

วารสารสิทธิปริทัศน์

SUTHIPARITHAT JOURNAL 1

ปีที่ ๒๗ ฉบับที่ ๔๑ มกราคม - มีนาคม ๒๕๕๖ ISSN 0857-2690

บทความวิจัย (Research Articles)

- การศึกษาองค์ความรู้ทางการตลาดและเครือข่ายธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จด้านการส่งออกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
Networking and Export Success, Market Knowledge as a Moderator Sustaining for Asean Economic Community (AEC) เเมตติง ทุกsoon, เมธิณี อิมเอิบ, เนจรีดา มงคลศิริ..... 7
Phadett Tooksoon, Methinee Imaob, Nattarida Mongkhonkill
- รูปแบบการค้าระหว่างประเทศของไทยกับคู่อ้าในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
International trade pattern between Thailand and Greater Mekong Subregion อนุวัฒน์ ชลไพศาล, ชานิน เมพอกะ..... 35
Anuwat Cholpaisal, Chanin Mephokee
- รูปแบบสาระองค์ประกอบของการบริหารจัดการของศูนย์การศึกษาอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
A Substantive Elements for Administrative Model of Non-Formal and Informal Education Centers in Bangkok Metropolis สิริกวินท์ คุรุครองพันธ์..... 49
Sirikawin Krutkrongphan
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร
Factors Influencing Academic Affairs Administration Effectiveness of Primary School under the Bangkok Metropolitan Administration ทรงยศ แก้วมงคล, มณฑป ไชยชิด..... 63
Songyos Kawmongkon, Moldhop Chaiyachit
- ความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม
Opinion and Behavior to Using Helmet of Nursing Student, Nakhon Phanom University บรรจง พลไชย..... 81
Banchong Phonchai
- การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Investigating the acceptance of social networking in students: Case Study of Bangkok University บุษรา ประกอบธรรม..... 93
Bootsara Prakobtham

บทความวิชาการ (Academic Articles)

- Beauty Blogger: ผู้ทรงอิทธิพลด้านความงามบนโลกออนไลน์
Beauty Blogger: An Online Beauty Influencer นิตนา ฐานิตนกร, ปรศนียากรณ์ สายปิมแปง..... 109
Nittana Tarnittanakorn, Pratsaneeyakorn Saipimpang
- ดัชนีชี้้นำการเติบโตทางเศรษฐกิจสำหรับประเทศไทย
Leading Index of economic growth for Thailand พฤตธรรม์ สุทธิไชยเมธี..... 125
Pruethsan Sutthichaimethee
- จริยธรรมการวิจัย
Research Ethics อัศวิน แสงพิบูล..... 137
Aswin Sangpikul
- หนังสืออ่าน Book Review
อภัยวิถี: มิตร/ศัตรู และการเมืองแห่งการให้อภัย
Politics of Forgiveness วิไลวรรณ จงวิไลเกษม..... 149
Wilaiwan Jongwilakaesam

สุทธิปริทัศน์

ปีที่ 27 ฉบับที่ 81 มกราคม - มีนาคม 2556 ISSN 0857-2690

*** เจ้าของ**

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
110/1-4 ถนนประชาชื่น
เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
โทร. 02-954-7300-29 ต่อ 361
E-mail: dpujournal@hotmail.com

*** กองบรรณาธิการบุคคลภายใน**

รศ.พินิจ ทิพย์มณี
ผศ.ดร.นิตย์ เพ็ชรรักษ์
ดร.เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว
ดร.คม คัมภีรานนท์
ดร.นพพร ศรีทวีโล
ดร.อดิสร ณ อุบล

*** คณะที่ปรึกษา**

ศ.ดร.บุญเสริม วิสกุล
รศ.ดร.วราภรณ์ สามโกเศศ
ศ.ดร.ไพฑูรย์ สีนลารัตน์
รศ.ดร.สมบุญวัลย์ สัตยารักษ์วิทย์
คณบดีทุกคณะ

*** กองการจัดการ (การเงินและสมาชิก)**

ปริญญา คล้ายเจริญ
กรรณิการ์ วัชรภรณ์

*** ออกแบบรูปเล่ม-จัดหน้า**

นันทกา สิทธิพฤษ์
ธันต์สรณ์ ชูงาน

*** บรรณาธิการ**

รศ.ดร.กุลทิพย์ ศาสตระจุ

*** กำหนดออก**

ราย 3 เดือน ฉบับละ 100 บาท

*** กองบรรณาธิการบุคคลภายนอก**

ศ.ดร.ทวีป ศิริวิศรี
ศ.ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์
รศ.ดร.พรทิพย์ ดีสมโชค
รศ.ดร.ปรียา วิบูลย์เศรษฐ์
ผศ.ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล

*** จัดจำหน่าย**

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
โทร. 02-954-7300 ต่อ 445, 292, 690

*** พิมพ์ที่**

โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
โทร. 02-954-7300 ต่อ 540
<http://www.dpu.ac.th/dpuprinting>

ทัศนะข้อคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารสุทธิปริทัศน์ เป็นทัศนะวิจารณ์อิสระทางคณะผู้จัดทำไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยกับทัศนะข้อคิดเห็นเหล่านั้นแต่ประการใด ลิขสิทธิ์บทความของผู้เขียนและวารสารสุทธิปริทัศน์ และได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย

SUTHIPARITHAT

Volume 27 Number 81 January - March. 2013

* **Owner**

Dhurakij Pundit University
110/1-4 Prachachuen Road
Laksi, Bangkok 10210
Tel. 02-954-7300-29 # 361
E-mail: dpujournal@hotmail.com

* **Internal Editorial Board**

Assoc. Prof. Pinit Tipmanee
Asst. Prof. Dr. Nit Petcharak
Dr. Kiatanantha Lounkaew
Dr. Kom Campiranon
Dr. Nopporn Srivoravilai
Dr. Adisorn Na Ubon

* **Editorial Consultant**

Prof. Dr. Boonserm Weesakul
Assoc. Prof. Dr. Varakorn Samkoses
Prof. Dr. Paitoon Sinlarat
Assoc. Prof. Dr. Somboonwan Satyarakwit
Dean of all DPU Faculty

* **Assistant Editors**

Parinya Klaicharoen
Kannika Watcharaporn

* **Editor - in - Chief**

Assoc. Prof. Dr. Kullatip Satararujit

* **Cover Design**

Nunthaga Sitthipruk
Thanatsorn Choongan

* **Periodicity**

3 month per year issue 100 baht

* **Editorial Consultant Board**

Prof. Dr. Taweep Sirirassamee
Prof. Dr. Parichart Sthapitanon
Assoc. Prof. Porntip Desomchok
Assoc. Prof. Preeya Vibulsresth
Asst. Prof. Wirote Aroonmanakun

* **Distribute**

Dhurakij Pundit University
Telephone 02-954-7300 # 445, 292, 690

* **Printed by**

Dhurakij Pundit University Printing
Telephone 02-954-7300 # 540
<http://www.dpu.ac.th/dpuprinting>

The View Expressed in each Article are Solely those of Author(s).

