด้านวัฒนธรรมองค์กร และด้านโครงสร้างองค์กร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. เปรียบเทียบผลการดำเนินการจัดการความรู้ระหว่างหน่วยงานในมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ตั้งแต่ระดับแผนกขึ้นไปที่มีช่วงอายุและระดับตำแหน่งแตกต่างกัน พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ด้านแผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ และกระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ และ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ด้านแผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ และกระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ และ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ด้าน การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ และกระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ และ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ด้านระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ และ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ และกระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. การวิเคราะห์ถึงการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่มีผลต่อผลการดำเนินการจัดการความรู้ พบว่า ด้านผู้นำองค์การ ที่มีผลต่อผลการดำเนินการจัดการความรู้ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมา ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ กระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ และแผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ ด้านการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและชุมชน มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินการจัดการความรู้ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมา ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ กระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ และโครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินการจัดการความรู้เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การประเมินกลยุทธ์ ในการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมา ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ กระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ และโครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินการจัดการความรู้ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมาระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ กระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ และโครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินการจัดการความรู้ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ และการประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์ มากที่สุด เท่ากัน รองลงมา แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ และกระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ ด้านบุคลากรที่ใช้ความมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินการจัดการความรู้ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมา ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ กระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ และโครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ ด้านความรู้ ทักษะในการใช้เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินการจัดการความรู้ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมา ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ กระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ และโครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ ด้านวัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินการจัดการความรู้ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมา แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ กระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ ด้านโครงสร้างองค์กรมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินการจัดการความรู้ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมา ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ กระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. วิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่ผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ คือ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน (Beta = 0.179) และด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Beta = 0.243) ส่งผลต่อ ผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ด้านระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ และสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 44.0

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ คือ ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ (Beta = 0.214) ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Beta = 0.229) และ ด้านวัฒนธรรมองค์กร (Beta = 0.187) ส่งผลต่อ ผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ด้านแผนงานโครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ สามารถอธิบายความแปรปรวน ได้ร้อยละ 37.9

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ คือ ด้านผู้นำองค์การ (Beta = 0.307) ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Beta = 0.269) และ ด้านบุคลากรที่ใช้ความรู้ (Beta = 0.155) ส่งผลต่อ ผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ด้านโครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 33.1

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ คือ ด้านผู้นำองค์การ (Beta = 0.139) ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ (Beta = 0.207) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน (Beta = 0.154) และ ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Beta = 0.185) ส่งผลต่อ ผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ด้านการประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ สามารถอธิบายความแปรปรวน ได้ร้อยละ 48.9

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ คือ ด้านผู้นำองค์การ (Beta = 0.149) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน (Beta = 0.309) ส่งผลต่อ ผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ด้านกระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 34.9

ภาพรวม

ปัจจัยทางด้านองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ด้านผู้นำองค์การด้านการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและชุมชน ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านบุคลากรที่ใช้ความรู้ ด้านความรู้ ทักษะในการใช้เทคโนโลยี ด้านวัฒนธรรมองค์กร และด้านโครงสร้างองค์กร สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวม ได้ร้อยละ 50.5 ผลการทดสอบ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ คือ ด้านผู้นำองค์การ (Beta = 0.176) ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ใน การจัดการความรู้ (Beta = 0.149) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน (Beta = 0.184) และ ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Beta = 0.219) ส่งผลต่อ ผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวม ได้ร้อยละ 50.5 ดังตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 1 วิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่มีผลต่อการ ดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

ปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้	ผลการดำเนินการจัดการความรู้				
	ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ	แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้	โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้	การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้	กระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้
ด้านผู้นำองค์การ			(Beta = 0.307)	(Beta = 0.139)	(Beta = 0.149)
ด้านการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและชุมชน					
ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ในการจัดการความรู้		(Beta = 0.214)		(Beta = 0.207)	
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน	(Beta = 0.179)			(Beta = 0.154)	(Beta = 0.309)
ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	(Beta = 0.243)	(Beta = 0.229)	(Beta = 0.269)	(Beta = 0.185)	
ด้านบุคลากรที่ใช้ความรู้			(Beta = 0.155)		
ด้านความรู้ ทักษะในการใช้เทคโนโลยี					
ด้านวัฒนธรรมองค์กร		(Beta = 0.187)			
ด้านโครงสร้างองค์กร					
ความแปรปรวนรวม	**44.0**	**37.9**	**33.1**	**48.9**	**34.9**

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน สามารถอภิปรายผล ในประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้

1. เปรียบเทียบการดำเนินงานการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน จากผลการศึกษาพบว่า มหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ และกระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐ ได้จัดให้มีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดการความรู้ ระยะ 5 ปี โดยได้ดำเนินการวิเคราะห์แผนของหน่วยงาน และรวบรวมตามขอบเขตการจัดการศึกษา (KM Focus Area) ทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านการจัดการศึกษา ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านการปรับแปลง ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี ด้านบริการวิชาการ ด้านการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ด้านการพัฒนาระบบบริหารจัดการของมหาวิทยาลัย เพื่อให้สอดคล้องกับตัวบ่งชี้ของสกอ.

ส่วนมหาวิทยาลัยเอกชน ได้จัดทำแผน การจัดการความรู้ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจและให้แนวทางในการจัดทำแผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan) ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากขึ้นเพื่อให้ได้รับความเข้าใจในหลักการของการจัดการความรู้: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ เพื่อนำไปสู่สัมฤทธิ์ผลในการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับ (ปัทมาวรรณ สิงห์ศรี, 2550, น. 80 - 84) กล่าวถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องและจะมีผลต่อกระบวนการจัดการความรู้ ดังนี้ ผลการดำเนินงานการจัดความรู้ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้ ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ แผนงาน โครงสร้าง และบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ การประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ และกระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้

2. เปรียบเทียบปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

จากผลการศึกษาพบว่า มหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ ในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านผู้นำองค์การ ด้านการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและชุมชน ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านบุคลากรที่ใช้ความรู้ ด้านความรู้ ทักษะในการใช้เทคโนโลยี ด้านวัฒนธรรมองค์กร และด้านโครงสร้างองค์กร ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก มหาวิทยาลัยเอกชน มีความพร้อมในการวางแผนในการดำเนินการจัดการความรู้ มากกว่าทั้งในด้านบุคลากร เครื่องมืออุปกรณ์ในการดำเนินงาน จึงทำให้ มีความแตกต่าง จากมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐ ที่มีความพร้อมน้อยกว่าในหลายๆด้าน ซึ่งสอดคล้องกับ (ปัทมาวรรณ สิงห์ศรี, 2550, น.80 - 84) กล่าวถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องและจะมีผลต่อกระบวนการจัดการความรู้ ดังนี้ ปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ ประกอบด้วย 9 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้นำองค์การ ปัจจัยด้านการสร้างความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน ปัจจัยด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ด้านการจัดการความรู้ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัยด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ใช้ความรู้ ปัจจัยด้านความรู้ และทักษะในการใช้เทคโนโลยี ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร และ ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร

3. เปรียบเทียบผลการดำเนินการจัดการความรู้ระหว่างหน่วยงานในมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ตั้งแต่ระดับแผนกขึ้นไปที่มีช่วงอายุและระดับตำแหน่งแตกต่างกัน

จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวมด้านระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ และ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้แตกต่างกัน บุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยด้านระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ และ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก บุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปที่มีทำงานกับมหาวิทยาลัยมานาน มีประสบการณ์ในการทำงานมาก มีตำแหน่งงานเป็นผู้บริหารจะมีวีการดำเนินงานที่แตกต่างจากบุคลากรที่มีอายุน้อย ซึ่งยังไม่รู้แนวทางในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับหลายๆ ฝ่าย และหลายๆตำแหน่ง ซึ่งส่งผลให้การทำงานในแต่ละด้านแตกต่างกันออกไป นอกจากนั้นพบว่าไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานของใครจากบทที่ 2

4. การวิเคราะห์ถึงการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่มีผลต่อผลการดำเนินการจัดการความรู้

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านองค์ประกอบที่มีผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ ได้แก่ ด้านผู้นำองค์การ ด้านการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและชุมชน ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านบุคลากรที่ใช้ความรู้ ด้านความรู้ ทักษะในการใช้เทคโนโลยี ด้านวัฒนธรรมองค์กร และด้านโครงสร้างองค์กร มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินการจัดการความรู้ ภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ แผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ โครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ การประเมินกลยุทธ์ ในการจัดการความรู้ และกระบวนการและกิจกรรม

ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ทั้งนี้เนื่องจาก แต่ละมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญปัจจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่มีผลต่อผลการดำเนินการจัดการความรู้ ไม่เหมือนกันเพราะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นของแต่ละมหาวิทยาลัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดา จุลินทร (2549) ได้ศึกษากระบวนการและปัจจัยความสำเร็จของการจัดการความรู้ในองค์กร : ศึกษากรณีศูนย์สุขภาพจิตเขตกรมสุขภาพจิต โดยใช้การสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการศึกษา พบว่าปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จในการดำเนินการจัดการความรู้ของศูนย์สุขภาพจิตเขต คือ ผู้นำให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและจริงจัง มีการกำหนดเป้าหมายและนโยบายที่ชัดเจน บุคลากรทุกคนให้ความสำคัญให้ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย วัตถุประสงค์และขั้นตอนในการดำเนินการ มีความพร้อมด้านเทคโนโลยี และมีวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเกิดการจัดการความรู้

5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่ผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ คือ ด้านผู้นำองค์การ ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐานด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านบุคลากรที่ใช้ความรู้ ส่งผลต่อ ผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวม และรายด้านได้แก่ ด้านระดับของการนำการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ ด้านแผนงาน โครงสร้างและบทบาทของบุคลากรในการจัดการความรู้ ด้านโครงสร้างขององค์กรจัดการความรู้ ด้านการประเมินกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ และด้านกระบวนการและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จำเริญ จิตหลัง (2549) ได้ศึกษาปัจจัยการจัดการความรู้นำไปสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ในสถาบันการศึกษา พบว่า ภาวะผู้นำแห่งการเรียนรู้ บรรยากาศและวัฒนธรรมองค์การ วิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์ โครงสร้างองค์การ เทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบการจัดการ ความสามารถของบุคลากร และการเสริมแรง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวสนับสนุนให้เกิดสังคมฐานความรู้ในโรงเรียน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรศักดิ์ ศิริรัตนพล (2550) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ด้านการสอนของคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน:มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ด้านการสอนของคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และตรวจสอบรูปแบบการจัดการความรู้ด้านการสอนของคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่ารูปแบบการจัดการความรู้ด้านการสอนของคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การวิเคราะห์ปัจจัย เจียระไนความรู้ และดูผลลัพธ์ ซึ่งการวิเคราะห์ปัจจัยมีทั้งหมด 6 ด้าน คือวัฒนธรรม ภาวะผู้นำ โครงสร้าง เทคโนโลยี อาจารย์และนักศึกษา การเจียระไนความรู้ มี 4 ขั้นตอน คือ เป้าหมายความรู้ จัดทำแผนกลยุทธ์และกระบวนการเลือกเทคนิคสร้างและถ่ายทอดความรู้ และกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการดูผลลัพธ์ มี 3 ด้าน คือ ระบบ ผลผลิต และผลลัพธ์

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย เห็นด้วย มากที่สุดในปัจจัยด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์การจัดการความรู้ ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรมีการกำหนดนโยบาย/วิสัยทัศน์/พันธกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการจัดการความรู้ไว้อย่างชัดเจน และปัจจัยด้านบุคลากรผู้ใช้ความรู้ โดยบุคลากรควรมีความตระหนักว่าความรู้เป็นสินทรัพย์ที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับองค์กรได้

2. จากผลการศึกษาพบว่า ผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัย มีผลการดำเนินการมากที่สุด ในเรื่องผู้บริหารได้ให้บุคลากรแจ้งเกี่ยวกับความก้าวหน้าในการดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของแต่ละคณะอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ผู้บริหารควรมีการทำการชี้แจงรายละเอียดความก้าวหน้าเป็นระยะๆ และมหาวิทยาลัยควรมีการสร้างความเข้าใจเบื้องต้น หรือจัดอบรมแก่บุคลากรอย่างเพียงพอก่อนดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการความรู้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จที่ส่งผลต่อการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

2. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

3. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆที่อาจส่งผลต่อผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยที่ไม่ได้ศึกษาในงานวิจัยนี้ เช่น ความผูกพันต่อองค์การ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ และความจงรักภักดี เป็นต้น

4. ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือสนทนากลุ่ม เพื่อให้ทราบถึงผลการดำเนินการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

จำเริญ จิตหลัง. (2549). *ปัจจัยการจัดการความรู้กับองค์การแห่งการเรียนรู้ในสถานศึกษา.* (วารสารศึกษาศาสตร์). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

จิรประภา อัครบวร. (2549). *สร้างคนสร้างผลงาน.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เต่า.

จิรศักดิ์ ศิริรัตนพล. (2550) *รูปแบบการจัดการความรู้ด้านการสอนของคณาจารย์ ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน : มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.

ธิดา จุลินทร. (2549) *กระบวนการและปัจจัยความสำเร็จของการจัดการความรู้ในองค์กร: ศึกษากรณีศูนย์สุขภาพจิต* (ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปัทมาวรรณ สิงห์ศรี. (2550). *การศึกษาระบบการจัดการความรู้ในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ.* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภราดร จินดาวงศ์. (2548). *การจัดการความรู้ = KM Knowledge management the experience.* ปทุมธานี: ซีดับบลิวซี พริ้นติ้ง.

วรภัทร์ ภู่เจริญ. (2548). *องค์กรแห่งการเรียนรู้ และการบริหารความรู้ (Learning Organization & Knowledge Management).* กรุงเทพฯ: อริยชน.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (2545). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545.* กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

Bertels, T. (2002). KM Forum Archives—The Early Days: What is Knowledge Management.. Retrieved May 3, 2015, from: http://www.KM-Forum.org,.

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงบูรณาการเพื่อพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยของนักศึกษาจีน เอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรี สาธารณรัฐประชาชนจีน

A DEVELOPMENT OF INTEGRATED TRAINING CURRICULUM TO IMPROVE THE ABILITY IN DELIVERING THAI LANGUAGE SPEECH OF UNDERGRADUATE CHINESE STUDENT MAJORING THAI LANGUAGE, REPUBLIC OF CHINA

เฉิน เยี่ยนเยี่ยน*
CHEN YANYAN*

* นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
* Ph.D. Candidate, Doctor of Philosophy Program in Curriculum and Instruction, Collage of Education Sciences, Dhurakij Pundit University
* Email: vina513@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพความต้องการในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรี สาธารณรัฐประชาชนจีน (2) พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงบูรณาการเพื่อพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยของนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย (3)ทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมเชิงบูรณาการซึ่งมีจำนวนชั่วโมงการอบรม 30 ชั่วโมงเพื่อพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยของนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย (4) ประเมินผลการใช้หลักสูตรฝึกอบรมเชิงบูรณาการเพื่อพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยของนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย วิธีการวิจัยนี้ดำเนินการในลักษณะของการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) มีทั้งหมด 4 ขั้นตอนซึ่งได้ทดลองใช้กับนักศึกษาจีนจำนวน 25 คน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความต้องการพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$ = 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.=.83) (2) หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในทุกประเด็น โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับมาก $\overline{X}$ = 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.=.61 (3) การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์เกี่ยวกับการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยของนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรีหลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการใช้หลักสูตรฝึกอบรมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 (4) ผลการประเมินการใช้หลักสูตรอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.54 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .58 ซึ่งถือว่าหลักสูตรฝึกอบรมมีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

คำสำคัญ: หลักสูตรฝึกอบรมเชิงบูรณาการ ความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ นักศึกษาจีน

Abstract

The objectives of this research are 1) to explore the need to deliver Thai language speech of undergraduate Chinese students majoring Thai language; 2) to develop an integrated training curriculum for improving the ability in delivering Thai language speech of the undergraduate Chinese students; 3) to conduct a 30 hour-trail training curriculum in order to improve the ability in delivering Thai language speech of the undergraduate Chinese students; and 4) to evaluate the results of the integrated training curriculum for improving the ability in delivering Thai language speech of the undergraduate Chinese students. Research and development (R&D) designed for this study consisted of 4 stages and the integrated training curriculum used for 25 students.