[illegible]

สารบัญ

บทความวิจัย

การศึกษาองค์ความรู้ทางการตลาดและเครือข่ายธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จด้าน การส่งออกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เผด็จ ทุกข์สุญ, เมธิณี อัมเอบ, ณัฐริดา มงคลศิริ.....	7
รูปแบบการค้าระหว่างประเทศของไทยกับคู่ค้าในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง อนุวัฒน์ ชลไพศาล, ชนินทร์ มีโกศล.....	35
รูปแบบสารองค์ประกอบของการบริหารจัดการของศูนย์การศึกษานอกระบบและ การศึกษาตามอัธยาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร สิริกรวิทย์ คุรุครองพันธุ์.....	49
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ทรงยศ แก้วมงคล, มณฑป ไชยขิต.....	63
ความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม บรรจง พลไชย.....	81
การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ บุษรา ประกอบธรรม.....	93

บทความวิชาการ

Beauty Blogger: ผู้ทรงอิทธิพลด้านความงามบนโลกออนไลน์ นิตนา ฐานิธรนกร, ปรีศนิยากรณ์ สายปิมเป้ง.....	109
ดัชนีชี้้นำการเติบโตทางเศรษฐกิจสำหรับประเทศไทย พฤทธ์สรณ์ สุทธิไชยเมธี.....	125
จริยธรรมการวิจัย อัศวิน แสงพิบูล.....	136

หนังสืออ่าน

อภัยวิถี: มิตร/ศัตรู และการเมืองแห่งการให้อภัย วิไลวรรณ จงวิไลเกษม.....	148
--	-----

Contents

Research Articles

Networking and Export Success, Market Knowledge as a Moderator Sustaining for Asean Economic Community (AEC) <i>Phadett Tooksoon , Methinee Imaob, Nattarida Mongkhonkili.....</i>	<i>7</i>
International Trade Pattern between Thailand and Greater Mekong Subregion <i>Anuwat Cholpaisal, Chanin Mephokee.....</i>	<i>35</i>
A Substantive Elements for Administrative Model of Non-Formal and Informal Education Centers in Bangkok Metropolis <i>Sirikawin Krutkrongphan.....</i>	<i>49</i>
Factors Influencing Academic Affairs Administration Effectiveness of Primary School under the Bangkok Metropolitan Administration <i>Songyos Kawmongkon, Moldhop Chaiyachit.....</i>	<i>63</i>
Opinion and Behavior to Using Helmet of Nursing Student, Nakhon Phanom University <i>Banchong Phonchai.....</i>	<i>81</i>
Investigating the Acceptance of Social Networking in Students: Case Study of Bangkok University <i>Bootsara Prakobtham.....</i>	<i>93</i>

Academic Articles

Beauty Blogger: An Online Beauty Influencer <i>Nittana Tarnittanakorn, Pratsaneeyakorn Saipimpang.....</i>	<i>109</i>
Leading Index of Economic Growth for Thailand <i>Pruethsan Suthichaimethee.....</i>	<i>125</i>
Research Ethics <i>Aswin Sangpikul.....</i>	<i>136</i>

Book Review

Politics of Forgiveness <i>Wilaiwan Jongwilaikasaem.....</i>	<i>148</i>
---	------------

บทบรรณาธิการ

วารสารสุทธิปริทัศน์ ฉบับที่ 81 ในมือท่านผู้อ่านนี้ กองบรรณาธิการขอนำเสนอบทความวิจัยจำนวนทั้งสิ้น 6 บทความได้แก่ เรื่องที่ 1. การศึกษาองค์ความรู้ทางการตลาดและเครือข่ายธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จด้านการส่งออกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เรื่องที่ 2 เป็นบทความในสาขาเศรษฐศาสตร์ เรื่อง รูปแบบการค้าระหว่างประเทศของไทยกับคู่ค้าในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ส่วนอีก 4 บทความเป็นทางสาขาการศึกษา ได้แก่ 1. รูปแบบสาระองค์ประกอบของการบริหารจัดการของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร 3. ความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม 4. การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ในฉบับนี้ยังได้นำเสนอบทความทางวิชาการในหลายมิติ อันได้แก่ 1. Beauty Blogger: ผู้ทรงอิทธิพลด้านความงามบนโลกออนไลน์ 2. ดัชนีชี้้นำการเติบโตทางเศรษฐกิจสำหรับประเทศไทย และบทความวิชาการเรื่องสุดท้ายได้แก่เรื่อง จริยธรรมการวิจัย ที่เป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการ นักวิจัยในการแลกเปลี่ยนความรู้ในศาสตร์ต่างๆ ทางด้านจริยธรรมการวิจัย

สำหรับการแนะนำหนังสือในฉบับนี้ ผศ. ดร. วิไลวรรณ จงวิไลเกษม ได้แนะนำหนังสือเรื่อง อภัยวิถี: มิตร/ศัตรู และการเมืองแห่งการให้อภัย ซึ่งแต่งโดย ศาสตราจารย์. ดร. ชัยวัฒน์ สถาอานันท์ นักวิชาการด้านสันติวิธี ที่เชื่อว่า ความรุนแรงเป็นปัญหาที่เอาชนะได้ การเมืองแห่งการให้อภัยจะคลี่คลายได้หรือไม่ ขอเชิญท่านผู้อ่านติดตามจากบทแนะนำหนังสือในเล่มนี้

สุดท้ายนี้กองบรรณาธิการขอแจ้งให้ท่านสมาชิกและท่านผู้ส่งบทความได้ให้ข้อเสนอแนะอันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาวารสารวิชาการของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ต่อไป โดยสามารถแจ้งมาได้ที่ คุณกรรณิการ์ วัชรภรณ์ โทรศัพท์ (02) 954-7300 ต่อ 445 พร้อมกันนี้ใคร่ขอเชิญชวนผู้อ่าน ได้เสนอบทความวิชาการ บทความวิจัยมายังกองบรรณาธิการเพื่อเพิ่มพูนความรู้แก่สังคมวิชาการของพวกเราต่อไป

บรรณาธิการ

การศึกษารอบรู้ความรู้อาการตลาดและเครือขายธุรกิจที่มีอิทธิพล
ต่อความสำเร็จด้านการส่งออกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
Networking and Export Success, Market Knowledge
as a Moderator Sustaining for Asean Economic
Community (AEC)

เฟด็จ ทุภักษ์สุณ*

Phadett Tooksoon*

เมธิณี อิมเอิบ**

Methinee Imaob**

นัจริดา มงคลคีรี***

Nattarida Mongkhonkiri***

*คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก

*Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna Tak.

**คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก

**Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna Tak.

***คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก

***Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna Tak.

Abstract

This research examines the relationship between networking and export success as well as the moderating effect of market knowledge to sustain ASEAN Economic Community (AEC). Data were collected by mailing questionnaires to the managers of manufacturing exporting firms in Thailand. A total of 113 qualified observations were collected. Moreover, the research investigates the extent of Thai firms to invest resources in building networking. The networking of this research can be classified into five groups; government agency, financial institution, business association, knowledge institution, and transport association. However, only financial institution and transport association is statistically significant and positively relate with export success, while business association is negatively significant. In addition, the contribution of this research found that market knowledge moderately has an effect on the relationship between networking and export success in term of government agency, knowledge institution, and transport association. Similarly, Thai firms used high consistency with the government agency, knowledge institution, transport association, and high market knowledge that can exhibit high export success equally in ASEAN market.

Keywords: Networking, Market knowledge, Export success, AEC, Thailand

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดจากการใช้องค์ความรู้ทางด้านการตลาดของผู้ประกอบการส่งออกของไทย ในการเข้าไปสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายองค์กรทางธุรกิจทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและประสบความสำเร็จในการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) การวิจัยในครั้งนี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการส่งแบบสอบถามไปยังหน่วยธุรกิจต่างๆ ที่ทำธุรกิจทางด้านการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายในต่างประเทศ และได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัย จำนวนทั้งสิ้น 113 บริษัท ผลการวิเคราะห์สามารถจัดกลุ่มประเภทเครือข่ายองค์กรทางธุรกิจได้ 5 กลุ่มประกอบไปด้วย หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการเงิน องค์กรทางธุรกิจ สถาบันการศึกษา และองค์กรภาคการขนส่ง ผลการศึกษาพบว่าเครือข่ายองค์กรทางธุรกิจโดยเฉพาะสถาบันการเงินและองค์กรทางด้านการขนส่ง เป็นเครือข่ายทางธุรกิจที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการประสบความสำเร็จทางด้านการส่งออกของผู้ประกอบการชาวไทยเป็นอย่างมาก ในส่วนของการศึกษาผลกระทบที่เกิดจากองค์ความรู้ทางด้านการตลาดของผู้ประกอบการการส่งออก นั้นพบว่า การที่ผู้ประกอบการการส่งออกมีความรู้ความเข้าใจทางด้าน กฎระเบียบ ข้อบังคับ ข้อกฎหมาย การเลือกตลาดเป้าหมาย และความเข้าใจลักษณะวัฒนธรรมทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น จะมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการชาวไทย โดยเฉพาะเมื่อได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และองค์กรภาคการขนส่ง ก็จะมีผลทำให้การส่งออกของไทยประสบความสำเร็จในตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียนเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: เครือข่ายทางธุรกิจ องค์ความรู้ทางการตลาด ความสำเร็จของส่งออก
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเทศไทย

1. Introduction

The ASEAN Economic Community (AEC) targeted for completion by 2015 was adopted and signed by the ASEAN Leaders in November 2007 in Singapore. Generally, AEC is one of the three pillars to achieve a cohesive ASEAN Community. AEC proposal is a single comprehensive document that identifies the characteristics and elements of the AEC with clear implementation targets and timelines for the various economic integration measures within ASEAN (Department of Trade and Negotiation, Thailand, 2011). The main objectives of AEC are to create a single market and production base, highly competitive economic region, region of equitable economic development and region fully integrated into the global economy. The five core elements of ASEAN single market and production base are free flow of goods, free flow of services, free flow of investment, free flow of capital, and free flow of skilled labor (Department of Trade and Negotiation, Thailand, 2011).

The ASEAN Economic Community (AEC) will make ASEAN a more interesting place to do business. The AEC will have an aggregate population of 580 million (Export-Import Bank of Thailand, 2012). Businesses in Thailand will confront greater challenges from the AEC as a result of the higher percentage of ownership by ASEAN investors in services sectors; and

the greater ability of skilled professionals to move within the region. This can create greater opportunities for Thai businesses to expand elsewhere in ASEAN (Electronic Intelligence Center, SCB Thailand, 2011). Thai businesses will benefit from higher investment in countries such as Indonesia, Malaysia, and the Philippines. However, businesses need to be aware that many countries still have in place domestic rules and regulations (e.g., on minimum investment and modes of investment) which will continue to discriminate against foreign investment (Electronic Intelligence Center, SCB Thailand 2011).

Furthermore, taking full advantage of opportunities from AEC will require Thai businesses to focus on those particular areas where Thailand has an advantage (our core competencies) and where ASEAN is particularly distinctive. The previous study from Siam Commercial Bank in Thailand (2011) explained that the AEC will tend to result in a greater concentration of production in the region. But given the limited size of the aggregate market, it is important to identify specific opportunities from Thailand's and ASEAN's unique relative strengths.

The knowledge of ASEAN Economics Community is important for Thai businesses. Basically, knowledge is an intangible asset that can contribute to sustainable competitive advantage and higher performance (Kaleka, 2002), as

well as a key trigger of the firm's venture motivation to international markets (Wei and Lau, 2005). Additionally, lack of knowledge about foreign markets has been seen as one of the main barriers to exporting (Crick, 2007; OECD Report, 2009). Market knowledge is important for internationalization and acquired through interaction with other internationalized firms (Hadley and Wilson, 2003). A previous study by Toffen (2005), explained that the perception and use of information about foreign markets could increase business performance; however, there is a lack of empirical evidence about the market knowledge and export success. This paper presents results of a research on the extent of networking by Thai firms in soliciting information from various organizations that are involved in facilitating firm's capability in servicing into international markets. The contribution of the study is to determine the resources committed to networking and the effects of market knowledge with various support service organizations and its implication to export success.

2. Literature Review

Networking Resources

The advocates of the Social Capital Theory suggested that firm specific advantages are crucial in order to lead to sustainable competitive advantage and hence performance. Besides, the

third major theoretical approach to the conceptualization of social capital is social resources theory (Lin, Ensel and Vaughn, 1981; Lin, 1999). Social resources theory focused on the nature of the resources embedded within the network (Seibert, Kraimer and Liden, 2001). Their ability to mobilize extramural resources, attract customers, and identify entrepreneurial opportunities is conditional on external networks, since social relations mediate economic transactions and confer organizational legitimacy (Granovetter, 1985). Organizations have contracts with suppliers and other partners in order to acquire external resources to produce product/service at the competitive prices, and adjust the quality such that they can attract and retain customers (Pennings and Lee, 1999). This argument is the core idea in the network approach to internationalization, it is also suggested that a firm's external network is a major contributor to its performance (Leenders and Gabbay, 1999). The study of Lee, Lee and Pennings (2001), on social capital theory implies that start-up should pursue strategies focusing on the development of valuable networks with external resource holders in order to be successful. Furthermore, the previous study of Batjargal (2003), and Chen et al., (2007), on social capital theory can be observed as the network that connects business, and thus

it facilitates business to perform well and to achieve competitive advantages.

The firms from newly industrializing nations lack the necessary resources to internally generate crucial capabilities to go international and to succeed in the global markets. Firm specific advantages can be enhanced through networking with external organizations. According to Guillen (2002), explained that the firms belonging to the same business can gain precious information and experience; moreover, the *possession of network ties with business parties* in the home country facilitates emerging-market firms in engaging in international venturing activities. In addition, Mouzas (2006), specified that networking of the business is a key role in internationalization; it facilitates the development of knowledge-intensive and innovative products, resulting in superior international market performance. Besides, the institutional networks ties relate to the various domestic institutions such as government officials and agencies, banks and financial institutions, universities, and trade association that can help the firm to achieve competitive advantage in international market. Therefore, the export performance of firms from newly industrializing nations is contingent upon their desire to learn and network.

Evidence from Korea manufacturing firms by Lee, Lee and Pennings (2001), showed that partnerships network included enterprises, venture capital company, university and research institute, and venture network positively associated with organizational performance; on the contrary sponsorships network, financial institutional, and government agency did not have a significant effect on sales growth. Evidence from Finland Sweden and Norway by Babakus, Yavas and Hahti (2006), found that the domestic networking did not have a significant influence, while foreign networking showed a significant positive impact on SMEs' export performance. Evidence from China by Yiu, Lau and Burton (2007), showed that business network ties consisted of relationship with customers, also suppliers and institutional network such as government, financial institutions, and trade associations positively related with international venturing. Evidence from Thailand's firms based on the study of Pongpanich and Phitya-Isarakul (2008), showed that partnership of business consists of grower, exporters, and freight providers to importers are important to competitiveness and export performance of Thai fruit exports in Chinese market. The previous study of Basly (2007), confirmed that networking is significantly and positively associated with internationalization.

Furthermore, evidence from Ireland by Kenny and Fahy (2011), explained that a positive relationship between a firm's network and international performance is not supported for the relationship between network resources combinations, information sharing, and international performance. Thus, the relationship of firm's external resources between networking resources and export success need to further investigation in this study.

Hypothesis 1: Networking resources has a positive relationship with export success. According to the previous studies of Lee, Lee and Pennings (2001); Yiu, Lau and Burton (2007), Mouzas (2006), Pongpanich and Phitya-Isarakul (2008), in this study there are 15 organizations of networking for the lists of organization assistance that exists in Thailand can be classified into five groups of networking resources in term of government agency, financial institution, business association, knowledge institution, and transport association. Thus, all dimensions of networking resources need to further investigation in this study.

Government agency from the literature review, the export assistance programs find a variety of types of export assistance provided by governments and other related organizations (Phadett and Osman, 2012). Export assistance programs from the governments have to direct and indirect effects on firm's export performance

(Czinkota, 1996). They view export assistance programs as improving these firms' chances for success in the international market place. According to the previous studies by Phadett and Osman (2012), explained that the government agency is important for Thai's SMEs exporters to export market expansion in foreign market. The government agencies in Thailand that support to this study include the Department of Export Promotion: DEP-Thai, and The Broad of Investment of Thailand: BOI. We expect that use of a greater variety of government agencies contributes to export success. I put forward a hypothesis arguing that:

Hypothesis 1a: Government agency has a positive relationship with export success.

Financial institution is an establishment that focuses on dealing with financial transactions in term of investments, loans and deposits. Usually, financial institutions are composed of organizations such as banks, trust companies, insurance companies and investment dealers. For financial institutions policy (Bank of Thailand: BOT, 2012) aims to increase the competitiveness of financial institutions while ensuring continued systemic soundness, promoting efficient risk management, and ensuring their desirable role as effective financial intermediaries (Trairatvorakul, 2012). The financial

institutions in Thailand that supports to this study included Export-Import Bank of Thailand: EXIM-Bank, Small and Medium Enterprise Development Bank: SME Bank, Commercial Bank, and Insurance Company. The researcher put forward a hypothesis arguing that:

Hypothesis 1b: Financial institution has a positive relationship with export success.

Business association is a private, formal, noncommercial organization designed to promote the common business interests of its members (Prufer, 2012). Business associations offer members a platform to meet and to exchange views about other industry participants (Pyle, 2006), to learn about the latest technologies, foreign markets and standardizations (Nugent and Sukiassyan, 2009), and prospective trade partners (Johnson et al., 2002). Also, some association offer their members arbitration services and help to resolve a dispute, which mitigates transaction costs (Pyle, 2005). Thus, business association is an organization that operates in a specific industry. The objectives' of business association is participates in public relations activities such as advertising, education, political donation, lobbying and publishing, but its main focus is collaboration between companies, or standardization. Leading business associations in Thailand that support to this study include that; Thai Chamber of Commerce, Thailand

Exporter Association, and Thai Packaging Association. The researcher put forward a hypothesis arguing that:

Hypothesis 1c: Business association has a positive relationship with export success.

Knowledge Institution has been seen as an important element for the firms' ability to innovate. Much of the knowledge in these institutions is uncoded and dependent where the search and transfer mechanisms are essential in order to capture the knowledge (Vinding, 2001). Besides, the institutions of knowledge are serving the firm and the most important sources of innovation and thus, for the performance of the firm (Oyelaran-Oyeyinka, 2004). The knowledge institutions in Thailand that support to this study included that; University Professor, Research Institute, and Media Organization. I put forward a hypothesis arguing that:

Hypothesis 1d: Knowledge institution has a positive relationship with export success.