The result of this research showed that 1) It is a high level of students' need to improve their ability in delivering Thai language speech ($\overline{X}$= 4.23, S.D. = .83); 2) Evaluation on the draft - training curriculum revealed that this draft training curriculum gained a high level of appropriateness ($\overline{X}$= 4.20, S.D. = .61); 3) The average score of the learning achievement post-test was statistically significant higher than that of the pretest with p = .01 ($p<0.05$); and 4) The evaluation of the implement of this training curriculum rated this implementation at the highest level with $\overline{X}$ = 4.54, and S.D. = .58. This provides an evidence that qualification of this training curriculum meets a requirement.

Keywords: Integrated training curriculum; The ability in speech; Chinese students

บทนำ

ปัจจุบัน ภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในหมู่นักศึกษาจีน หลังจากที่รัฐบาลจีนได้จัดงานเอ็กซ์โปจีน-อาเซียน (CHINA-ASEAN EXPO) ที่นครหนานหนิงซึ่งเป็นเมืองหลวงของเขตปกครองตนเองชนชาติจ้วงกว่างซีเป็นครั้งแรก เมื่อปี 2004 นครหนานหนิงได้กลายเป็นประตูสำคัญสู่กลุ่มประเทศอาเซียน (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยจีน หนานหนิง, 2008) ในขณะเดียวกัน ความสัมพันธ์ระหว่างไทยและจีนได้พัฒนาและครอบคลุมหลายด้าน ทั้งในภาครัฐบาลและภาคเอกชนโดยเฉพาะทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวซึ่งยึดมั่นอยู่บนพื้นฐานของผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย เขตปกครองตนเองชนชาติจ้วงกว่างซี และบริเวณภาคใต้ของจีนซึ่งเป็นที่ตั้งของเขตเศรษฐกิจพิเศษหลายแห่งจึงมีความสำคัญต่อประเทศไทย อีกทั้งมีภาคเอกชนไทยเข้ามาลงทุนในบริเวณนี้เป็นจำนวนมาก (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยจีน หนานหนิง, 2010) นอกจากนี้ ชาวจีนโพ้นทะเลในประเทศไทยส่วนใหญ่สืบเชื้อสายมาจากเขตปกครองตนเองชนชาติกว่างซี กว่างซีและประเทศไทยจึงถือว่ามีความผูกพันกันมายาวนาน รัฐบาลกว่างซีจึงได้ให้ความสำคัญกับการเรียนการสอนภาษาไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะรัฐบาลไทยได้จัดตั้งสถานกงสุลใหญ่ขึ้นที่ นครหนานหนิงเมื่อวันที่ 7 เมษายน ปี 2006 นั้น ยิ่งทำให้การเรียนการสอนภาษาไทยของภาควิชาภาษาไทย คณะภาษาต่างประเทศ มหาวิทยาลัยชนชาติกว่างซีได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว ในฐานะที่เป็นตัวแทนรัฐบาลไทย สถานกงสุลใหญ่ ณ นครหนานหนิงได้อำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมไทยและสนับสนุนการเรียน การสอนภาษาไทยแก่มหาวิทยาลัยชนชาติกว่างซี อาทิ มอบหนังสือภาษาไทยแก่ศูนย์ภาษาไทยสิรินธร มอบคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ในการสืบค้นข้อมูลที่เป็นภาษาไทย ร่วมจัดสัมมนาการวิจัยด้านภาษาและวัฒนธรรมไทย รวมทั้งจัดการประกวดสุนทรพจน์ภาษาไทยในที่ชุมชน การประกวดสุนทรพจน์ซึ่งจัดขึ้นโดยความร่วมมือระหว่างสถานกงสุลใหญ่ ณ นครหนานหนิง กับมหาวิทยาลัยชนชาติกว่างซี ได้จัดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี 2007 จนถึงปัจจุบัน ได้จัดขึ้นทั้งหมด 7 ครั้ง การประกวดสุนทรพจน์ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยแต่ละสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมการประกวดต่างมีความกระตือรือร้นที่จะปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอนภาษาไทยของตนเองเพื่อส่งนักศึกษาเข้าประกวดในปีถัดไป และจำนวนนักศึกษาที่สมัครเข้าประกวดก็เพิ่มมากขึ้นทุกปี การประกวดสุนทรพจน์นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงความสนใจในการเรียนภาษาไทยอย่างจริงจังของนักศึกษาจีนแล้ว ยังแสดงถึงความสามารถและศักยภาพในการใช้ภาษาไทยของนักศึกษาจีนอย่างเด่นชัด รวมทั้งสะท้อนถึงคุณภาพและมาตรฐานของครูผู้สอนภาษาไทยในประเทศจีนอย่างน่าชื่นชม ซึ่งกล่าวได้ว่า การประกวดสุนทรพจน์เป็นกิจกรรมประจำปีที่มีส่วนช่วยให้นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยในกว่างซีได้แสดงออกถึงความรู้ความสามารถ และฝึกฝนการใช้ภาษาไทยอันนำมาซึ่งการยกระดับการเรียนการสอนภาษาไทยของสถาบันการศึกษาต่างๆ ในกว่างซีด้วย

เนื่องจากการกล่าวสุนทรพจน์เป็นการพูดสั้น ๆ การเตรียมการและการพูดจึงเป็นเรื่องยากเพราะการพูดสั้นในเวลาจำกัด ต้องพูดด้วยถ้อยคำสำนวนที่ไพเราะ รวมทั้งการแสดงการพูดต้องมีความแม่นตรง ไม่จืดชืดยืดยาด การเตรียมการจึงเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่ง กล่าวคือยิ่งต้องกล่าวสุนทรพจน์ได้ดี ยิ่งเตรียมให้มาก (Orth, 1982) อย่างไรก็ตาม ในการแสดงสุนทรพจน์ถึงแม้ว่าจะมีการเตรียมการมาอย่างดี แต่ถ้าขาดการซ้อมจนเกิดความแน่ใจแล้ว การพูดครั้งนั้นก็มักจะประสบความล้มเหลว บางคนเตรียมการพูดมาอย่างดียอดเยี่ยมทั้งสาระและอรรถรส แต่ขาด การซ้อม พอถึงเวลาแสดงสุนทรพจน์ จะเกิดภาวะติดขัดขลุกขลักทำให้เกิดความล้มเหลวอย่างน่าเสียดาย ดังนั้นเมื่อมีการเตรียมที่ดีแล้ว ควรซักซ้อมจนเกิดความพร้อมที่จะพูด เสียก่อน และต้องแสดงออกมาจากหัวใจ พูดจากใจ พูดจา คำพูดที่ขึ้นใจ ความตั้งใจ ใส่ความรู้สึกในเนื้อหาที่พูดจนสุดหัวใจ การพูดที่ทำให้ผู้พูดมีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับยกย่อง การพูดที่ทำให้เกิดแนวความคิดทางสร้างสรรค์ การพูดที่ทำให้เกิดความรู้สึกในความรัก ความสามัคคี ความเสียสละ ความรักหมู่รักคณะ รักชาติบ้านเมือง รวมทั้งต่อมวลมนุษยชาติ หรือการพูดที่สามารถแก้ปัญหาที่เลวร้ายให้เกิดปกติสุขหรือสันติสุข การพูดที่กระตุ้นให้เกิดสำนึกในคุณธรรม ศีลธรรม มนุษยธรรม และ การพูดโน้มน้าวขั้นสุดยอด

การฝึกอบรมนักศึกษาจีนเอกภาษาไทยให้มีทักษะกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยและสามารถเข้าร่วมการประกวดสุนทรพจน์ภาษาไทยได้ไม่ใช่เรื่องง่าย เหตุผลส่วนใหญ่อันเนื่องมาจากภาษาไทยซึ่งเป็นพื้นฐานในการกล่าวนั้นไม่ใช่ภาษาแม่ของนักศึกษา ทำให้บางคนไม่มีความมั่นใจในตัวเอง นอกจากนี้แล้วข้อบกพร่องในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยยังมีอยู่อีกมากมาย เช่น ไม่มีการเตรียมตัว ไม่มีกระบวนการในการฝึกซ้อม เรื่องราวที่นำมากล่าวไม่มี ความชัดเจน ขาดประเด็นตามหัวข้อที่กำหนด การเริ่มต้นไม่ดึงดูดใจผู้ฟัง ไม่มีความรู้เรื่องการทักทายก่อนการแสดงการกล่าว การวางบุคลิกที่ไม่เหมาะสมกับการแสดงการกล่าว การแสดงสีหน้าแววตาที่ไม่สัมพันธ์กับเนื้อเรื่องที่กล่าว สายตาไม่สามารถสื่อถึงสิ่งที่ต้องการนำเสนอได้ น้ำเสียงไม่มีระดับ ไม่มีความหนักแน่น ไม่มีการลด และเพิ่มเสียงเมื่อมีความจำเป็น ไม่มีความรู้เรื่องเวลาที่ใช้ในการกล่าว ขาดการสรุปเรื่องที่นำมากล่าว และขาดอารมณ์ร่วมในบทกล่าวของตนเองเมื่อถึงเวลาแสดงการกล่าว เพราะฉะนั้น เราจึงต้องนำทักษะการคิดสอดแทรกเข้าไปในขั้นตอนต่างๆ ของ การฝึกอบรมกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย ช่วยระดมสมองของนักศึกษาและฝึกให้มีทักษะที่ถูกต้องตามขั้นตอน เพราะ "ทักษะการคิดเป็นหัวใจของการจัดการศึกษา เพราะการคิดช่วยให้คนมีประสิทธิภาพ เป็นจุดเริ่มต้นในการแสดงออกให้สิ่งที่ดีงามเป็นประโยชน์และสร้างสรรค์ สามารถฟันฝ่าอุปสรรคและปัญหาต่างๆได้" (ฉันทนา ภาคบงกช, 2528)

ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นอาจารย์สอนภาษาไทยของมหาวิทยาลัยชนชาติกว่างซี เคยให้คำชี้แนะการเตรียมกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยกับนักศึกษาจีน คิดว่าการมีทักษะที่ถูกต้องในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยไม่เพียงแต่ทำให้นักศึกษาได้แสดงตัวดีขึ้นในเวทีการประกวดสุนทรพจน์ อีกทั้งยังทำให้นักศึกษาได้พัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทยของตนเองควบคู่ไปกับการเรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาเองในการไปประกอบอาชีพที่ต้องใช้ภาษาไทยต่อไปภายหลังจากการสำเร็จการศึกษา แต่อย่างไรก็ตาม การกล่าวสุนทรพจน์ที่ดีจะต้องมีเวลา และกระบวนการที่ชัดเจนในการฝึกและเตรียมตัว ผู้วิจัยจึงสนใจในการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยด้วยการบูรณาการทักษะการคิดเพื่อพัฒนาความสามารถในการประกวดสุนทรพจน์ภาษาไทยของนักศึกษาจีนเอกภาษาไทยเพื่อให้นักศึกษาจีนสามารถพัฒนาศักยภาพทางด้านการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย ปรับปรุงและพัฒนาการกล่าวสุนทรพจน์ให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพความต้องการในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรี สาธารณรัฐประชาชนจีน
2. เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงบูรณาการเพื่อพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยของนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรี สาธารณรัฐประชาชนจีน
3. เพื่อทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมเชิงบูรณาการเพื่อพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยของนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรี สาธารณรัฐประชาชนจีน
4. เพื่อประเมินผลการใช้หลักสูตรฝึกอบรมเชิงบูรณาการเพื่อพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยของนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรี สาธารณรัฐประชาชนจีน

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. หลักสูตรและการพัฒนาหลักสูตร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการฝึกอบรม
3. เอกสารที่เกี่ยวกับการกล่าวสุนทรพจน์
4. การคิดและบูรณาการทักษะการคิด

ผู้วิจัยได้เลือกทฤษฎีการพูดของซิเซโรและควินติเลียน (Cicero & Quintelian Theory) ที่เกี่ยวกับหลัก 5 ประการที่ทำให้การพูดสัมฤทธิ์ผล ได้แก่ การคิดค้น (Invention) การประมวลความคิด (Organization) การใช้ภาษาและลีลา(Style) การกำหนดจดจำ (Memory) การแสดงออกให้ปรากฏ (Delivery)

ผู้วิจัยยังได้เลือกทักษะการคิดตามแนวคิดของ ทิศนา แขมมณี มาผสมผสานและนำไปใช้ในขั้นตอนต่างๆของ การฝึกอบรม ซึ่งประกอบด้วยทักษะการคิดดังต่อไปนี้

1. ทักษะการคิดพื้นฐาน (Basic Skills) แบ่งเป็นทักษะการสื่อความหมาย และทักษะการคิดที่เป็นแกนหรือทักษะการคิดทั่วไป

1.1 ทักษะการสื่อความหมาย (Communication Skills) หมายถึง ทักษะการรับสารที่แสดงถึงความคิดของผู้อื่นเข้ามาเพื่อรับรู้ ตีความแล้วจดจำและเมื่อต้องการที่เจาะลึก เพื่อนำมาเรียบเรียงและถ่ายทอดความคิดเห็นของตนให้แก่ผู้อื่น โดยแปลงความคิดให้อยู่ในรูปภาษาต่างๆ ทั้งที่เป็นข้อความ คำพูด ศิลปะ ดนตรี คณิตศาสตร์ ฯลฯ เช่น ทักษะการฟัง (Listening) การอ่าน (Reading) การรับรู้ (Perceiving) การจดจำ (Managing) การพูด (Speaking)

1.2 ทักษะการคิดที่เป็นแกนหรือทักษะการคิดทั่วไป หมายถึง ทักษะการคิดที่จำเป็นต้องใช้อยู่เสมอใน การดำรงชีวิตประจำวันและเป็นพื้นฐานการคิดขั้นสูงที่มีความสลับซับซ้อนซึ่งคนเราจำเป็นต้องใช้ในการเรียนรู้เนื้อหาวิชาการต่างๆ ตลอดจนการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ เช่น ทักษะการสังเกต (Observing) การสำรวจ (Exploring) การตั้งคำถาม (Questioning) การเก็บรวบรวมข้อมูล (Information Gathering) การระบุ (Identifying) การเปรียบเทียบ (Comparing) การเชื่อมโยง (Connecting)

2. ทักษะการคิดขั้นสูงหรือทักษะการคิดที่ซับซ้อน หมายถึงทักษะการคิดที่มีขั้นตอนหลายขั้นและต้องอาศัยทักษะการสื่อความหมายและทักษะการคิดที่เป็นแกนหลายๆทักษะในแต่ละขั้น ทักษะการคิดขั้นสูงจึงจะพัฒนาได้เมื่อผู้เรียนได้ผ่านการพัฒนาทักษะการคิดพื้นฐานจนเกิดความชำนาญแล้ว เช่น ทักษะการวิเคราะห์ (Analyzing) การสร้างองค์ความรู้ใหม่ (Constructing)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการในลักษณะของการวิจัยและพัฒนาโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ นักศึกษาจีนเอกภาษาไทย

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาจีนเอกภาษาไทย คณะภาษาและวรรณคดีเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มหาวิทยาลัยชนชาติกว่างซี สาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 25 คนได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย

2. ขั้นตอนในการดำเนินการมีทั้งหมด 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

เป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นเพื่อนำมาพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริง โดยในขั้นนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพูด การกล่าวสุนทรพจน์ การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม การคิดและการบูรณาการทักษะการคิด

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพูด การกล่าวสุนทรพจน์ การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม การคิดและการบูรณาการทักษะการคิด หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ในขณะเดียวกัน ผู้วิจัยยังศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับการคิดและทักษะการคิด เพื่อนำไปใช้ในการฝึกอบรม

ส่วนที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับความสามารถการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยใช้ข้อมูลในส่วนที่ 1 มาเป็นแนวทางการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีนเอกภาษาไทยที่ต้องการพัฒนา

ส่วนที่ 3 การสอบถามความต้องการพัฒนาความสามารถการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีนจากส่วนที่ 1 และจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในส่วนที่ 2 มาสร้างเป็นแบบสอบถามความต้องการในการพัฒนาความสามารถการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีน เพื่อนำข้อสรุปที่ได้ไปพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาหลักสูตร

เป็นการสร้างและพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการในขั้นตอนที่ 1 โดยกำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตร แล้วร่างหลักสูตรให้สอดคล้องกับจุดม่งหมาย ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาต่างๆ แนวทางการประเมินในแต่ละหน่วย แล้วนำร่างหลักสูตรดังกล่าวไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความถูกต้องเหมาะสม พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขร่างหลักสูตรดังกล่าวตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ได้หลักสูตรสำหรับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน การดำเนินงานในขั้นตอนนี้แบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 การสร้างโครงร่างหลักสูตร เป็นการเขียนโครงร่างหลักสูตรที่ต้องการพัฒนาโดยนำลักษณะความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยที่ต้องการพัฒนา มาพัฒนาเป็นหลักสูตรในขณะเดียวกัน วิเคราะห์และคัดเลือกทักษะการคิดที่จำเป็น เพื่อนำไปสอดแทรกในกระบวนการฝึกอบรม

ส่วนที่ 2 การประเมินโครงร่างหลักสูตร เป็นการนำโครงร่างหลักสูตรที่สร้างไว้ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจเพื่อประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตร

ในส่วนนี้เป็นการประเมินคุณภาพของโครงร่างหลักสูตรที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น โดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบเพื่อหาข้อบกพร่องต่างๆ และได้ปรับปรุงแก้ไขก่อนนำหลักสูตรไปทดลองใช้

ส่วนที่ 3 การพัฒนาเครื่องมือประกอบหลักสูตร

การวิจัยศึกษาในส่วนนี้จะสร้างเครื่องมือ 3 ประเภท เพื่อเป็นเครื่องมือในการประเมินผลการเรียนรู้ระหว่างการฝึกอบรม มีดังนี้

1. แบบทดสอบวัดความรู้ก่อนและหลังเรียน เรื่อง ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการพูดและการกล่าวสุนทรพจน์ จำนวน 30 ข้อ
2. แบบประเมินความสามารถในการคิดค้น จำนวน 15 ข้อ
3. แบบประเมินความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย จำนวน 20 ข้อ

ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้หลักสูตร เป็นการนำหลักสูตรที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย คณะภาษาและวรรณคดีเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มหาวิทยาลัยชนชาติกว่างซีโดยใช้แบบแผนการวิจัยแบบหนึ่งกลุ่มทดลองวัดสองครั้ง (One Group Pretest- Posttest Design) ตลอดจนสังเกตความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยตลอดการฝึกอบรมเพื่อประเมินคุณภาพของหลักสูตรและนำผลที่ได้ไปปรับปรุงหลักสูตร

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินหลักสูตร เป็นการประเมินผลการทดลองใช้หลักสูตรโดยใช้ CIPP Model หลังจากนำหลักสูตรไปทดลองใช้และปรับปรุงหลักสูตรให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นจากข้อมูลที่ได้รับ

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

การศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อให้ได้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการวางแผนพัฒนาหลักสูตรโดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่เกี่ยวกับการกล่าวสุนทรพจน์ ซึ่งต้องอาศัยจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการสัมภาษณ์เชิงลึกและข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม การคิดและการบูรณาการทักษะการคิด สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับความสามารถการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีน

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีนเอกภาษาไทยที่ต้องการพัฒนา พบว่า นักศึกษาจีนเอกภาษาไทยที่เข้าร่วมการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยมีทักษะการพูด ฟัง อ่าน เขียนอย่างดี สามารถสื่อความหมาย ได้ตรง พูดภาษาไทยได้คล่อง แต่ก็ยังมีข้อบกพร่องในเรื่องต่อไปนี้

1. ด้านเนื้อหาของบทกล่าวสุนทรพจน์

1) การเรียงลำดับเนื้อหาไม่ถูกต้อง 2) ข้อมูลที่นำมากล่าวขาดความคิดสร้างสรรค์ 3) เนื้อหาหรือบทกล่าวขาดความคิดเห็นของตนเอง 4) การยกตัวอย่างขาดความน่าเชื่อถือ 5) การลงท้ายหรือปิดฉากไม่ประทับใจพอ

2. ด้านการใช้ภาษาและลีลาในการกล่าว

1) เลือกระดับคำพูดไม่ค่อยเหมาะสมกับผู้ฟังและโอกาส 2) การใช้สำนวนโวหารมากเกินไปหรือล้าสมัยโบราณมากไป 3) ใช้ถ้อยคำที่ไม่สุภาพ 4) การออกเสียงภาษาไทยและสำเนียงที่มักจะเพี้ยน 5) ท่วงทำนองของเสียงไม่มีระดับที่แตกต่างกัน ไม่สามารถสื่ออารมณ์ไปถึงผู้ฟัง 6) เสียงการกล่าวไม่ดังพอ

3. ด้านบุคลิกและการแสดงออก

1) ขาดความเชื่อมั่นในการกล่าว 2) การกล่าวไม่เป็นธรรมชาติ 3) ขาดการฝึกซ้อมก่อนเข้าประกวด ทำให้ผู้ประกวดตื่นเวที

นอกจากนี้แล้ว ผู้เชี่ยวชาญยังมีความเห็นว่า นักศึกษาจีนขาดความเข้าใจหลักเกณฑ์การประเมินความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย จึงทำให้นักศึกษาขาดคำชี้แนะและความเชื่อมั่นในการเตรียม ความพร้อมกล่าวสุนทรพจน์

ส่วนที่ 2 ผลการสอบถามความต้องการพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีน

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีนจากส่วนที่ 1 และจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในส่วนที่ 1 มาสร้างเป็นแบบสอบถามสภาพปัจจุบันและความต้องการในการพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีนไปสอบถามนักศึกษาจีนเอกภาษาไทยที่มีความปรารถนาจะเข้าร่วมการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย จำนวน 28 คน พบว่าความต้องการพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 ถ้าพิจารณาเป็น รายด้านการวิเคราะห์เป็นดังนี้

1) ด้านวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม นักศึกษาต้องการพัฒนาการใช้ภาษาและลีลาเป็นอันดับที่ 1 นักศึกษาต้องการพัฒนาการกำหนดจดจำเป็นอันดับที่ 2 นักศึกษาต้องการพัฒนาการคิดค้นเป็นอันดับที่ 3 นักศึกษาต้องการพัฒนาการประมวลความคิดเป็นอันดับที่ 4 นักศึกษาต้องการพัฒนาการแสดงออกให้ปรากฏเป็นอันดับที่ 5

2) ด้านเนื้อหาการฝึกอบรม นักศึกษาต้องการฝึกพัฒนาการลำดับความคิดเป็นอันดับที่ 1 นักศึกษาต้องการฝึกพูดเป็นประจำเป็นอันดับที่ 2 นักศึกษาต้องการใช้ภาษาให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์เป็นอันดับที่ 3 นักศึกษาต้องการเพิ่มความเชื่อมั่นในตัวเองเป็นอันดับที่ 4 นักศึกษาต้องการออกเสียงภาษาไทยได้ถูกต้องเป็นอันดับที่ 5 นักศึกษาต้องการใช้คำให้สละสลวยเป็นอันดับที่ 6 นักศึกษาต้องการฝึกพัฒนาความคิดวิเคราะห์เป็นอันดับที่ 7 นักศึกษาต้องการฝึกพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เป็นอันดับที่ 8 นักศึกษาต้องการฝึกพัฒนาบุคลิกภาพเป็นอันดับที่ 9

3) ด้านกระบวนการฝึกอบรม นักศึกษาต้องการมีการค้นคว้าข้อมูลระหว่างการฝึกอบรมเป็นอันดับที่ 1 นักศึกษาต้องการทำงานเป็นกลุ่มเป็นอันดับที่ 2 นักศึกษาต้องการทำกิจกรรมนอกชั้นเรียนเป็นอันดับที่ 3 นักศึกษาต้องการฟังคำบรรยายจากอาจารย์เป็นอันดับที่ 4 นักศึกษาต้องการการมีส่วนรวมในการทำกิจกรรมเป็นอันดับที่ 5 นักศึกษาต้องการเรียนแบบเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นอันดับที่ 6

4) ด้านสิ่งสนับสนุนในการฝึกอบรม นักศึกษาต้องการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งเรียนรู้อย่างหลากหลายเป็นอันดับ1 นักศึกษาต้องการระยะเวลาการฝึกอบรมที่เพียงพอเป็นอันดับ 2 นักศึกษาต้องการ

เอกสารการฝึกอบรมที่เพียงพอเป็นอันดับ 3 นักศึกษาต้องการการเรียนรู้ผ่านการดูวีดีทัศน์ เป็นอันดับ 4 นักศึกษาต้องการสื่อการเรียนที่ทันสมัยเป็นอันดับ 5 นักศึกษาต้องการสถานที่ฝึกอบรมที่เหมาะสมเป็นอันดับ 6 นักศึกษาต้องการคู่มือการฝึกอบรมที่เหมาะสมอันดับ 7

5) ด้านการประเมินผลการฝึกอบรม นักศึกษาต้องการให้อาจารย์ประเมินผลงานเป็นอันดับ 1 นักศึกษาต้องการให้เพื่อนประเมินผลงานเป็นอันดับ 2 นักศึกษาต้องการประเมินผลงานด้วยตัวเองอันดับ 3

ขั้นตอนที่ 2 ผลการพัฒนาหลักสูตร

ส่วนที่ 1 ผลการสร้างโครงร่างหลักสูตร เป็นการเขียนโครงร่างหลักสูตรที่ต้องการพัฒนาโดยนำลักษณะความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยที่ต้องการพัฒนา มาพัฒนาเป็นหลักสูตรในขณะเดียวกัน วิเคราะห์และคัดเลือกทักษะการคิดที่จำเป็น เพื่อนำไปสอดแทรกในกระบวนการฝึกอบรม ส่วนองค์ประกอบของ โครงร่างหลักสูตรมี ดังนี้

1. สภาพปัญหาและความจำเป็นของหลักสูตร
2. หลักการของหลักสูตร
3. แนวคิดพื้นฐานในการพัฒนาหลักสูตร
4. จุดหมายของหลักสูตร
5. หน่วยการฝึกอบรม

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินโครงร่างหลักสูตร

หลังจากผู้วิจัยได้ร่างหลักสูตรตามข้อมูลพื้นฐานแล้ว ได้นำร่างหลักสูตรเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์พิจารณาพร้อมทั้งนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษามาทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญด้าน การพัฒนาหลักสูตร ด้านการฝึกอบรม ด้านการกล่าวสุนทรพจน์ และด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 5 ท่าน ทำ การตรวจสอบคุณภาพของโครงร่างหลักสูตร พบว่า หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในทุกประเด็น โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับมาก $\overline{X}$ = 4.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.=.61 หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องในทุกประเด็น โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item – Objective Congruence = IOC) เท่ากับ0.66-1

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการปรับปรุงหลักสูตรในด้านกิจกรรม สื่อการสอน เนื้อหาต่างๆให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นตามคำแนะนำของผู้เชียวชาญ เพื่อเป็นหลักสูตรที่พร้อมทดลองใช้ต่อไป

ส่วนที่ 3 ผลการพัฒนาเครื่องมือประกอบหลักสูตร ผลการพัฒนาเครื่องมือประกอบหลักสูตรมีดังนี้

1. ผลการพัฒนาแบบทดสอบวัดความรู้ก่อนและหลังเรียน เรื่อง ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการพูดและการกล่าวสุนทรพจน์ พบว่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์ เนื้อหา และข้อสอบของข้อที่ 8, 9, 11, 13,28ต่ำกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ (IOC <0.5) จำเป็นต้องตัดทิ้งหรือปรับปรุงแก้ไข ผู้วิจัยได้นำผลการทดสอบมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับโดยใช้สูตร KR-20 ของคูเดอร์-ริชาร์ดสันได้ค่า .59

2. ผลการพัฒนาแบบประเมินความสามารถในการคิดค้น พบว่า ดัชนีความสอดคล้องมีระดับความสอดคล้องทุกข้อ มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป

3. ผลการพัฒนาแบบประเมินความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย พบว่าดัชนีความสอดคล้องมีระดับความสอดคล้องทุกข้อ มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป

ขั้นตอนที่ 3 ผลการทดลองใช้หลักสูตร ผลการวิจัยในขั้นตอนนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

1. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้เกี่ยวกับการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย พบว่า ผลสัมฤทธิ์เกี่ยวกับการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยของนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรีก่อนและหลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม โดยมีค่าเฉลี่ยก่อนใช้หลักสูตร 13.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4.07 และค่าเฉลี่ยหลังใช้หลักสูตร 18.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.55 ค่าพัฒนาโดยรวม 122 ค่าที16.698 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p=.01

2. ผลการประเมินความสามารถในการการคิดค้น พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความสามารถในการคิดค้นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 1.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .60 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ด้านการแสวงหาความรู้อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 2) ด้านการสร้างองค์ความรู้อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 1.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 3) ด้านการแลกเปลี่ยนความรู้และการทำงานร่วมกับผู้อื่นรู้อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 4) ด้านการบูรณาการความรู้อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 1.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 5) ด้านการสื่อสารกับบุคคลอื่นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63

3. ผลการประเมินความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย พบว่า ความสามารถในการกล่าว สุนทรพจน์ภาษาไทยสำหรับนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรีโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.88 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ด้านการเตรียมเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน1.01 2) ด้านการใช้ภาษาและลีลาอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 3) ด้านบุคลิกและการแสดงออกอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83

ขั้นตอนที่ 4 ผลการประเมินหลักสูตร

ผลการประเมินการใช้หลักสูตรอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.54 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 ซึ่งถือว่าหลักสูตรฝึกอบรมมีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านบริบทของหลักสูตรอยู่ในระดับมากทีสุด มีค่าเฉลี่ย 4.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53

2) ด้านปัจจัยเบื้องต้นของหลักสูตรอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52

3) ด้านกระบวนของหลักสูตรอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56

4) ด้านผลผลิตของหลักสูตรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56

ผลการปรับปรุงหลักสูตร ผู้วิจัยจะนำปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาปรับปรุงแก้ไขรายละเอียดต่าง ๆ ของหลักสูตรให้ได้หลักสูตรที่สมบูรณ์ตามข้อเสนอแนะต่างๆของนักศึกษาผู้เข้าอบรม

1) เพิ่มคำอธิบายภาษาจีนประกอบกับเนื้อหาสาระในการอบรมที่เป็นภาษาไทยเพื่อทำให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจมากขึ้น 2) ปรับกิจกรรมระหว่างการอบรมให้มีความกระชับมากขึ้น 3) เพิ่มเวลาของการอบรมโดยเฉพาะภาคปฏิบัติ 4) ให้เวลากับนักศึกษาเพื่อฝึกหัดการประเมินกล่าวสุนทรพจน์ของตัวเอง

การอภิปรายผล มีประเด็นดังนี้

1. ความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย

จากผลการประเมินความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย สำหรับนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการเตรียมเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก สามารถแนะนำตนเอง นำเข้าสู่เนื้อเรื่อง พูดได้ตรงกับเรื่องที่กำหนดให้ พูดเรียงลำดับความสำคัญของเรื่องที่เล่า และสอดคล้องสัมพันธ์กันตลอดเรื่อง สามารถสรุปของเรื่องที่เล่า ตรงตามเวลาที่กำหนด มีเหตุผลน่าเชื่อถือสอดคล้องกับเรื่องที่เล่าซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดอำพล สุวรรณธาดา (2550, น. 51) ได้ให้ข้อสังเกตกับลักษณะของการพูดสุนทรพจน์ไว้ว่า โดยทั่วไปแล้วควรมีการใส่ใจและให้ความสำคัญกับเนื้อหาและการใช้ภาษา ซึ่งมีหลักดังเช่น 1. เนื้อหา เนื้อหาของการกล่าวสุนทรพจน์ต้องแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนนำ ส่วนเนื้อหาและส่วนลงท้าย 2. ข้อมูลถูกต้อง ข้อมูลที่ใช้ในการกล่าวสุนทรพจน์จะต้องถูกต้อง ชัดเจน ไม่บิดเบือนจากความเป็นจริง จะต้องมีแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ไม่ควรพูดขึ้นมาลอยๆ โดยไม่ได้อ้างถึงที่มาที่ไป 3. การใช้ภาษาที่เหมาะสมกับเนื้อหา

จากผลการประเมินความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย สำหรับนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการด้านการใช้ภาษาและลีลาอยู่ในระดับดี สามารถพูดถ้อยคำสำนวนกระชับรัดกุมได้ใจความ ลีลาวาทศิลป์ชวนฟัง น้ำเสียงชัดเจน ไม่ตะกุกตะกัก เว้นจังหวะการพูดได้ถูกต้องหนักเบา สอดคล้องกับเรื่อง ระดับเสียง จังหวะและอัตราเร็วเหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของลักษณา สตะเวทิน (2536, น. 289-290) ได้กล่าวถึงลักษณะการพูดสุนทรพจน์ว่า จะเป็นการพูดที่ต้องอาศัยความสุภาพ อ่อนน้อม และ ความจริงใจเป็นหลักสำคัญ หลีกเลี่ยงการพูดโอ้อวดเกินความเป็นจริง เสียงที่ใช้ต้องน่าฟังและจริงจัง แต่ต้องระวังอย่าให้กระทบผู้หนึ่งผู้ใดเมื่อพูดไปแล้วจะก่อให้เกิดความเป็นมิตรหรือความสุขทางใจ เพื่อโน้มน้าวให้เกิดการปฏิบัติตาม

จากผลการประเมินความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย สำหรับนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการด้านด้านบุคลิกและการแสดงออกอยู่ในระดับดี สามารถปรากฏตัวด้วยความเชื่อมั่น ไม่แสดงอาการประหม่า กริยาท่าทางขณะพูดเหมาะสมสอดคล้องกับเรื่องที่พูด ขณะพูดมองผู้ฟังได้อย่างเป็นธรรมชาติหรือเนื้อหาซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมิต สัชฌุกร (2547, น. 142–143) ได้กล่าวถึงลักษณะการพูดสุนทรพจน์ว่า เป็นการพูดที่ใช้ในโอกาสพิเศษจะต้องให้เหมาะสมกับผู้ฟังและกาลเทศะ โดยเน้นเงื่อนไขทางเวลา สถานที่และเหตุการณ์โดยเฉพาะต้องคำนึงถึงอารมณ์ในแต่ละครั้งผู้พูดต้องไม่ทำให้อารมณ์ผู้ฟังผิดหวังหรือเสียอารมณ์ที่มีอยู่ในขณะนั้น ผู้พูดควรแสดงออกถึงความเชื่อมั่นและยืนอย่างมั่นคง มีการพูดที่กลมกลืนกับโอกาส แสดงออกอย่างสง่างามอย่างเป็นกันเอง ผู้พูดควรแสดงความจริงใจไม่ควรปล่อยให้อารมณ์เป็นนายมากเกินไป

2.การบูรณการทักษะการคิดในการฝึกอบรม

การบูรณาการทักษะการคิดในการฝึกอบรมพิจารณาจากแนวคิดในการพัฒนาทักษะการคิดซึ่งมีผลงานวิจัยพบว่า การพัฒนาทักษะการคิดนั้น สามารถนำมาใช้สอนและฝึกได้ โดยครูผู้สอนสามารถบูรณาการทักษะการคิดเข้าไปสอดแทรกทุกขั้นตอนของกระบวนการเรียนการสอนซึ่งสอดคล้องกับ Fraenkel (1980, pp. 171-208) ที่สรุปว่า ทักษะการคิดเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้ การคิดจะเกิดผลได้ขึ้นอยู่กับการให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการคิด และเนื้อหาสาระของวิชาต่างๆสามารถนำทักษะการคิดมาบูรณาการเพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เนื้อหาวิชาและพัฒนาความคิดของตนเองขึ้นได้

สำหรับการพัฒนาหลักสูตรเชิงบูรณาการเพื่อพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยของนักศึกษาจีนเอกภาษาไทย ระดับปริญญาตรี สาธารณรัฐประชาชนจีน ได้นำทักษะการคิดที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับการกล่าวสุนทรพจน์ทั้งหมด 14 ทักษะมาบูรณาการในการฝึกอบรม มีทั้งทักษะการคิดพื้นฐานและทักษะการคิดขั้นสูงหรือทักษะการคิดที่ซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Anderson et al.(1994, cited in Splitter, 1995, pp. 14-26) ที่กล่าวถึง วิธีการที่มีประสิทธิภาพในการสอนทักษะการคิดว่าการสอนการคิดที่ดีควรสอน ทักษะการคิดระดับสูงและระดับต่ำในเวลาเดียวกัน เนื่องจากทักษะต่างๆ มีความเท่าเทียมและมีความสัมพันธ์กันแต่มีความแตกต่างกันที่ระดับความซับซ้อน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำหลักสูตรฝึกอบรมไปใช้

การนำหลักสูตรฝึกอบรมไปใช้ สถานศึกษาควรดำเนินการต่อไปนี้

1) ศึกษาหลักสูตรฝึกอบรมอย่างละเอียด เพื่อปรับสาระและกิจกรรมให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2) ก่อนที่จะนำหลักสูตรไปใช้ ควรจัดเตรียมบุคลากรให้มีความพร้อมสำหรับการฝึกอบรมโดยเน้นกิจกรรมเป็นหลัก

3) จัดเตรียมทรัพยากรและสื่อประกอบฝึกอบรมให้มีเพียงพอกับผู้เข้าฝึกอบรม

4) สร้างบรรยากาศสภาพแวดล้อมการฝึกอบรมที่เอื้อต่อการพัฒนาความสามารถในการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาไทยให้เป็นหลักสูตรรายวิชา เพื่อให้มีเนื้อหาครบถ้วนและชั่วโมงสอนเพียงพอ

2) ควรศึกษาทักษะการคิดมากขึ้น และประเมินทักษะการคิดของผู้เข้ารับการอบรมได้พัฒนาระหว่างฝึกอบรม

บรรณานุกรม

จินดา ยัญทิพย์. (2547). *การพัฒนากระบวนการบูรณาการทักษะการคิดในการสอนอ่านภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจแก่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นตามทฤษฎีโครงสร้างความรู้และเมตาคอกนิชัน.* (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉันทนา ภาคบงกช. (2528). *สอนให้คิด : โมเดลการพัฒนาทักษะการคิดเพื่อคุณภาพชีวิตและสังคม.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

ชัยนันท์ นันทพันธ์. (2539). *เขียนคำกล่าวปราศรัยและสุนทรพจน์ให้ประทับใจ.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

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

ธนาธิป พรกุล. (2554). *การสอนกระบวนการคิด:ทฤษฎีและการนำไปใช้.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พงศกร สมมิตร. (2552). *การพัฒนาทักษะการพูดสุนทรพจน์ของนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษด้านการพูดโดยใช้กระบวนการค่ายอัจฉริยะนักพูด* (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ไพฑูรย์ สินลารัตน์. (2549). *หลักสูตรวิชาศึกษาทั่วไป: หลักการและวิธีดำเนินการ.* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.(2552). *ประมวลสาระชุดวิชาการประเมินหลักสูตรและการเรียนการสอน หน่วย 1-5.* (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช. (2552). *ประมวลสาระชุดวิชาการประเมินหลักสูตรและการเรียนการสอน หน่วย 6-10.* (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช. (2552). *ประมวลสาระชุดวิชาการประเมินหลักสูตรและการเรียนการสอน หน่วย 11-15.* (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

สมิต สัชฌุกร. (2547). *การพูดต่อชุมชน.* กรุงเทพฯ: สายธาร.

สมาคมนิสิตเก่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2549). *ถวายงานผ่านภาษา ตามรอยพระยุคลบาทช่วยชาติได้อย่างไร รวมบทสุนทรพจน์อุดมศึกษาเฉลิมพระเกียรติชิงถ้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวระหว่าง ปี 2543 – 2548.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2540). *ทฤษฎีการเรียนรู้เพื่อพัฒนากระบวนการคิด.* กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วน จำกัด ไอเดีย สแควร์.

ลักษณา สตะเวทิน.(2536). *หลักการพูด.* กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Anderson, C. A., Miller, R. S., Riger, A. L., & Dill, J. C., (1994). *Behavioral and characterological attributional styles as predictors of depression and loneliness: Review, refinement, and test.* Journal of Personality 6- Social Psychology, 66, 549-558.

Fraenkel, J. R. (1980). Helping students think and value: strategies for teaching" The Social Studies. Eaglewood Cliffs, New Jersey: PrenticeHall.

Orth, J. L. (1982). *University undergraduate evaluational reactions to the speech of foreign teaching assistants.* Unpublished doctoral dissertation, University of Texas. (DAI (1983), 43: 12, 3897-A).

การบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวม

MANAGEMENT OF TELEVISION IN THE DIGITAL CONVERGENCE ERA

ฐิตินัน บ. คอมมอน*
Thitinan B. Common*

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
* Assistant Professor, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University
* Email: thitinan.bop@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยชิ้นนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวม รวมทั้งสำรวจอุปสรรคความท้าทายและแนวทางจัดการกับปัญหาของผู้บริหารองค์กรสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลในประเทศไทย ใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เดี่ยวผู้บริหารองค์กรสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลจำนวน 10 ท่าน ผลการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีดิจิทัลมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงแบบแผนพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่วนแบ่งทางการตลาด และรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรสื่อ ผู้บริหารต้องใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการตามบริบทของวัฒนธรรมองค์กร รวมทั้งปรับเปลี่ยนการสื่อสารและการเป็นผู้นำของตนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี

คำสำคัญ: โทรทัศน์ การบริหารจัดการสื่อ สื่อดิจิทัล การหลอมรวมสื่อ

Abstract

This research article aims to study management practices of television in the digital convergence age. It also aims to explore challenges in managing media works and the ways managements tackle with them. This project is a qualitative research. It is conducted with an individual interview with 10 media executives. The study shows that digital technology has capacity in changing many aspects of television industry. It has altered consumer behaviors, market segmentations, and management styles. Media managements need to utilize digital technology to fit within organizational cultures. Their communication and leadership styles are also need to adapt with a changing industry which is driven by a new technology.

Keywords: Television, Media Management, Digital Media, Media Convergence

บทนำ

อุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์เป็นธุรกิจที่ถูกขับเคลื่อนโดยเทคโนโลยี การเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์ไปสู่ยุคดิจิทัลหลอมรวมส่งผลให้ผู้ผลิตและผู้บริหารองค์กรต้องมีการปรับตัวในด้านต่างๆตามไปด้วย ทั้งในเรื่องการผลิตรูปแบบเนื้อหาสื่อ ช่องทางการนำเสนอและจัดจำหน่าย รวมทั้งหลักในการบริหารจัดการบุคลากรและองค์กรสื่อโทรทัศน์

แม้ว่าการขยายตัวของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลในประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาจะไม่เติบโตอย่างรวดเร็วตามที่คาดการณ์กันไว้ ด้วยอุปสรรคจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังผู้ชม ความพร้อมของผู้ผลิตและผู้ชมในการรับเทคโนโลยี รวมทั้งการบริหารจัดการขององค์กรสื่อ แต่ไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า โทรทัศน์ระบบดิจิทัลจะนำมาซึ่งประโยชน์และคุนูปการอันใหญ่หลวงต่อประเทศ ทั้งในด้านเศรษฐกิจซึ่งจะก่อให้เกิดการไหลเวียนของเม็ดเงินมหาศาลจากการให้สัมปทานคลื่นความถี่และรายได้จากการโฆษณา นอกจากนี้ โทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีศักยภาพที่จะเป็นพลังอันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆในด้านสังคมและวัฒนธรรม

อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการองค์กรสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวมถือเป็นมิติในการบริหารจัดการที่ต้องใช้ทั้งความรู้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีและศิลปะในการสื่อสารและการบริหารจัดการแบบเฉพาะตัวที่แตกต่างจากการบริหารจัดการทั่วไปสื่อโทรทัศน์ถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็วจนบางครั้งวงการวิชาการด้านสื่ออาจตามไม่ทันความเปลี่ยนแปลงในด้านการทำงานของวงการวิชาชีพการบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวมต้องคำนึงถึงองค์ประกอบด้านเทคโนโลยีและด้านที่ไม่ใช่เทคโนโลยี เช่น บุคคล การสื่อสาร ศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ประกอบกับการบริหารจัดการองค์กรสื่อมีมิติที่หลากหลายทั้งในระดับมหภาค (Macro Level) อันได้แก่การบริหารองค์กรในภาพรวม ระดับจุลภาค (Micro Level) ในการบริหารงานบุคคล หรือแม้แต่ระดับเทคนิควิธีและนโยบาย (Meso Level) การบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวมจึงมีความละเอียดอ่อนและซับซ้อน จำเป็นต้องได้รับการศึกษาวิจัยเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทั้งประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานบริหารจัดการด้านวิชาชีพสื่อและใช้เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจในเชิงวิชาการแก่นักวิชาการ นักสื่อสารมวลชน รวมทั้งองค์กรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

บทความวิจัยเรื่อง "การบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวม" ชิ้นนี้ มีจุดมุ่งหมายในการถอดประสบการณ์ของผู้บริหารองค์กรสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวมของประเทศไทยเพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวปฏิบัติในการบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวม โดยเน้นการศึกษาในระดับจุลภาค (Micro Level) และระดับเทคนิควิธี (Meso Level) ซึ่งผลการศึกษาจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการทำงานและการบริหารจัดการองค์กรสื่อในยุคดิจิทัลหลอมรวมในประเทศไทย รวมทั้งยังเป็นการสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการสื่อเพื่อประโยชน์ในแวดวงการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ต่อไป โดยบทความวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวปฏิบัติในการบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวม
2. เพื่อศึกษาอุปสรรค ความท้าทาย และแนวทางจัดการปัญหาในการบริหารสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวม

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (Concept of Digital Television) และแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่และการหลอมรวมสื่อ (New Media and Convergence Theory) ซึ่งเป็นแนวทางในการเข้าใจวิวัฒนาการและคุณลักษณะของสื่อในยุคปัจจุบันที่หลอมรวมเอาเทคโนโลยีต่างๆ อาทิ โทรคมนาคมการแพร่ภาพกระจายเสียง และคอมพิวเตอร์มาหลอมรวมกัน ทำให้ผู้ผลิตและ

ผู้ใช้งานสามารถรับส่งเนื้อหาเดียวกันได้ในหลายช่องทางการหรือแพลตฟอร์ม (Platform) นอกจากนี้ยังใช้กรอบแนวคิดด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology and Innovation Management Theory) ที่เน้นศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์และวิธีการบริหารจัดการองค์กรสื่อ รวมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะความเป็นผู้นำ (Leadership Theory) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ลักษณะของผู้นำและวิธีการสื่อสารของผู้บริหารในองค์กรสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัลหลอมรวม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เดี่ยวรายบุคคล (Individual Interview) กับผู้บริหารขององค์กรสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลของประเทศไทย ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้บริหารองค์กรสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีตำแหน่งระดับผู้อำนวยการสถานีขึ้นไป และมีประสบการณ์บริหารงานสื่อมาไม่ต่ำกว่า 2 ปี จากการดำเนินการติดต่อขอเข้าพบเพื่อสัมภาษณ์ผู้บริหารทุกองค์กรที่ได้รับสัมปทานโทรทัศน์ดิจิทัลจาก กสทช. มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ท่าน ตอบรับให้เข้าสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแผนการวิจัย ดังมีผลวิจัยที่จะนำเสนอและอภิปรายในส่วนต่อไป

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

สื่อทุกชนิดมีขั้นตอนการพัฒนาและปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถเพิ่มศักยภาพการทำงาน สนองตอบต่อการใช้งานของผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และเพื่อให้สื่อดังกล่าวคงชีวิตอยู่ได้ในโลกของการสื่อสาร Caspi (อ้างถึงใน ฐิตินัน บ. คอมมอน, 2553) อธิบายไว้ว่า สื่อชนิดต่างๆเมื่อเกิดขึ้นมาแล้วจะมีพัฒนาการของการเปลี่ยนแปลงอยู่ 4 ขั้นตอน คือ 1.) ขั้นตอนของการก่อตั้ง (Inauguration) 2.) ขั้นตอนที่การใช้งานอย่างแพร่หลายและพัฒนาจนได้รับการยอมรับในฐานะที่เป็นสถาบันทางสังคม (Institutionalization) 3.) ขั้นตอนของการปกป้องตนเอง (Defensiveness) จากความท้าทายของสื่อใหม่ และ 4.) ขั้นตอนของการปรับตนเองเพื่อให้อยู่รอด (Adaptation) ซึ่งการปรับตนเองของสื่อมี 3 รูปแบบด้วยกัน คือ การปรับเปลี่ยนและประยุกต์ตนเองให้สามารถอยู่รอดต่อไปได้ (Adaptation) การหลอมรวมกับสื่ออื่นๆ (Convergence) และรูปแบบสุดท้ายคือการตายจากไปเพราะสื่อไม่สามารถปรับตนเองได้ (Obsolescence) อุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ได้รับการพัฒนาผ่านขั้นตอนของการยอมรับในฐานะสถาบันทางสังคม (Institutionalization) มาแล้ว และกำลังอยู่ในช่วงของการปกป้องตนเอง (Defensiveness) จากความท้าทายของสื่อใหม่ การปฏิวัติทางดิจิทัลของวงการสื่อโทรทัศน์ถือเป็นการปรับเปลี่ยน (Adaptation) ตนเองและในขณะเดียวกันก็เป็นการเปิดช่องทางของการหลอมรวมกัน (Convergence) กับสื่ออื่นที่เกิดขึ้นมาใหม่ เช่น สื่อดิจิทัล และสื่อสังคมออนไลน์ การปรับเปลี่ยนดังกล่าวย่อมมีทั้งโอกาสและความท้าทาย อันเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริหารต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแนวปฏิบัติในการทำงาน ซึ่งผลการศึกษาพบผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและแนวทางการบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัลหลอมรวมออกเป็น 5 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ผลกระทบของสื่อดิจิทัล ในฐานะ “เทคโนโลยีก่อกวน” (Disruptive Technology) ต่อสื่อโทรทัศน์

การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีถือเป็นแรงขับที่สำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อ และได้นำมาซึ่งความท้าทายอันใหญ่หลวงในทุกภาคส่วนของสื่อ Kung (2007) อธิบายว่า สื่อเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมส่วนน้อยที่ต้องประสบกับปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “เทคโนโลยีก่อกวน” (Disruptive Technologies) โดย Day and Schoemaker (2000) ได้ให้ความหมายของคำว่า “เทคโนโลยีก่อกวน” (Disruptive Technologies) นี้ไว้ว่า คือ นวัตกรรมที่มีพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ (Science-based Innovation) และมีศักยภาพในการสร้างสิ่งใหม่ๆ หรือเปลี่ยนแปลงสิ่งที่มีอยู่เดิม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเกี่ยวกับปรากฏการณ์นี้ คือ อินเตอร์เน็ต โทรทัศน์

แบบสื่อสารสองทาง หนังสืออิเล็คทรอนิกส์ เหล่านี้ถือเป็นตัวอย่างของเทคโนโลยีการสื่อสารที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วมีศักยภาพอย่างเห็นได้ชัดในการเปลี่ยนแปลงลักษณะเดิมของอุตสาหกรรมสื่อที่มีอยู่ การศึกษาครั้งนี้พบว่า เทคโนโลยีดิจิทัลนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์ของไทย โดยสามารถสรุปผลกระทบต่างๆได้ดังต่อไปนี้

1.1 ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ใช้

คณิต คุณาวุฒิ (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 พฤศจิกายน 2558) ผู้บริหารองค์กรในกลุ่มบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น ให้ความเห็นว่า ดิจิทัลเป็นเรื่องเทคนิคของการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการ ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ 1.) ให้ประโยชน์กับผู้ใช้และผู้ประกอบการสูง หากมีความเข้าใจและใช้ให้เกิดประโยชน์ได้สูงสุด 2.) เกิดการใช้งานหลายรูปแบบ (Multiple Use) เช่น ดูผ่านสมาร์ทโฟน ดูได้หลายจุด ในราคาที่ประหยัดและคมชัดกว่าเดิม และ 3.) ประโยชน์ของในแง่การจัดเก็บข้อมูล จากเดิมระบบอะแนล็อคที่ใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมาก ปัจจุบันสามารถบีบอัดข้อมูลเข้าไปเก็บได้ในกล่องใบเดียวหรือในเซิร์ฟเวอร์ ซึ่งช่วยประหยัดงบประมาณ

ขณะเดียวกันช่องทางการออกอากาศที่เพิ่มมากขึ้นก็เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตสามารถผลิตเนื้อหาที่แตกต่างไปยังกลุ่มผู้ชมที่หลากหลายได้มากขึ้น ดังที่ องอาจ สิงห์ลำพอง ผู้บริหารของกลุ่มบริษัทอาร์เอส ให้ทัศนะไว้ว่า "เป็นการเปิดพื้นที่ในเชิงธุรกิจและความคิดสร้างสรรค์ และโอกาสทางการโฆษณา รายการอะไรที่เคยทำไม่ได้ในอดีตก็ทำได้ เช่น ละครแบบช่อง 8 ซึ่งมีความเฉพาะเป็นละครผู้ใหญ่ เมื่อก่อนทำยากต้องใช้มุมกล้องบัง เซ็นเซอร์ตนเอง หรือทำไม่ได้ ตอนนี้ก็ทำได้ โอกาสยังมีพื้นที่อีกมากตามกลุ่ม (Segmentation) ของคนดูที่มีพื้นที่ให้ทำงานอีกมาก" (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2558)

1.2 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค

การเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในทุกกลุ่ม โดย ศิวะพร ชมสุวรรณ ผู้อำนวยการใหญ่ อสมท จำกัด (มหาชน) ให้ทัศนะว่า สื่อดิจิทัลไม่ใช่แค่เป็นโทรทัศน์ แต่หมายถึงเทคโนโลยีที่เข้ามาสร้างความเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนเร็วมาก "เมื่อ 12 เดือนที่แล้วเราพูดกันเรื่องเด็กวัยรุ่นไม่ดูโทรทัศน์แบบเฟิร์สกรีน (First Screen) แต่ดูจอที่สอง (Second Screen) เช่น ผ่านสมาร์โฟนหรือแทปเล็ต แต่มาวันนี้กลายเป็นว่า ผู้ใหญ่และผู้สูงอายุเองก็ดูผ่านจอที่สองด้วย เพราะลูกหลานในบ้านช่วยสอนให้ใช้เทคโนโลยี สามารถดูย้อนหลังได้ Prime Time กลายเป็น My Time เปลี่ยนแปลงเร็วมาก ส่งผลต่อการวางแผนการโฆษณา กระทบมากและเร็วกว่าที่คิด" (ศิวะพร ชมสุวรรณ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 1 มีนาคม 2559)

ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตรชัย ตะวันธรงค์ เจ้าหน้าที่บริหารสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ที่เห็นการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจากประสบการณ์บริหารงานด้านข่าวว่า "จำนวนนาทีของคนดูทีวีผ่านทีวีน้อยลง โดยหันไปดูผ่านสื่อใหม่ จึงต้องมีการเปลี่ยนช่องทาง (Platform) ในการออกอากาศในอนาคต" (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 28 มกราคม 2559)

1.3 ผลกระทบด้านธุรกิจและส่วนแบ่งทางการตลาด

ในช่วงแรก ผู้บริหารส่วนใหญ่มีความกังวลเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่าสื่อดิจิทัลสมัยใหม่จะเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจโทรทัศน์และก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า "การกินเนื้อพวกเดียวกันเอง" (Cannibalism) ซึ่งในที่นี้หมายถึงการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดและรายได้กันเองในองค์กร แต่เมื่อเวลาผ่านไปพบว่าผู้บริหารปรับตัวได้และสามารถนำสื่อดิจิทัลสมัยใหม่มาผสมผสานสร้างมูลค่าให้กับเนื้อหารายการผ่านช่องทางการเผยแพร่ในสื่อใหม่ เพิ่ม รายได้จากโฆษณาในการดูผ่านจอที่สอง (Second Screen) เช่น แท็ปเล็ต สมาร์ทโฟน ดังที่ บดินทร์ อุดล รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารสถานีโทรทัศน์ช่องวัน อธิบายไว้ว่า "เดิมมีความกังวลว่าจะกินรายรับกัน แต่เมื่อทำความเข้าใจเรื่องงบประมาณก็พบว่าแม้จะเป็นบริษัทเดียวกันแต่ก็เป็นคนละกลุ่มเป้าหมาย มีการวางแผน ตัวชี้วัด และการประเมินผลคาดการณ์ผลประกอบการที่แตกต่างกัน เราเป็นเจ้าของเนื้อหา เราเห็นการบริหารจัดการรายรับทั้ง 2 ทางได้" (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 8 เมษายน 2559)

โดยสรุปคือ การแข่งขันของธุรกิจโทรทัศน์ในยุคอะแนล็อคที่ผ่านมาเป็นการแข่งขันที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการเพียงไม่กี่ราย แต่ภายหลังการเปิดให้มีการประมูลสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ส่งผลให้ปัจจุบันจำนวนสถานีเพิ่มมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อดังกล่าวทำให้เกิดการแข่งขันช่วงชิงทรัพยากรเพื่อให้องค์กรธุรกิจของตนอยู่รอด ดังสามารถอธิบายได้จากแนวคิดทฤษฎีชีพพิสัย (Niche Theory) ซึ่งเป็นแนวคิดด้านกลยุทธ์การบริหารจัดการที่พัฒนามาจากมุมมองเชิงชีววิทยาที่มองว่า การตลาดและอุตสาหกรรมสื่อเปรียบเสมือนระบบนิเวศระบบหนึ่งของที่มีสิ่งมีชีวิตที่มีวิถีชีวิตของตนดำรงอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีทรัพยากรจำนวนจำกัดและต้องพยายามรักษาสายพันธ์ของตนเองให้มีชีวิตอยู่รอด (Dimmick, 2003) ซึ่งแต่ละสถานีหรือแต่ละองค์กรสื่อเปรียบเสมือนสมาชิกที่อยู่ในระบบนิเวศเดียวกัน ภายใต้ทรัพยากรมีจำนวนจำกัดซึ่งในที่นี้ ได้แก่ จำนวนผู้ชมและการเข้าถึงผู้ชม เนื้อหารายการที่มีความขาดแคลน การช่วงชิงเรทติ้งและรายได้ระหว่างสื่อโทรทัศน์ด้วยกันเอง รวมทั้งการถูกดึงส่วนแบ่งรายได้โฆษณาไปโดยสื่อใหม่อื่นๆ อาทิ สื่อออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย

เทคโนโลยีดิจิทัลถือเป็นเทคโนโลยีก่อกวนที่เข้ามาสร้างความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆแก่กิจการโทรทัศน์ ซึ่งถือเป็นความท้าทายที่ผู้บริหารองค์กรต้องปรับตัวและแนวทางการบริหารจัดการของตนและองค์กร ดังจะนำเสนอรายละเอียดในหัวข้อต่อไป

2. ความท้าทายและแนวทางการปรับตัวด้านการบริหารจัดการองค์กรและบุคลากร

ผลการศึกษาพบว่าอุปสรรคและความท้าทายหลักที่ผู้บริหารองค์กรสื่อต้องพบคือช่องว่างด้านความรู้และทักษะทางเทคโนโลยีที่แตกต่างกันระหว่างบุคลากรรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ โดยด้านแนวทางการปรับตัวพบว่า ผู้บริหารองค์กรได้ใช้ 2 แนวทางในการจัดการบริหาร ได้แก่ การเลือกสรรบุคลากรใหม่ๆที่มีความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาร่วมงานในองค์กร และใช้วิธีการจัดการอบรมด้านเทคโนโลยีใหม่ๆให้กับพนักงานเก่าที่มีอยู่เดิม ส่วนกรณีที่บุคลากรไม่สามารถปรับตัวได้ ผู้บริหารจะใช้วิธีการมอบหมายงานด้านอื่นๆที่เหมาะสมให้กับบุคลากรรุ่นเก่า ดังเช่นที่ ธนิดา กิจบำรุง ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ช่อง3แฟมิลี่ อธิบายว่า "ช่องว่างระหว่างคนรุ่นใหม่และเก่ามีอยู่แล้ว ใช้การบริหารคนโดยให้ทำในหน้าที่ที่เหมาะสมและถนัด และใช้การอบรมซึ่งจัดขึ้นบ่อยมาก จัดอบรมมานานแล้วตั้งแต่ก่อนประมูลด้วยซ้ำ ใช้พนักงานจากทั้งภายในที่เชี่ยวชาญและจากภายนอกมาเป็นวิทยากร" (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 มีนาคม 2559)

ผลการศึกษาพบว่า การปรับเปลี่ยนดังกล่าวนำมาซึ่งความเครียดกับพนักงานในองค์กรบ้างในระยะหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Achtenhagen and Raviola ในปี ค.ศ. 2009 ที่พบว่า การนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้นำมาสู่การลดความพึงพอใจในการทำงานของสมาชิกในองค์กรในช่วงระยะเวลาสั้นๆเพราะเป็นการเปลี่ยนแปลงการทำงาน เป็นการบังคับให้คนทำงานต้องเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ เพิ่มเวลาและภาระในการทำงาน แต่อย่างไรก็ตามพบว่าผลกระทบที่มีต่อความพึงพอใจในเชิงลบของเทคโนโลยีจะค่อยๆลดลงเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งตรงกับที่ อดิศักดิ์ ลิมปรุ่งพัฒนกิจ กรรมการผู้อำนวยการ บริษัทเนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้อธิบายไว้ว่า

"เราผ่านจุดนั้นมาเป็น 10 กว่าปีแล้ว จุดที่มีการต่อต้าน ไม่ยอมรับ นิ่งเฉย และค่อยยอมรับมันผ่านมาแล้ว ในปัจจุบันคนในองค์กรไม่มีปัญหาช่องว่างทางเทคโนโลยี แต่ละคนรู้จุดแข็งและข้อจำกัดของตนเอง และไม่ใช่ว่าคนรุ่นเก่าไม่รู้เทคโนโลยี เช่น คุณสุทธิชัย เป็นคนรุ่นเก่าที่มีของมีข้อมูลซึ่งเป็นจุดแข็งที่สามารถนำมาใช้งานบนเทคโนโลยีอันใหม่ได้ เราผ่านจุดที่เรียกว่า 'Do or Die' มาแล้ว ตอนนี้เราอยู่ที่จุด 'Do'" (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 11 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้ยังพบว่า องค์กรที่สามารถปรับตัวได้รวดเร็วคือองค์กรที่เป็นผู้ผลิตเนื้อหา (Content Provider) ซึ่งมีการปรับตัวก่อนล่วงหน้ามาระยะเวลาหนึ่งแล้ว โดยพบข้อสังเกตุที่สำคัญว่า ผู้นำองค์กรมีบทบาทสำคัญในการเป็นคนปิดช่องว่างด้านเทคโนโลยีขององค์กร โดยผู้บริหารต้องเป็นผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ดังที่ เนตรชนก วิภาตะศิลปิน กรรมการผู้จัดการสถานีโทรทัศน์ทรูฟอร์ยู ได้อธิบายในบริบทขององค์กรตนเองว่า

"ไม่มีปัญหาช่องว่างทางเทคโนโลยี เพราะการสร้างนวัตกรรมและนวัตกรเป็นแนวทางบริหารขององค์กรที่ชัดเจน เป็นหนึ่งในค่านิยมที่อยู่ในข้อความคิดสร้างสรรค์ ทรูเองต้องปรับจากเทเลคอมในอดีตมาเป็นดิจิทัล เป็นปรัชญาเชิงนโยบายที่ชัดเจน เปลี่ยนแบบค่อยเป็นค่อยไป เตรียมตัวมานานแล้ว ผู้นำองค์กรเป็นคนทันสมัย เป็นคนปิดช่องว่าง" (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 11 มีนาคม 2559)

ซึ่งสอดคล้องกับ องอาจ สิงห์ลำพอง ที่กล่าวว่า "ไม่มีปัญหาช่องว่างของเทคโนโลยีในองค์กรขนาดคนเก่าแก่ที่สุดอย่าง CEO ก็ยังทันสมัยมากๆ" (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2558) ส่วนองค์กรที่กำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านและการปรับตัวคือองค์กรสื่อที่เคยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์อะแนล็อคเดิมและเปลี่ยนผ่านมาเป็นระบบดิจิทัล ซึ่งพบว่าความท้าทายด้านช่องว่างทางเทคโนโลยีของบุคลากรในองค์กรถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร

"วิธีการปิดช่องว่างคือการทำการอบรม อย่างไรก็ตามก็ยังพบปัญหาการไม่ได้รับการสนับสนุนจากบุคคลากรที่ชินกับวิธีเดิมๆ ซึ่งเป็นเรื่องยาก อีกวิธีที่ใช้คือการรับพนักงานใหม่ๆต้องมีความรู้ด้านดิจิทัลและทันสมัย ไม่ว่าจะแผนกใด ตำแหน่งใด ต้องรู้เรื่องหรือทันดิจิทัล มี Digital Knowledge จะทำให้น้ำใหม่มาถ่ายเทน้ำเก่า ค่อยๆปรับวัฒนธรรมองค์กรไป" (ศิวะพร ชมสุวรรณ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 1 มีนาคม 2559)