Transport association is an association of public transport authorities in a large urban area. The modes of transport can include both private and government owned bodies. The objectives of a transport association are; to have a standard ticketing and pricing system, to have a widely acceptable timetable, and to provide connection between different modes of transport, irrespective of the providing company (Thai Transportation

and Logistics Association, 2010). Leading transport associations in Thailand that support to this study included that; Transportation & Logistics Companies, Distributors & Export Trading Company, and Raw Material Suppliers. I put forward a hypothesis arguing that:

Hypothesis 1e: Transport association has a positive relationship with export success.

Market Knowledge

The domain of market knowledge encompasses many different disciplines, the knowledge base view theory is the fundamental theory based on which knowledge management is founded. Knowledge-Based View (KBV) theory posits that the acquisition and use of relevant knowledge is the key to understanding organizational performance (Morgan, Zou, Vorhies and Katsikeas, 2003). According to KBV, a firm that exists as social communities can explain the performance variations (Kogut and Zander, 1992). KBV is also posits that knowledge comprising of different types at different level of the organization will be linked with business performance outcomes. According to internationalization process model, firms learn new foreign market knowledge incrementally through the commitment of resources to do business in specific markets (Johanson and Vahlne, 1977). Generally, the firm specific advantages include tangible and intangible assets. The

intangible assets that generate competitive advantages are firm specific knowledge such as technological know-how, and marketing knowledge (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991). It also explains internationalization as a process of increasing experiential knowledge of the market, the clients, the problems, and the opportunities abroad (Eriksson et al., 1997). Market knowledge will increase both the firm's ability to coordinate its international activities as well as the firm's willingness to make resource commitment to these activities (Hadjikhani, 1997).

In export performance studies, the market knowledge there has been a call for researchers to detect not only the main effect of independent variables, but also their moderating effects (Sousa, Martínez-López, and Coelho 2008). Ling-yee and Ogunmokun (2001), specifically pointed out the need for future studies to consider the moderating effect of relationship life cycle on relation behavior and export advantage and performance. However, in terms of the relationship between export market knowledge and export performance, some studies have found a direct link, others have not (Toften, 2005). Evidence from Thailand by Wilawan (2006), explained that the market knowledge in term of information quality and information exchange is important for Thai's exporters.

In addition, According to the previous study by Craig (2003), found that there is a positive impact of market knowledge on export commitment and firm's export performance.

The market knowledge of this study includes knowledge of legal aspects of marketing in foreign market, knowledge of target market and knowledge of foreign business culture in ASEAN Economics Community (AEC). Drawing on insights, this study aims to investigate the moderating effect of market knowledge on the relationship between networking and export success. I put forward a hypothesis arguing that:

Hypothesis 2: Market knowledge will moderate positive the relationship between networking resources and export

success, such that firm with higher level of networking resources will achieves higher export success when market knowledge is higher.

Based on the literature review, this study seeks to answer the following research questions:

1. Which the networking resources is the contribution to export success?
2. Do market knowledge is the contribution moderate effect on the relationship between networking resources and export success?

Figure 1 provides the research framework used in this study. Networking resources are independent variables, and export success is dependent variable while market knowledge as a moderator. These relationships are presenting in Figure 1.

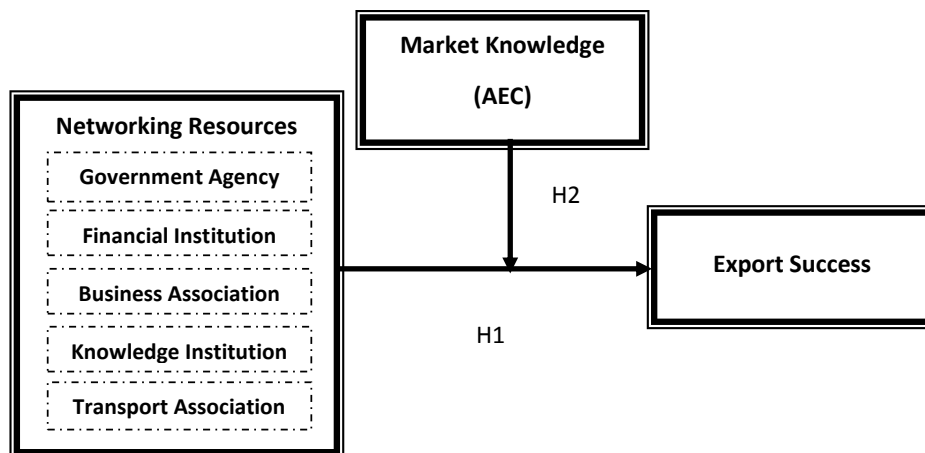


Figure 1 Conceptual Framework

3. Methodology

This is a cross-sectional study using mail survey. The survey instruments were mailed to the managers listed in Exporter Directory of Department of Export Promotion (DEP) Thailand. The companies will be selected using simple random sampling. Before conducting the data collection process, the questionnaire was tested on the five managers in the firms mentioned above, and a discussion was held with them to see how the questionnaire can be further improved. After doing some minor refinements to the questionnaire, ambiguous words and Double-barrelled questions were changed to ensure the questions were logical and in order. Following this, the questionnaires were ready for the pilot study with 30 managers from Thailand's manufacturing exporting firm to test the validity and reliability of the questionnaire. In addition, this study evaluated reliability by assessing the internal consistency of the items representing each construct using Cronbach's alpha that has been widely used in many studies. Reliability estimates is between 0.6 and 0.7 which is considered an acceptable internal consistency (Hair et al., 2006). Then, the suggestions of the respondents were taken into consideration in order to revise the questionnaire before the collection of the final data. After making sure that

they were, then the printing of the final version questionnaires were mailed to the managers of the firms.

A total of 113 samples were received and giving a response rate is 15.37 percent. The number of respondents and percentage of response rate in this study was supported from the previous studies by Julian and O'Cass (2002); Kim-Soon, (2004); Tsai and Shih, (2004); Shamsuddoha and Ali, (2006); Babakus, Yavas and Haahti, (2006). And also, this is an acceptable number in accordance to the general rule established by Hair et al., (2006). The profile of firms participating in this survey is presented in Table 1.