ผู้บริหารคือหัวใจสำคัญในการนำพาองค์กรให้อยู่รอดด้วยการกำหนดกลยุทธ์และแนวปฏิบัติที่เหมาะสมกับทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่ ทั้งทรัพยากรด้านเทคโนโลยีและทรัพยากรด้านมนุษย์ ดังที่อธิบายได้ด้วยแนวคิดด้านทรัพยากรขององค์กร (Resource-based View: RBV) โดย Barney and Hesterly (อ้างใน Mierzejewska, 2011) ที่มองว่าแต่ละองค์กรมีทรัพยากร (Resource) ที่โดดเด่น เป็นกลุ่มของทรัพยากรที่จะพัฒนาการทำงานตามกลยุทธ์ขององค์กร ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรต้องพยายามค้นหาให้พบทรัพยากรและทักษะของบุคลากรที่โดดเด่นเหล่านี้ รวมทั้งต้องปกป้ององค์กรจากอุปสรรคปัญหาด้านข้อมูลความรู้ โดยผู้บริหารองค์กรโทรทัศน์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการการจัดการอบรมเพื่อเพิ่มเติมความรู้ด้านสื่อดิจิทัลและศักยภาพการทำงานของบุคลากรที่สอดคล้องกับธุรกิจสื่อโทรทัศน์ที่วิวัฒนาการไปตามการพัฒนาทางเทคโนโลยี

3. การบริหารจัดการด้านเนื้อหารายการโทรทัศน์ยุคดิจิทัลหลอมรวม

เทคโนโลยีดิจิทัลถือเป็นนวัตกรรมอันเป็นอาวุธทางกลยุทธ์ขององค์กร การพัฒนาสินค้าใหม่ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้หมายถึงเนื้อหารายการโทรทัศน์แบบใหม่ๆ ถือเป็นการสะท้อนให้เห็นศักยภาพขององค์กรที่ได้รับการพัฒนาและจะมีผลเชื่อมโยงไปยังผลประกอบการและด้านการเงิน Franke and Schreier (2002) ศึกษาพบว่า อินเตอร์เน็ตจะนำมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในอุตสาหกรรมต่างๆ ขณะที่ Saksena and Hollifield (2002) ได้ศึกษาพบโครงสร้างองค์กรภายในของหนังสือพิมพ์ในสหรัฐอเมริกาที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาการบรรณาธิกรข่าวออนไลน์ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่หรือวิธีการทำงานแบบใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการทำงานในห้องข่าวของไทยรัฐทีวี ซึ่งมีการนำระบบเทคโนโลยีทั้งที่เป็นระบบที่ซื้อมาและระบบที่พัฒนาขึ้นเองมาใช้ผสมผสานในการพัฒนาระบบห้องข่าว รวมทั้งมีการผลิตเนื้อหาเดียวกันในหลายรูปแบบที่เหมาะสมกับช่องทางการออกอากาศ ดังเช่นที่ อดิศักดิ์ ลิมปรุ่งพัฒนกิจ ได้อธิบายไว้ว่า "เราต้องทำเนื้อหาให้เหมาะกับแต่ละเพลทฟอร์ม (Platform) ในการออกอากาศ เช่น ในเฟสบุ๊คคนชอบให้มีภาพ ในเว็บไซต์ก็ทำทั้งแบบสั้นและแบบยาว แล้วแต่ผู้อ่านแต่ละคนชอบอ่านแบบใด เราทำงานหนักขึ้น หลายเวอร์ชั่นมากขึ้น" (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 11 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้ยังพบว่า คุณภาพการผลิตมีความสำคัญในการสร้างความแตกต่าง การบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันผู้ผลิตต้องมีการปรับปรุงคุณภาพเนื้อหาการผลิตให้มีความแตกต่างจากเนื้อหาที่ผลิตโดยภาคประชาชน

"ภาคพลเมืองเข้ามามีบทบาทอย่างมากและมีส่วนร่วมในวิชาชีพนี้เยอะมาก วันนี้สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ ภาคประชาชนก็สามารถทำในสิ่งที่เราทำได้ทั้งหมด เราต้องสร้างความแตกต่าง ไม่ใช่การแข่ง แต่ปัญหาคือเราจะยกระดับตนเองอย่างไรถึงจะดำรงคุณค่าในงานของเราไว้ได้ เราปฏิเสธไม่ได้และต้องใช้

ประโยชน์จากมัน ข่าวบันเทิง ดาราไม่ตั้งโต๊ะแถลงข่าวแล้วเพราะมีช่องทางของตนเองในการเสนอเนื้อหาซึ่งเป็นของเขา เผยแพร่โดยเขาเอง นักข่าวบันเทิงต้องนำมาต่อยอด" (ฉัตรชัย ตะวันธรงค์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 28 มกราคม 2559)

จากความเห็นข้างต้น สะท้อนว่าการนำเนื้อหาจากสื่อใหม่มาต่อยอดบูรณาการในเนื้อหารายการโทรทัศน์ถือเป็นแนวปฏิบัติหนึ่งที่ผู้บริหารองค์กรรับมาใช้ ขณะเดียวกันผู้บริหารก็ต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความถูกต้องด้านเนื้อหาไปพร้อมๆกับด้านความเร็วในการนำเสนอด้วย

"การเอาประเด็นในออนไลน์มาต่อยอดต้องผ่านการตรวจสอบข้อมูลให้รอบคอบ เอาผู้รู้มาตรวจสอบ มีการตรวจทาน เอาผู้รู้มาอธิบาย เร็วและผิดไม่เอาดีกว่า เอาช้าแต่ชัวร์ดีกว่า" (ธนิดา กิจบำรุง, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 มีนาคม 2559)

4. โครงสร้างวัฒนธรรมองค์กรและบทบาทของผู้นำในการบริหารงานโทรทัศน์ยุคดิจิทัลหลอมรวม

Handy (อ้างใน Block, 2001) เสนอโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรสื่อ 3 ประเภท ได้แก่

1. วัฒนธรรมแบบการรวมอำนาจที่ศูนย์กลาง (The Power) โดยมีการบริหารจัดการและควบคุมอำนาจการตัดสินใจด้วยผู้บริหารสูงสุดเพียงคนเดียว

2. วัฒนธรรมองค์กรแบบบทบาท (The Role) มีลักษณะองค์กรแบบเสาวิหารกรีก โดยเสาคือแผนก/ฝ่ายต่างๆที่สนับสนุนองค์กร ขณะที่หลังคาคือฝ่ายบริหารที่ควบคุมฝ่ายต่างๆในองค์กร

3. วัฒนธรรมองค์กรแบบภารกิจ/โครงการ (The Task) เป็นองค์กรแบบที่ขับเคลื่อนด้วยโครงการ (Project- driven) มีการแบ่งความรับผิดชอบในการทำงานแต่ละโครงการ โดยหน้าที่ผู้บริหารคือ การสนับสนุนด้านการเงิน และทรัพยากรในการทำงาน

ผลการศึกษาในบริบทของโครงสร้างวัฒนธรรมองค์กรสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลของไทยพบว่าทุกองค์กรใช้การผสมผสานโครงสร้างวัฒนธรรมทั้ง 3 รูปแบบเข้าด้วยกัน โดยรูปแบบหลักที่ทุกองค์กรใช้คือวัฒนธรรมแบบเสาวิหารกรีก ซึ่งเปรียบเสมือนกระดูกสันหลังขององค์กร แต่ในส่วนของการมอบหมายและติดตามงาน ผู้บริหารนิยมใช้วัฒนธรรมแบบภารกิจ โดยให้อิสระบุคลากรในการทำงานด้วยโทรทัศน์เป็นงานที่ต้องใช้ศิลปะและความคิดสร้างสรรค์

"องค์กรโทรทัศน์จริงๆเรายังหนีระบบแอดมินแบบเดิมๆไม่ได้ มันจำเป็น แต่ความสามารถของคนรุ่นใหม่มันประสานเป็นฐานที่ดีกว่าเสาที่เป็นแนวตั้งมากเกินไป เด็กจะเน็ตเวิร์คกันเอง เช่น คนเขียนบทเก่งอาจกำกับไม่เก่ง ให้คนมาช่วยกำกับ หรือการจัดไฟซึ่งอดีตเป็นอุปสรรคแต่ปัจจุบันง่ายมากขึ้นแต่ตาข่ายที่ดีต้องอยู่ภายใต้แอดมิน ถ้าบริษัทเล็กๆ แอดมินหาย แต่สถานีใหญ่ๆระบบนี้ต้องอยู่ ในการสั่งงานว่าจ้างกันและประสานกัน" (คณิต คุณาวุฒิ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 พฤศจิกายน 2558)

"ใช้ผสมผสานทั้ง 3 แบบ ด้วยการก่อตั้งของธุรกิจต้องมีการวางโครงสร้างแบบที่ 2 เสาวิหารกรีก แต่ด้วยความหลากหลายของบุคลากรที่เรามีอยู่ เราต้องใช้วิธีการบริหารจัดการที่ยืดหยุ่น โครงสร้างขององค์กรเป็นแบบที่ 2 แต่การมอบหมายงานใช้แบบที่ 3 ส่วนในเรื่องการรวมศูนย์กลางก็มีการรวมศูนย์ (Decentralize) ในเรื่องการตัดสินใจในหลายอย่าง ด้วยบริษัทอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้นการรวมอำนาจเรื่องการตัดสินใจหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผมว่าเป็นเรื่องปกติขององค์กรเป็นธรรมชาติของธุรกิจ" (บดินทร์ อุดล, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 8 เมษายน 2559)

จากข้อคิดเห็นเบื้องต้นสะท้อนให้เห็นว่า รูปแบบการรวมอำนาจที่ศูนย์กลางเป็นรูปแบบที่ยังจำเป็นต้องใช้ในกรณีของการตัดสินใจในประเด็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่องค์กรต้องรับมือกับบริบทของอุปสรรคจากปัจจัยภายนอก อาทิ เศรษฐกิจ การเมือง และนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐและผู้กำกับดูแลสื่อ

ดังเช่นที่ อดิศักดิ์ ลิมปรุ่งพัฒนกิจ (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 11 มีนาคม 2559) ให้ทัศนะไว้ว่า งานโทรทัศน์ไม่มีสูตรสำเร็จ เปิดตำราทำงานไม่ได้ ธรรมชาติขององค์กรสื่อต่างจากงานอื่นๆ สินค้าและบริการของสื่อคือเนื้อหารายการ ดังนั้นต้องมีการผสมผสาน ในสภาวะปัจจุบันที่มีการแข่งขันบนพื้นฐานเศรษฐกิจที่ตกต่ำก็อาจต้องมีการรวมศูนย์บ้าง

ซึ่งความคิดเห็นดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ เขมทัตต์ พลเดช กรรมการผู้อำนวยการใหญ่สถานีโทรทัศน์พีพีทีวี ที่กล่าวว่า "แบบรวมศูนย์กลางเหมือนจะดูโบราณแต่เป็นแบบที่ช่อง 3 และ 7 ทำมาสำเร็จตอนนี้ต้องผสมผสานบ้านเราและในเอเชียต้องเป็นแบบที่ 1 มีอาวุธอำนาจอยู่ในมือ แต่ผู้มีอำนาจต้องมีความรู้ความเข้าใจด้วย ถ้าแบบที่ 2 มีโครงสร้างชัดเจน ผสมผสานกับผู้นำแบบที่ 1 ที่รอบรู้จะนำไปสู่ความสำเร็จ" (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 4 มีนาคม 2559)

ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างวัฒนธรรมองค์กรมีผลต่อรูปแบบการสื่อสารและรูปแบบการเป็นผู้นำของผู้บริหาร ซึ่งจากแนวคิดบทบาทของผู้นำในการบริหารงานองค์กร ของ Likert (อ้างถึงใน Dainton and Zelley, 2011) พบลักษณะความเป็นผู้นำ 4 รูปแบบ ได้แก่

1. รูปแบบการใช้อำนาจ (Exploitative Authoritative System / Tells Style) ใช้ความกลัวเป็นจุดเว้าวอนดึงดูดใจ สื่อสารจากระดับ "บน สู่ ล่าง" ตัดสินใจจากระดับบน ถ่ายทอดสู่ พนักงาน

2. รูปแบบการใช้อำนาจและความเมตตา (Benevolent Authoritative System / Sells Style) ไม่ควบคุมเคร่งครัด แต่ยังเป็นการสื่อสารแบบ "บน สู่ ล่าง" การตัดสินใจมาจากระดับบน ใช้รางวัลและการลงโทษประกอบกัน ผู้นำใช้การขายความคิดมากกว่าการสั่งการ ผู้ตามสามารถเสนอความคิดได้ตามแบบแผนช่องทางที่องค์กรกำหนด

3. รูปแบบปรึกษาหารือ (Consultative System / Consult Style) ใช้รางวัลเป็นแรงจูงใจในการทำงาน แต่ยังมีการลงโทษบ้าง ผู้นำขอความเห็นและคำแนะนำจากผู้ตามเพื่อประกอบการตัดสินใจ มีทั้งการตัดสินใจแบบ "บน สู่ ล่าง" และ "ล่าง สู่ บน"

4. รูปแบบปฏิสัมพันธ์ (A Participative System / Joins Style) ใช้การสื่อสารและปฏิสัมพันธ์มาก สื่อสารได้อย่างเท่าเทียมในทุกตำแหน่ง แต่ระดับชนชั้นยังมีอยู่ภายใต้การให้เกียรติและเคารพกัน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารเห็นว่าจำเป็นต้องใช้ทุกรูปแบบของการเป็นผู้นำในการบริหารจัดการ ซึ่งการจะเลือกใช้วิธีใดขึ้นอยู่กับปัจจัยด้าน บุคคล และ บริบทของเนื้องาน

อดิศักดิ์ ลิมปรุ่งพัฒนกิจ ให้ความคิดเห็นว่าการบริหารงานในองค์กรของตนต้องใช้รูปแบบความเป็นผู้นำทุกแบบแล้วแต่กรณี "ถ้ากรณีฝ่ายขายต้องเป็นแรงจูงใจ ค่า Commission ก็ใช้ Sale Style แบบที่ 2 ถ้าเป็นนักข่าวต้องยกย่องชมเชย เขามีความภูมิใจในวิชาชีพ ก็ใช้ แบบ 3 และ 4 แต่องค์กรใหญ่มีคนหลากหลาย บางกรณีก็ใช้แบบที่ 1" (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 11 มีนาคม 2559)

เช่นเดียวกันกับ บดินทร์ อุดล ที่เห็นว่า รูปแบบความเป็นผู้นำทั้ง 4 แบบมีการนำมาใช้กับองค์กรของตน ขึ้นอยู่กับว่าเป็นงานอะไร ไม่มีรูปแบบใดที่ใช้ตายตัว "เหตุผลคือ ธุรกิจของเราเป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย ต้องใช้คนที่มีความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย มีประสบการณ์พื้นฐานที่ต่างกัน ผู้บริหารต้องรู้ว่าจะใช้วิธีบริหารแบบไหนดีที่สุด ส่วนตัวใช้ทุกข้อ ยากที่จะบอกว่าใช้แบบใดแบบหนึ่ง" (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 8 เมษายน 2559)

อย่างไรก็ตามผู้บริหารส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า รูปแบบที่ตนเห็นว่าเหมาะสมและมักใช้มากที่สุดคือรูปแบบที่ 3 และ 4 ด้วยธรรมชาติขององานโทรทัศน์ซึ่งมีความเป็นศิลปะและต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้น การปรึกษาหารือและการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างทีมงานจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารจัดการองค์กรสื่อโทรทัศน์ ซึ่งตรงกับที่ ปรียาดา วุฒิภักดี รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารสถานีโทรทัศน์ไบรท์ทีวี อธิบายไว้ว่า "ใช้แบบที่ 3 พูดคุยกันได้ ฟังกัน มีการปรับเปลี่ยน ไม่ใช้การลงโทษ มีความเห็นอกเห็นใจกัน เพราะองค์กรไม่ใหญ่และเพิ่งเกิด อยู่แบบให้เกียรติกัน นายใหญ่ขององค์กรสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการรับฟัง ท่านใจดี เห็นอกเห็นใจลูกน้อง อยู่กันด้วยใจ" (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 มีนาคม 2559)

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริหารนำเทคโนโลยการสื่อสารสมัยใหม่มาใช้เพื่อช่วยให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่นในองค์กรของกลุ่มบริษัททรูมีการสั่งงานและรายงานความคืบหน้าของงานผ่านระบบ ซึ่งผู้บริหารสามารถเข้าไปติดตามดูความคืบหน้าและความถูกต้องของงานได้ตลอดเวลา