Table 1 General Characteristics of the Respondents (n = 113)

Demographic	Categories	Respondent	Percentage
Firm Size* (Number of employee)	1. SMEs (1<=200 employees)	91	80.2
	2. Large (> 200 employees)	22	19.8
Firm Age (Number of years operation)	1. Less than 10 years	38	33.3
	2. Between 11-20 years	50	44.4
	3. More than 20 years	25	22.2
Export Experience (Number of years for exporting)	1. Less than 10 years	71	62.7
	2. Between 11 - 20 years	33	29.1
	3. More than 20 years	9	8.2
Existence of Export Department	1. Yes	86	76.1
	2. No	27	23.9

* Institute for Small and Medium Enterprise Development, Thailand

Networking resources refers to the resources that are external to the firms which acquired can contribute to the firm's competitiveness as it pursues the international market (Lee, Lee and Pennings, 2001; Guillen, 2002). There are 15 organizations for the lists of organization assistance that exists in Thailand. From the literature, the networking resources which assisted the exporters were listed. These are the important organization for Thai's exporters. The respondents are requested to indicate to what extent their company has committed resources towards establishing relationship with listed of Thailand's organizations in five categories in term of; government agency, financial institution, business association, knowledge institution, and transport association on a 5-point likert scale ranging from 1 = not at all, to 5 = a great extent. Market knowledge

measures adapted from Salaimeh and Rousan (2009), are solicited a 5-point likert scale ranging from 1 = major disadvantage, to 5 = major advantage. As regard to performance, the measures of export success adopted from Katsikeas, Leonidou and Morgan (2000), and Shamsuddoha and Ali (2006). The response to export success measures are solicited a 5-point likert scale ranging from 1 = not at all satisfied, to 5 = very satisfied.

4. Results

Table 2 displays the mean and standard deviation (S.D.) of networking resources. The ranking of mean values shows that transport association (3.14) has higher mean compared to the government agencies (2.82), followed by financial institution (2.78), business association (2.54), and knowledge institution (2.04). On the ranking of all items, the measure of networking resources

shows the top three items that register the highest mean value that are 1) commercial bank; 2) department of export promotion: DEP-Thai; and 3) transportation & logistics companies. Conversely, the results show that Thai exporters have *less resource allocation* to establish relationship with the

respect to three organizations that are Thai packaging association, university professor, and media organizations respectively. The Cronbach's alpha is .90 and this shows that there is acceptable internal consistency in a measurement instrument.

Table 2 Mean, Standard Deviation and Reliability of Networking Resources

Dimension of Networking Resources	Mean	Overall Mean (S.D.)
Government Agencies		2.82 (1.01)
1. Department of Export Promotion: DEP Thai	3.27	
2. The Broad of Investment of Thailand: BOI	2.37	
Financial Institution		2.78 (.89)
1. Export-Import Bank of Thailand: EXIM-Bank	2.30	
2. Small and Medium Enterprise Development Bank: SME Bank	2.15	
3. Commercial Bank	3.76	
4. Insurance Company	2.92	
Business Association		2.54 (1.05)
1. Thai Chamber of Commerce	2.88	
2. Thailand Exporter Association	2.65	
3. Thai Packaging Association	2.08	
Knowledge Institution		2.04 (.89)
1. University Professor	2.08	
2. Research Institute	2.25	
3. Media Organization	1.79	
Transport Association		3.14 (1.02)
1. Transportation & Logistics Companies	3.25	
2. Distributors & Export Trading Company	2.95	
3. Raw Material Suppliers	3.23	
Reliability (Alpha)	.90	

5-point likert scale from 1= not at all, to 5= a great extent

With reference to Table 3, the pattern of overall mean values of market knowledge (3.00) identified that knowledge of target market has a higher mean value (3.12) compared to knowledge of foreign business culture mean value (3.04), and

knowledge of legal aspects of marketing in foreign market mean value (2.86). The Cronbach's alpha is .89 and this shows that there is acceptable internal consistency in a measurement instrument.

Table 3 Mean, Standard Deviation and Reliability of Market Knowledge

Market Knowledge	Mean
1. Knowledge of legal aspects of marketing in foreign market	2.86
2. Knowledge of target market	3.12
3. Knowledge of foreign business culture	3.04
Overall Mean (S.D.)	3.00 (.88)
Reliability (Alpha)	.89

5-point likert scale from 1= major disadvantage, to 5= major advantage

With regard to export success (referred in Table 4), the pattern of mean values shows that Thai exporters' performances is slightly

below the average for export success (2.55). The Cronbach's alpha is .91 and this shows that there is acceptable internal consistency in a measurement instrument.

Table 4 Mean, Standard Deviation and Reliability of Export Success

Export Success	Mean
1. Perceived export success	2.58
2. Achievement of export objectives	2.56
3. Satisfaction with overall export performance	2.50
Overall Mean (S.D.)	2.55 (.97)
Reliability (Alpha)	.91

5-point likert scale from 1= not at all satisfied, to 5= very satisfied.

Pearson's Correlation

As shown in Table 5, in order to test the relationships among variables of the study, the Pearson's correlation analysis was performed. The correlations between five dimensions of networking resources

such as (government agency, financial institution, business association, knowledge institution, and transport association), market knowledge, and export success are presented in Table 5 shows that four dimensions of networking resources in term

of government agency ($r = .27, p < .01$), financial institution ($r = .36, p < .01$), business association ($r = .24, p < .05$), and transport association ($r = .35, p < .01$). They are positively and significantly correlated with export success while only knowledge

institution is insignificant with export success. However, market knowledge ($r = .41, p < .01$) is positively and significantly correlated with export success. The correlations among the dimensions of networking resources, market knowledge and export success are relatively low.

Table 5 Pearson's Correlation between Variables

	GOV	FIN	BUS	KNO	TRA	MAR	ES
Government agency	1						
Financial institution	.64**	1					
Business association	.61**	.80**	1				
Knowledge institution	.54**	.49**	.47**	1			
Transport association	.54**	.68**	.66**	.40**	1		
Market knowledge	.32**	.29**	.21*	.24*	.27**	1	
Export success	.27**	.36**	.24*	.14	.35**	.41**	1

** $p < .01$, * $p < .05$

GOV = Government agency, FIN = Financial institution, BUS = Business association, KNO = Knowledge institution, TRA = Transport association, MAR = Market knowledge, ES = Export success

5. Findings

The results of Hierarchical regressions analysis market knowledge as the moderating effect on the relationship between networking resources and influence export success are presented in Table 6. In the analysis, three variables were treated as control variables such as firm size, export experience, and existence of export department. Firm size is controlled because size of firm may influence on the level of competitive advantage (Steensma et al., 2000), large firms using export market information more than small firms.