"ผมใช้แบบที่ 4 ต้องมีการสื่อสาร เทคโนโลยีช่วยได้ เช่น การบรีฟงานกับฝ่ายการตลาด สามารถเรียกข้อมูลมาดูได้ทางระบบคอมพิวเตอร์ เกือบเป็น Remote Office" (คณิต คุณาวุฒิ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 14 พฤศจิกายน 2558)

เช่นเดียวกันกับ ธนิดา กิจบำรุง ที่ได้ให้ข้อมูลว่า ตนเองและผู้บริหารระดับสูงในองค์กรของตนใช้แอพพลิเคชั่นไลน์ซึ่งเป็นสื่อใหม่ในการบริหารจัดการและการมอบหมายงาน ซึ่งทำให้การสื่อสารเป็นไปในทุกระดับ "การสื่อสารที่นี่รวดเร็วใช้สื่อใหม่มาเป็นเครื่องมือ ทั้งระดับบนลงล่างและล่างขึ้นบน ใช้ Line ทำให้ผู้บริหารสามารถเห็นความคิดของคนข้างล่างได้" (ธนิดา กิจบำรุง, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 มีนาคม 2559)

ผลการศึกษาข้างต้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Killebrew (2003) รวมทั้ง Perez-Latre and Sanchez-Tabernero (2003) ที่พบว่า การเปลี่ยนแปลงมีอำนาจในการก่อให้เกิดความก่อกวน (Change is disruptive) ซึ่งรูปแบบความเป็นผู้นำมีบทบาทที่สำคัญต่อการบริหารความเปลี่ยนแปลงขององค์กร ผู้บริหารจึงต้องมีคุณสมบัติที่พึงประสงค์ในการบริหารการเปลี่ยนแปลงขององค์กรสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวมดังจะอธิบายในหัวข้อต่อไป

5. คุณสมบัติที่พึงประสงค์และการบริหารเพื่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัลหลอมรวม

ผลการศึกษาพบข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณสมบัติต่างๆของผู้บริหารสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลหลอมรวม โดยสาระสำคัญคือ ผู้บริหารต้องมีความเข้าใจในภูมิทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงของสื่อ เข้าใจตลาดทันการเปลี่ยนแปลงทางรสนิยมและพฤติกรรมของผู้บริโภคมีความรู้ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ด้านกฎหมายและสังคม มีทักษะพื้นฐานของการผลิตรายการโทรทัศน์ เข้าใจศิลปะในการสื่อสารของมนุษย์ มีคุณธรรมจริยธรรมและให้สิ่งที่ดีคืนแก่สังคม

องค์กรที่มีผู้นำที่ปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเท่านั้นจึงจะอยู่รอดได้ การสื่อสารถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารงานองค์กร โดยเฉพาะในยุคของการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไปสู่ยุคดิจิทัลหลอมรวมนั้น ผู้นำมีบทบาทอย่างมากในการบริหารเพื่อความเปลี่ยนแปลง โดยผู้บริหารต้องเปลี่ยนบทบาทจากผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership) ระหว่างฝ่ายผู้นำและผู้ตาม (Bilateral Exchange) ซึ่งเป็นรูปแบบการแลกเปลี่ยนระหว่างผลผลิตของงานกับรางวัลที่เป็นความพึงพอใจของผู้ตาม มาสู่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformation Leadership Approach) ซึ่งเป็นภาวะผู้นำที่เน้นการสื่อสารเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงในองค์กรและสร้างแรงบันดาลใจเพื่อเป็นแรงขับในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กร (Organizational Change) สื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวม

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

Dougherty (2006) ได้ให้นิยามของคำว่า "นวัตกรรม" ไว้ว่า เป็นหน่วยย่อยของ "เทคโนโลยี" ซึ่งเทคโนโลยีถือเป็นหน่วยย่อยของการเปลี่ยนแปลงองค์กร จากแนวคิดที่ว่า เทคโนโลยีดิจิทัลเป็น "เทคโนโลยีก่อกวน" (Disruptive Technologies) ที่ได้กล่าวไว้ในการเสนอผลวิจัยข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า เทคโนโลยีดิจิทัลมีพลังและศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆแก่อุตสาหกรรมโทรทัศน์ คือ การเปลี่ยนแปลงแบบแผนพฤติกรรมของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งทางการตลาด และการเปลี่ยนแปลงด้านการบริหารจัดการองค์กรสื่อโทรทัศน์ ผู้บริหารองค์กรจึงใช้เทคโนโลยีในการประยุกต์เพื่อบริหารนวัตกรรมต่างๆ ด้วยวิธีการที่แตกต่างกันตามบริบทของวัฒนธรรมองค์กร นอกจากนี้ผู้บริหารเองยังต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการบริหารจัดการ รูปแบบการสื่อสารและการเป็นผู้นำของตนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงของอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัลหลอมรวม

จากผลการศึกษาที่ผ่านมานำมาสู่ข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งจะช่วยให้ผู้บริหารและบุคลากรมีแนวทางในการทำงานที่ชัดเจน รับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่ขับเคลื่อนโดยเทคโนโลยีได้

2. การปิดช่องว่างทางเทคโนโลยีระหว่างคนรุ่นเก่าและใหม่เป็นเรื่องเร่งด่วนในการจัดการบริหารองค์กรสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัลหลอมรวม โดยการจัดอบรมความรู้และทักษะเชิงเทคโนโลยีให้กับบุคลากร

3. การสร้างโครงสร้างวัฒนธรรมองค์กรและรูปแบบการเป็นผู้นำที่ยืดหยุ่นหลากหลายคือหัวใจสำคัญในการบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัลหลอมรวม

4. ผู้บริหารองค์กรควรมีการวางแผนและกลยุทธ์การเปลี่ยนผ่านไปสู่ความเป็นดิจิทัล เช่น การทำ Road Map แผนพัฒนาองค์กรและบุคลากร โดยใช้การวิจัยเป็นเครื่องมือในการวางแผน พัฒนา และประเมินผลอย่างเป็นระบบ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการแยกศึกษาการบริหารจัดการขององค์กรสื่อโทรทัศน์ในกลุ่มบันเทิงและกลุ่มข่าว หรืออาจศึกษาเปรียบเทียบกันระหว่างสองกลุ่ม

2. การศึกษาการบริหารจัดการและการยอมรับนวัตกรรมของกลุ่มบุคลากรภาคปฏิบัติการในองค์กร รวมทั้งวิเคราะห์คุณลักษณะและทักษะนักวิชาชีพสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวม

3. การศึกษาที่เน้นด้านทักษะการสื่อสารและภาวะความเป็นผู้นำของผู้บริหารองค์กรสื่อโทรทัศน์ในเชิงลึก

4. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการบริหารงานกับผลกำไรทางธุรกิจ เพื่อหารูปแบบการบริหารที่มีประสิทธิภาพสำหรับการบริหารองค์สื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัลหลอมรวม

บรรณานุกรม

ฐิตินัน บ. คอมมอน. (2553) *การบริหารสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล: บทเรียนจากนานาประเทศสู่ไทย* ในการบริหารจัดการ: แนวคิดและทางเลือกร่วมสมัย, กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 155-170

Achtenhagen, L. & Raviola, E. (2009). Balancing tensions during convergence: Duality management in a newspaper company. *International Journal on Media Management, 11*(1), 32-41

Block, P. (2001). Managing in the media. Oxford: Focal Press.

Dainton, M. & Zelley, E. (2011). Applying Communication theory for professional life. London: Sage.

Day, G.S., & Schoemaker, P.J.H. (2000). Wharton on managing emerging technologies. New York, NY: Wiley.

Dimminick, J.W. (2003). Media competition and coexistence: The theory of the niche. Mawah, NJ: Erlbaum.

Dougherty, D. (2006). Organising for innovation for 21th century. In S.R. Clegg, C. Hardy, T.B.Lawrence, and Franke, N., and Schreier, M. (2002). Entrepreneurial opportunities with toolkits for user innovation and design. *International Journal of Media Management, 4*(4), 225-234.

Franke, N. & Schreire, M. (2002). Entrepreneurial opportunities with toolkits for user innovation and design. *International Journal on Media Management, 4*(4), 225-234.

Killebrew, K.C. (2003). Culture, creativity and convergence: Managing journalist in a changing information workplace. *International Journal on Media Management, 5*(1), 39-46.

Kung, L. (2007). Does media management matter? Establishing the scope, rationale, and future research agenda for the discipline. *Journal of Media Business Studies, 4*(1), 21-39.

Mierzejewska, D. (2011). Media management in theory and practice. In M. Deuze. Managing media work. London: Sage.

Perez-Latre, F. J. & Sanchez-Tabernero, A. (2003). Leadership, an essential requirement for effecting change in media companies: An analysis of the Spanish market. *International Journal of Media Management, 5*(3), 198-208.

Nord, W.R. (Eds.), The Sage handbook of organization studies. London: Sage.

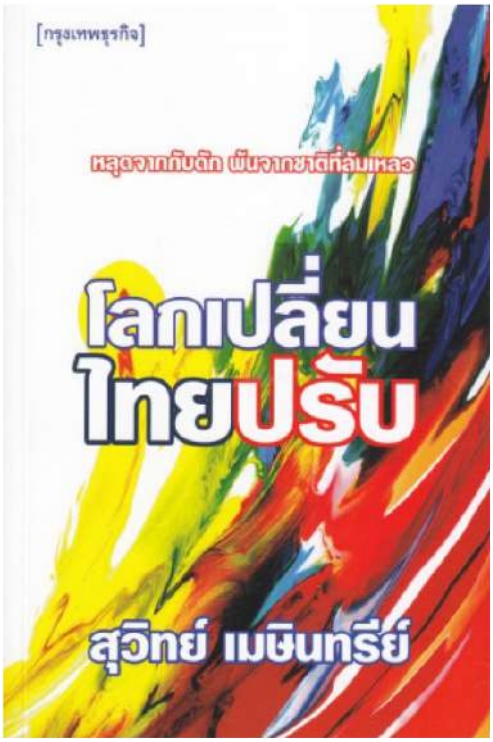
Saksena, S. & Hollifield, C.A. (2002). US newspapers and the development of online editions. *International Journal of Media Management, 4*(2), 75-84.

ชื่อหนังสือ : "โลกเปลี่ยน ไทยปรับ"

ชื่อผู้เขียน : สุวิทย์ เมษินทรีย์

*ชื่อผู้แนะนำหนังสือ : พัชราภา ตันติชูเวช**

*Patcharapa Tantichuwet**



หนังสือเรื่อง "โลกเปลี่ยน ไทยปรับ" กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในภาพรวมตั้งแต่อดีต ปัจจุบัน จนถึงแนวโน้มความน่าจะเป็นของสังคมไทยในอนาคตบนเวทีโลกทั้งในบริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม โดยผู้เขียนคือ ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ เขียนโดยใช้มุมมองแบบ Bird eye view ที่จะทำให้ผู้อ่านได้เห็นภาพของตนเองในฐานะที่เป็น "คนไทย" ที่เป็นส่วนหนึ่งใน "สังคมไทย" และ "ประเทศไทย" อย่างชัดเจน

* อาจารย์ประจำวิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
* Instructor at College of Education Sciences, Dhurakij Pundit University
* E-mail: patcharapa.tat@dpu.ac.th

ถึงแม้เนื้อหาหลายๆ บทจะเป็นสำนวนการเขียนอย่างตรงไปตรงมา แต่เชื่อได้ว่าผู้อ่านทุกท่านจะไม่สามารถปฏิเสธสิ่งที่ได้กล่าวในหนังสือได้เลยเพราะเป็นข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ที่เราพบเห็นกันในสังคมไทยปัจจุบัน เช่น รากฐานวัฒนธรรมไทยบางด้านที่เป็นส่วนดีของสังคมไทยที่ต้องเก็บรักษาไว้และปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยกับสังคมโลกที่เปลี่ยนไป ขณะเดียวกันวัฒนธรรมบางประการที่สืบทอดมาจากอดีตก็เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้คนไทยไม่สามารถก้าวพ้นกับดักไปได้ หรือแม้กระทั่งความขัดแย้งทางการเมืองแบบสุดขั้วของคนไทย

หนังสือเล่มนี้นอกจากผู้เขียนจะอธิบายถึงที่มาและปมปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมไทยแล้วยังได้เสนอทางออกของปัญหา ยิ่งไปกว่านั้นยังมีเป้าหมายไม่เพียงแค่เห็นสังคมไทยที่ดีขึ้น แต่ยังมีเป้าหมายเพื่อแข่งขันกับประเทศอื่นในสังคมโลกด้วย

หนังสือแบ่งเป็น 3 ตอน รวมทั้งหมด 13 บท โดยตอนที่ 1 จะกล่าวถึงประเทศไทยในระยะเปลี่ยนผ่านตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน ตอนที่ 2 จะกล่าวถึงการวาดฝันประเทศไทยสู่โลกที่หนึ่ง และตอนสุดท้ายจะกล่าวถึงวิธีการขับเคลื่อนประเทศไทยเข้าสู่โลกที่หนึ่ง รวมถึงบทส่งท้ายที่กล่าวถึงคนรุ่นใหม่กับหน้าที่ในการขับเคลื่อนประเทศไทย

แนวทางการจัดเตรียมต้นฉบับบทความ (Manuscript) สำหรับขอตีพิมพ์ในวารสารสุทธิปริทัศน์

<u>วัตถุประสงค์การจัดพิมพ์</u>

วารสารสุทธิปริทัศน์เป็นวารสารวิชาการของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ซึ่งตีพิมพ์บทความวิชาการและบทความวิจัยสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จากบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

วารสารสุทธิปริทัศน์มีนโยบายการจัดพิมพ์ราย 3 เดือน ปีละ 4 ฉบับ ประจำเดือน ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม ฉบับที่ 2 เมษายน- มิถุนายน ฉบับที่ 3 กรกฎาคม- กันยายน และ ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม ของทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านวิชาการในศาสตร์สาขาต่างๆ
2. เพื่อให้บริการทางวิชาการแก่สังคมในรูปแบบของวารสารวิชาการ
3. เพื่อส่งเสริมการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอผลการค้นคว้าและวิจัย
4. เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์และนักวิชาการได้เผยแพร่ผลงาน
5. เพื่อเผยแพร่เกียรติคุณทางด้านวิชาการของมหาวิทยาลัยในฐานะสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่ง

<u>นโยบายการจัดพิมพ์</u>

- วารสารสุทธิปริทัศน์มุ่งเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่บทความวิชาการและบทความวิจัยที่มีคุณภาพในสาขาวิชาต่างๆ อาทิเช่น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บริหารธุรกิจ การท่องเที่ยวและโรงแรม กฎหมาย ภาษาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ การจัดการศึกษา และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น
- บทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ส่งมาขอตีพิมพ์จะต้องไม่อยู่ในระหว่างการขอตีพิมพ์หรือเคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนในวารสารอื่นๆ
- บทความวิชาการ มุ่งเน้นบทความที่เสนอแนวความคิดหรือทฤษฎีใหม่หรือบทความที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจหรือกระตุ้นการวิจัยต่อเนื่องในหัวข้อวิชาการที่สำคัญต่างๆ
- บทความวิจัย มุ่งเน้นงานวิจัยที่ช่วยทดสอบทฤษฎีหรือผลงานวิจัยที่ช่วยขยายความในแง่มุมสำคัญต่างๆ ของทฤษฎีเหล่านั้นเพื่อทำให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจ หรือสามารถนำไปทำวิจัยต่อเนื่องได้
- วารสารยินดีตีพิมพ์งานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยหรือวิธีทดลองทดสอบในหลากหลายรูปแบบที่ช่วยสร้างองค์ความรู้ที่สำคัญหรือที่มีผลกระทบต่อสังคมวิชาการในวงกว้าง

<u>กระบวนการคัดเลือกบทความ ค่าธรรมเนียม การเตรียมต้นฉบับ และสิทธิของผู้เขียน</u>

วารสารสุทธิปริทัศน์จัดให้มีกระบวนการในการคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพตามวิธี Double–Blinded Peer Review Process ซึ่งมีกระบวนการดังต่อไปนี้

- บทความที่ส่งเข้ามาจะผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการ และถูกส่งไปยังผู้ชำนาญการ (ผู้ทรงคุณวุฒิ) ในสาขาวิชานั้นๆ เพื่อเป็นผู้อ่านประเมินบทความ (Peer Review) อย่างน้อย 2 คน
- ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านประเมินบทความ จะเป็นผู้ให้ความเห็นและข้อแนะนำว่าบทความนั้นๆ จะได้รับการยอมรับโดยไม่มีเงื่อนไข หรือ ยอมรับโดยมีเงื่อนไขให้แก้ไข ซึ่งผู้เขียนจะต้องส่งบทความอีกครั้งและต้องทำการแก้ไขให้เสร็จภายใน10-15 วัน หลังจากได้รับผลการประเมิน
- ในกรณีบทความได้รับการแก้ไขแล้ว ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความจะต้องพิจารณาอีกครั้งหนึ่งว่า บทความที่แก้ไขแล้วดังกล่าวเป็นที่ยอมรับเพื่อการตีพิมพ์ได้
- บทความสามารถจัดทำเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น **และผ่านการตรวจข้อผิดพลาดในข้อความและการพิมพ์**
- ในกรณีที่เป็นภาษาอังกฤษ **บทความดังกล่าวต้องผ่านการตรวจการใช้ไวยากรณ์อย่างถูกต้องมาแล้ว**
- กรณีบทความเคยนำเสนอในการประชุมวิชาการ หรือพิมพ์เผยแพร่ในภาษาอื่น ๆ ต้องมีการแจ้งไว้อย่างชัดเจน

นอกจากนี้กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ที่จะ**ปฏิเสธการตีพิมพ์หากค้นพบว่าบทความได้รับการตีพิมพ์ในวารสารอื่นมาก่อนแล้ว หรือเป็นการคัดลอกมาจากแหล่งอื่น** โดยกองบรรณาธิการจะตรวจสอบการคัดลอกด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

- บทความทุกชิ้นจะต้องผ่านกระบวนการพิจารณา และทางกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ที่จะปฏิเสธไม่รับบทความหรือผลงาน ไม่ว่าจะเป็นบทความรับเชิญหรือในกรณีอื่น
- ทุกบทความที่ได้ผ่านการคัดเลือกเพื่อพิมพ์เผยแพร่จะถือเป็นกรรมสิทธิ์ของวารสารสุทธิปริทัศน์
- กองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้เขียนทราบภายในระยะเวลา 3 สัปดาห์ หากได้รับผลประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ
- กองบรรณาธิการไม่รับผิดชอบข้อผิดพลาดในบทความ ที่เกิดจากความผิดพลาดของผู้เขียน
- ในการจัดทำบทความผู้เขียนจะต้องจัดทำบทความในรูปแบบที่ทางวารสารสุทธิปริทัศน์กำหนดไว้ โดยสามารถดาวน์โหลดรูปแบบและส่งบทความผ่านระบบ Online Submission ได้ทางเว็บไซต์ของวารสาร http://www.dpu.ac.th/dpurc/journal กรณีระบบ Online Submission มีปัญหา ส่งบทความต้นฉบับจำนวน 1 ชุด และบันทึกลงแผ่น CD 1 ชุด ส่งมาที่ **กองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (ศูนย์บริการวิจัย) 110/1-4 ถ.ประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210 โทรศัพท์ 02-9547300 ต่อ 445 หรือ128,528,892 Email: dpujournal@dpu.ac.th**
- ถ้าบรรณาธิการรับบทความไว้พิจารณา ทางกองการจัดการวารสารจะแจ้งผลไปที่อีเมล์ ของผู้เขียนเพื่อ ชำระเงินเป็น**ค่าจัดการลงบทความในอัตรา 3,000 บาท ต่อ 1 บทความ**
- เมื่อบทความได้รับการตีพิมพ์ ผู้เขียนสามารถ Download วารสารฉบับที่บทความนั้นตีพิมพ์ได้จากเว็บไซต์ของวารสาร http://www.dpu.ac.th/dpurc/journal

รูปแบบการพิมพ์บทความ

บทความต้นฉบับจะต้องจัดทำส่งมาในรูปแบบดังต่อไปนี้

- **ขนาดกระดาษ** จัดพิมพ์ลงโปรแกรม Microsoft Word กระดาษขนาด A4
- **ขอบกระดาษ** เว้นระยะขอบ 1 นิ้ว ทุกด้าน
- **การตั้งค่าระยะบรรทัดให้ใช้ค่าตามปกติ คือ** 1 เท่า หรือ 1 Single
- **จำนวนหน้า ไม่เกิน 12 หน้า เท่านั้น** ขนาดกระดาษ A4 (รวม ชื่อเรื่อง รูปและตารางที่เกี่ยวข้อง บรรณานุกรม และภาคผนวก) **หากเกินกว่านั้น ผู้เขียนต้องชำระค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม สำหรับหน้าที่เกิน** **หน้าละ 300 บาท**
- **ใส่เลขหน้า** กำหนดมุมบนขวา ขนาด 14 point ทุกหน้า
- **ตัวอักษร** Browallia New ตามที่กำหนดดังนี้

ชื่อเรื่อง (Title)

- ภาษาไทย-อังกฤษ ขนาด 18 point กำหนดชิดซ้าย ตัวหนา
- ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ทุกตัว
- ควรให้มีความกระชับให้มากที่สุด

ชื่อ-ที่อยู่และประวัติผู้เขียน (ทุกคน)

- ชื่อ-ที่อยู่และประวัติผู้เขียน ภาษาไทย–อังกฤษ ขนาด 14 point กำหนดชิดซ้ายทั้งหมด ประกอบด้วยชื่อผู้เขียน ตำแหน่งงาน หน่วยงานที่สังกัด ชื่อสถาบัน และที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ทางไปรษณีย์ เบอร์โทรศัพท์ ทั้งเบอร์โทรศัพท์มือถือ และที่ทำงาน e-mail พร้อมประวัติผู้เขียนโดยย่อ

บทคัดย่อ (Abstract) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

- ชื่อ "บทคัดย่อ" และ "Abstract" ขนาด 16 point กำหนดกึ่งกลาง ตัวหนา เว้น 1 บรรทัด
- Text บทคัดย่อภาษาไทย–อังกฤษ ขนาด 14 point
- ย่อหน้า 0.5 นิ้ว
- ความยาวไม่เกิน 1 หน้า ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษอยู่ในหน้าเดียวกัน เนื้อหาในบทคัดย่อควรระบุวัตถุประสงค์โดยย่อ ผลการวิจัยและบทสรุปโดยย่อ

คำสำคัญ (Keywords)

- พิมพ์ต่อจากส่วนบทคัดย่อ และอยู่ในหน้าเดียวกันกับบทคัดย่อ ทั้งภาษาไทย–อังกฤษ ขนาด 14 point

- ใช้ศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถานและเป็นคำหลักที่ใช้ในการอ้างอิง ค้นหา ไม่เกิน 10 คำ

เนื้อหา (Body) ประกอบด้วย

- ขนาด 14 point พร้อมเลขหน้ากำหนดมุมบนด้านขวา
- ย่อหน้า 0.5 นิ้ว
- บทนำ
- วัตถุประสงค์(การวิจัย)
- แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (หากเป็นบทความวิจัยควรมีการนำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัย และสมมติฐานการวิจัย)
- วิธีการดำเนินการวิจัย (หากเป็นบทความวิจัย)
- ผลการวิจัย และอภิปรายผล
- บทสรุปและข้อเสนอแนะ
- บรรณานุกรม **(ใช้รูปแบบ APA Style และผ่านการตรวจข้อผิดพลาดในข้อความและจากการพิมพ์)**

• **การแสดงภาพและรูปภาพ (Figure)** ให้พิมพ์คำว่า "ภาพที่..." ตามด้วยลำดับที่ของภาพ 1, 2, 3... ไว้ด้านล่างของภาพหรือรูปนั้นพร้อมคำอธิบาย โดยให้ใช้สีขาว-ดำเท่านั้น หรือ ภาพสีต้องพิมพ์สีและมีขนาดที่สามารถอ่านได้ชัดเจนและสื่อความหมายได้ โดย**ผู้เขียนต้องชำระ**ค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมหน้าละ 500 บาท

• **การพิมพ์ตาราง (Table)** ให้พิมพ์คำว่า "ตารางที่.." ตามด้วยลำดับที่ของตาราง 1, 2, 3... ไว้ด้านบนของตาราง และมีคำอธิบาย

• **การเขียนบรรณานุกรม (Bibliography) ใช้รูปแบบ APA Style**

(อ่านรายละเอียดได้จากเว็บไซต์ของวารสาร http://www.dpu.ac.th/dpurc/journal)

DPU
DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY
PROGRESSIVE UNIVERSITY

กองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

วันที่ 9 ธันวาคม 2557

เรื่อง การเก็บค่าสมาชิกวารสารสุทธิปริทัศน์และค่าลงบทความ
เรียน ท่านสมาชิกวารสารสุทธิปริทัศน์ทุกท่าน

เนื่องจากวารสารสุทธิปริทัศน์ได้มีการปรับปรุงระบบการผลิตและขั้นตอนการประเมินผลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น หลังจากได้รับการพิจารณาเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre :TCI Centre) ซึ่งส่งผลต่อการดำรงไว้ซึ่งคุณภาพของวารสารในระยะยาว ทางคณะกรรมการวารสารสุทธิปริทัศน์จึงต้องเรียนให้สมาชิกทุกท่านทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของค่าสมาชิกและ การจ่ายค่าลงบทความสำหรับ ผู้ส่งบทความลงในวารสารฯ โดย จะเริ่มดำเนินการตั้งแต่ฉบับที่ 89 (เดือนมกราคม – มีนาคม 2558) เป็นต้นไป
ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

1. ขอเก็บค่าสมาชิกวารสารฯในอัตราเล่มละ 550 บาท รวมค่าจัดส่ง สำหรับสมาชิกรายปี (รวมค่าจัดส่ง) จะเก็บค่าสมาชิก ดังนี้
   - 1 ปี จำนวน 4 ฉบับ เป็นเงิน 2,200 บาท
   - 2 ปี จำนวน 8 ฉบับ เป็นเงิน 4,400 บาท
   - 3 ปี จำนวน 12 ฉบับ เป็นเงิน 6,600 บาท

   หมายเหตุ สำหรับท่านสมาชิกที่ยังไม่หมดอายุการเป็นสมาชิกวารสารฯ ทางกองบรรณาธิการฯ จะจัดส่งวารสารฯ ตามจำนวนเล่มของระยะเวลาที่เหลืออยู่ของท่าน หากท่านประสงค์จะเป็นสมาชิกใหม่สามารถสมัครได้ในอัตราใหม่ตามที่เสนอไว้ข้างต้น
2. สำหรับผู้ส่งบทความลงในวารสารสุทธิปริทัศน์ ตั้งแต่ฉบับเดือนมกราคม 2558 เป็นต้นไป จะต้องจ่ายเป็นค่าลงบทความในอัตรา 3,000 บาทต่อเรื่อง (1 บทความวิชาการ/บทความวิจัย)

ทั้งนี้ทางกองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ ต้องกราบขอขอบคุณสมาชิกและผู้ส่งบทความทุกท่านที่ไว้วางใจ และส่งบทความมายังกองบรรณาธิการฯ ได้พิจารณา อย่างไรก็ดี หากมีข้อสงสัยประการใด ท่านสามารถติดต่อทางอีเมล์ได้ที่ dpujournal@dpu.ac.th หรือ ทางโทรศัพท์ที่เบอร์ 02-954-7300 ต่อ 445,528,128 หรือ 892 และทางไปรษณีย์ส่งที่ กองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (ศูนย์บริการวิจัย อาคาร 6 ชั้น 17)เลขที่ 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ กัญจนพงศ์)
บรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์

โทร.02-9547300 ต่อ 445 หรือ 892
โทรสาร 02-580-0064

DPU
DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY
PROGRESSIVE UNIVERSITY

ใบสมัครสมาชิกวารสารสุทธิปริทัศน์และใบสั่งซื้อ

ชื่อ-นามสกุล.....

สถานที่จัดส่งวารสาร.....

เลขที่.....หมู่ที่..... ตรอก/ซอย.....ถนน.....ตำบล/แขวง.....

อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

สถานที่ติดต่อ.....

.....

โทรศัพท์(มือถือ).....**โทรศัพท์(บ้าน/ที่ทำงาน)**.....

Email : .....

กำหนดออกวารสาร ปีละ 4 ฉบับ ☞ ฉบับที่ 1 ม.ค.-มี.ค. ฉบับที่ 2 เม.ย.- มิ.ย.
ฉบับที่ 3 ก.ค.-ก.ย. ฉบับที่ 4 ต.ค.-ธ.ค.

ประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกวารสาร"สุทธิปริทัศน์" ❑ 1 ปี ❑ 2 ปี ❑ 3 ปี

❑ **สถานภาพสมาชิก** ○ **สมาชิกใหม่** เริ่มเป็นสมาชิกตั้งแต่ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....
ถึงปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....

○ **สมาชิกเก่า** ต่ออายุสมาชิกตั้งแต่ ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....
ถึงปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....

อัตราค่าสมาชิก ฉบับละ 550 (รวมค่าจัดส่ง)

○ 1 ปี จำนวน 4 ฉบับ เป็นเงิน 2,200 บาท
○ 2 ปี จำนวน 8 ฉบับ เป็นเงิน 4,400 บาท
○ 3 ปี จำนวน 12 ฉบับ เป็นเงิน 6,600 บาท

❑ **สั่งซื้อเป็นรายฉบับ** ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ. .....จำนวน.....ฉบับ
ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ. .....จำนวน.....ฉบับ
ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ. .....จำนวน.....ฉบับ
ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ. .....จำนวน.....ฉบับ

รวมเป็นเงินทั้งสิ้นจำนวน..... บาท (ตัวอักษร) .....บาท

ออกใบเสร็จในนาม.....

วิธีชำระเงินค่า ○ โอนเงิน ธนาคารไทยพาณิชย์ เลขที่บัญชี **152-206333-6** ชื่อบัญชี"มหาวิทยาลัยธุรกิจ
สมัครสมาชิกโดย บัณฑิตย์" สาขามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ประเภทออมทรัพย์

○ ธนาณัติสั่งจ่าย **"มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์"** (ปทจ.หลักสี่)

○ แคชเชียร์เช็ค สั่งจ่ายในนาม"มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์"**เลขที่บัญชี 152-206333-6**

ส่งหลักฐานการโอนเงิน จ่าหน้าซองจดหมายถึง บรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (ศูนย์บริการวิจัย) เลขที่ 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ จ.กรุงเทพฯ 10210 (ระบุสมัครสมาชิก/ต่ออายุ/สั่งซื้อรายฉบับ)
หรือส่งแฟกซ์/E-mail 02 580-0064 , dpujournal@dpu.ac.th (ระบุสมัครสมาชิก/ต่ออายุ/สั่งซื้อรายฉบับ ในใบPay in)

โทร. 02-9547300 ต่อ 445,528,128
Email :dpujournal@dpu.ac.th

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร
( )
วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
Dhurakij Pundit University 110/1-4 Prachachuen Road, Laksi, Bangkok 10210, Thailand
Tel. (66) 2954-7300 Fax. (66) 2589-9605-6 www.dpu.ac.th

ISO 9001:2008

บัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ประกาศนียบัตรบัณฑิต
- สาขาวิชาชีพครู

มหาบัณฑิต

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
- สาขาบริหารธุรกิจ
- สาขาธุรกิจอาเซียน

บัญชีมหาบัณฑิต

นิติศาสตรมหาบัณฑิต

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
- สาขาการจัดการการศึกษา
- สาขาหลักสูตรและการสอน

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
- สาขาการจัดการการท่องเที่ยว

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
- สาขาวิทยาการชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ
- สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ
- สาขาวิศวกรรมเว็บและการพัฒนาแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์พกพา
- สาขาเศรษฐกิจดิจิตอล

วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
- สาขาการจัดการทางวิศวกรรม
- สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม
- สาขาวิศวกรรมข้อมูลขนาดใหญ่

ดุษฎีบัณฑิต

บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต

นิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต

นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต

ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต
- สาขาการจัดการการศึกษา
- สาขาหลักสูตรและการสอน

วิศวกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต
- สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
- สาขาการบัญชี
- สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ
- สาขาการจัดการทางวิศวกรรม

กองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (ศูนย์บริการวิจัย อาคาร 6 ชั้น 17)
110/1-4 ถนนประชาชื่น อาคาร 6 ชั้น 17 หลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210
โทรศัพท์: 0 2954-7300 ต่อ 445,528,892
โทรสาร: 0 2580-0064 อีเมล์: dpujournal@dpu.ac.th