In this study, the number of employee can be divided into two groups, namely SMEs and Large firms. SME is defined as "a firm within 200 employees and below" whilst large firms are firms that employ more than 200 employees (Institute for Small and Medium Enterprise Development, Thailand, 2011). Export experience is controlled because, firms with more export experience in export markets can also benefit from accumulating local market knowledge and legitimacy, and developing local networks than new exporter (Yiu, Lau and Bruton, 2007).

Existence of export department is controlled because firms will locate export department operation in knowledge-intensive so that they can tap into resources and knowledge that would without export department not be available in export market (Kim-soon 2004).

According to the finding of the hierarchical regression equation, when the three control variables are entered into the regression equation in Model 1, the model is statistically significant and shows that 23 percent of export success is explained by these variables. In Model 2, the addition of the three networking has resulted in R^2 an explained 34 percent. This R^2 change of 0.11 is significant ($p < .01$), which implies that the networking explained an additional 11 percent of the variation in export success. The significant F-statistics ($p < .01$) suggest that the model is adequate. From the second regression model, it can be observed that financial institution ($\beta = .35$, $p < .05$), transport association ($\beta = .24$, $p < .05$) are statistically significant and has a positive relationship with export success while business association ($\beta = -.33$, $p < .05$) is negative significant with export success.

On the other hand, government agencies and knowledge institution does not have a significant relationship with export success. The finding of this study provided support for the hypothesis 1b and Hypothesis 1e, while rejected hypothesis 1a, Hypothesis 1c and Hypothesis 1d.

Table 6 Hierarchical Regression Results of Market Knowledge as a Moderating Effect between Networking Resources and Export Success

Variables	Export Success			
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
Control Variables				
Firm's Size	-.03	-.07	-.08	-.09
Export Experience	.31***	.33***	.29***	.30***
Existence of Export Department	-.32***	-.27***	-.23**	-.15
Independent Variables (Networking Resources)				
Government Agency (Y1)		.05	.03	-1.45***
Financial Institution (Y2)		.35**	.32**	1.20*
Business Association (Y3)		-.33**	-.30**	-1.24*
Knowledge Institution (Y4)		-.10	-.11	.89*
Transport Association(Y5)		.24**	.22*	1.17***
Moderating Variable				
Market Knowledge (M1)			.15	.60**
Interaction (Networking Resources x Market Knowledge)				
Y1 x M1				2.17***
Y2 x M1				-1.10
Y3 x M1				1.14
Y4 x M1				-1.35**
Y5 x M1				1.50***
R ²	.23	.34	.35	.47
R ² Change	.23	.11	.01	.12
F-Change	10.26***	3.28***	2.35	4.03***
Note: *** Sig. at .01 ** Sig. at .05 * Sig. at .10				

In Model 3, the significant F-statistics are insignificant and the model is inadequate. These mean that, market knowledge, as a moderator is not significant with export success. Finally, in Model 4, includes the interaction term of regression analyses, R^2 an explained 47 percent. This R^2 change of 0.12 is significant ($p < .01$), which implies that the interaction of networking resources and market knowledge explained an additional 12 percent of the variation in export success. The significant F-statistics ($p < .01$) suggest that the model is adequate. This means that market knowledge has been served as a significant moderator, which has an effect on the relationships between networking resources and export success.

Consequently, when we check the interaction items to test hypothesis 2, it was found that market knowledge strengthen the networking resources and export success link respectively. Result from Model 4, shows that two dimensions of networking resources from government agencies have more positive effects on export success when market knowledge is higher ($\beta = 2.17, p < .01$), and transport association has a positive effect on export success when market knowledge is higher ($\beta = 1.50, p < .01$). Moreover, knowledge institution has more negative effects on export success when market knowledge is higher ($\beta = -1.35, p < .05$). However,

the results found that the dimensions of financial institution and business association are not significant to export success. The finding of this study provided support for the hypothesis 2 the market knowledge is moderate between networking resources (government agency, knowledge institution, and transport association) and export success.

A graphical presentation of the interaction effects is presented in Figure 2, 3, and 4.

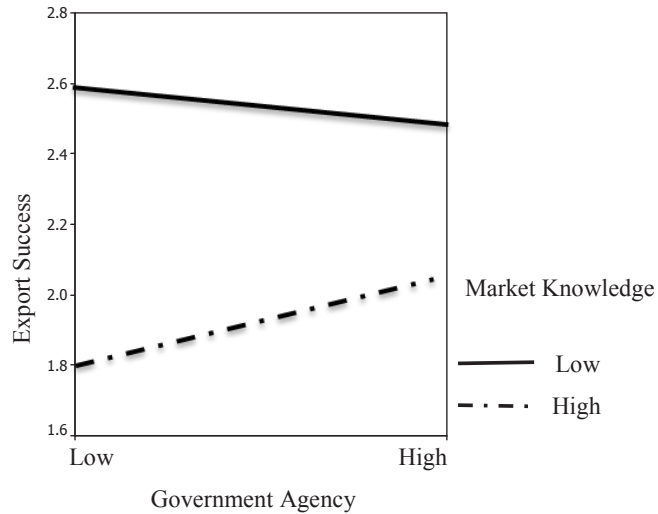


Figure 2 Market knowledge moderates between government agency and export success

Figure 2, shows the significant interaction effect of market knowledge and government agencies on export success. The graph illustrated that when the firms used high consistent government agencies, firms exhibited high export success equally on high market knowledge. Under higher government agencies firms had tended to increase export success when the firms use higher market knowledge whereas if the firm is low market knowledge exhibited export success is low.

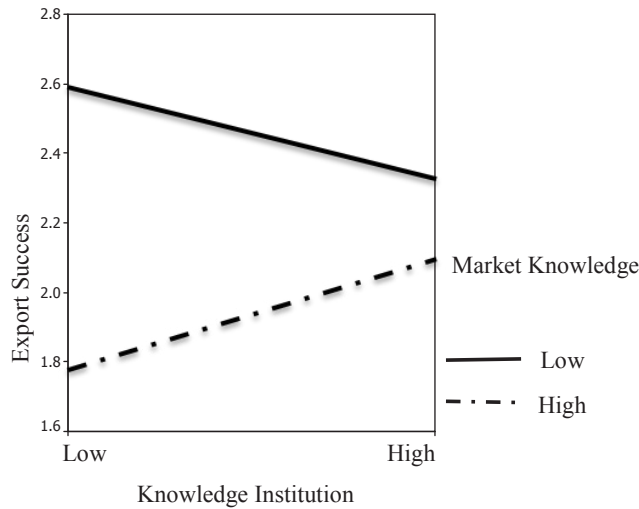


Figure 3 Market knowledge moderates between knowledge institution and export success

Figure 3, shows the significant interaction effect of market knowledge and knowledge institution on export success. The graph illustrated that when the firms used high consistent knowledge institution, firms exhibited high export

success equally on high market knowledge. Under higher knowledge institution firms had tended to increase export success when the firms use higher market knowledge whereas if the firm is low market knowledge exhibited export success is low.

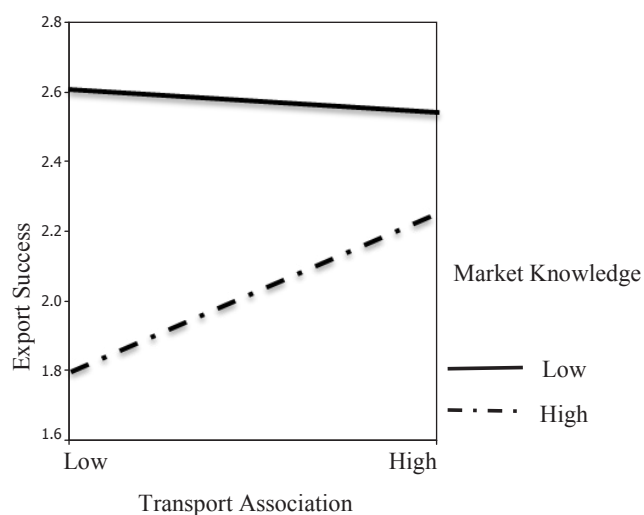


Figure 4 Market knowledge moderates between transport association and export success

Figure 4, shows the significant interaction effect of market knowledge and transport association on export success. The graph illustrated that when the firms used high consistent transport association, firms exhibited high export success equally on high market knowledge. Under higher transport association firms had tended to increase export success when the firms use higher market knowledge whereas if the firm is low market knowledge exhibited export success is low.

6. Discussions and Conclusions

Investing resources in building networks is fundamental in knowledge accumulation and in enhancing managerial capability. The finding of this study shows that allocation of resources towards these activities explains the variation in export success sustain in ASEAN Economic Community (AEC). The finding of this study is consistent with Chetty (2003); Yiu, Lau and Burton (2007); and Pongpanich and Phitya-Isarakul (2008). Contacts through networking are important in the internationalization process. Because, networking can help Thai's firms to identify new opportunities, obtain knowledge, and learn from experiences of other firms. In addition to networking, the efforts put into close working relationship with financial institutions are also important. Access to

financial support will benefit exporters who have poor resource. Besides, the finding concurs with Yiu, Lau and Burton (2007), explained that business network ties consisted of customers and suppliers, and institutional network ties such as government, financial institutions, and trade associations that positively related with international venturing. And also, the finding of this study is mix results support from the previous studies (Babakus, Yavas and Haahti, 2006; Kenny and Fahy, 2011). In addition, the finding of this study found that market knowledge in term of; knowledge of legal aspects of marketing in foreign market, knowledge of target market, and knowledge of foreign business culture as a moderating effect on the relationship between networking and export success sustain for ASEAN Economic Community (AEC). The finding of this study consistent with Sousa, Martínez-López, and Coelho (2008), explained that market knowledge as a moderating effect in export performance. It appears that firms' own experiential knowledge and knowledge from parties closely associated with their business is more valued. Our results also demonstrate that the networking resources and export success link are moderated by market knowledge. Our extension of extent research also indicates that the performance advantages of networking

resources are contingent on market knowledge factor. Particularly, government agencies, knowledge institutions and transport associations and export success link are strengthened by market knowledge.

The findings of the study show that networking resources is a determinant of export success of Thailand's firms. This indicates that a higher export success can be achieved through networking resources. Therefore, it is recommended that Thailand's firms should be encouraged to devote their efforts on financial institution and transport association considerations for competitive advantage in ASEAN and international market. It is because the financial institution consists of four organizations; EXIM-Bank, SME-Bank, commercial bank, and insurance company they are responsible for transferring funds from investors to companies in need of those funds. Financial institutions facilitate the flow of money through the economy. To do so, savings a risk brought to provide funds for loans. Such is the primary means for depository institutions to develop revenue. Should the yield curve become inverse firms in this arena will offer additional fee-generating services including securities underwriting. In addition, transport association consists of three organizations; transportation & logistics companies, distributors & export

trading companies, and raw material will achieve in export success. Because, the objectives of a transport association are; to have a standard ticketing and pricing system, acceptable timetable, and provide connection between different modes of transport, irrespective of the providing company.

Thailand's firms are to be successful in exporting; their firm's managers have invested resources in establishing networking relationship with the organizations to enhance your export marketing knowledge. This greater commitment and effort may provide Thailand's firms with an additional opportunity to enhance their competitive advantage as well as to achieve better performance. The managers of Thailand's firms who intend to expand their company's business to international markets and increase the contribution of export sales, export profit margin, export success in international market, and satisfaction with overall export success should take notice of the important of upgrading their resources in financial institution and transport association. In addition, the market knowledge has an indirect effect on the relationship between government agencies, knowledge institution, and transport association and export success. Similarly, firms used high consistent with government

agencies, knowledge institution, and transport association, and high market knowledge firms exhibited high export success equally.

The finding of this present study has discovered some interesting insights pertaining to the export success factors by the growing number of exporting manufacturing firm in Thailand. It has proved to contribute to our understanding on the impacts of resources factors in the management of success exporting activities. Though the various study constructs employed in this study has been satisfied certain level of research assumptions, care must also be taken within the context of the limitations and inherent assumptions inherent in this research. The study focused on the manufacturing exporting firms that were listed on Exporter Directory, Department of Export Promotion; Ministry of Commerce Thailand. Actually, there is more manufacturing firms exporting in Thailand who are not members of Department of Export Promotion (DEP), and it name list don't show in the listed of Exporter Directory. The respondents of the study are limited. Based on the limitations of the study mentioned above, the study has provided some recommends for future research. The methodology of the study is to directly send questionnaires by mail to the managers of firms in Thailand. However, it was difficult to receive a

response from them. Instead of using mail method in data collection, it is suggested that the particular sectors with enough population are identified and arrangements are made with the respondents to collect the needed information. Employing three measures add limited number of items in each measure of export success might have also restricted the discovery of the actual association between the resource profiles and export success. Others success measure should also be used in future studies e.g. export market penetration in current market and export market penetration in new market because the policy of Department of Export Promotion: DEP Thai, emphasize the need to penetrate in new export market in ASEAN countries.

7. Acknowledgement

I would like to express my gratitude to Rajamangala University of Technology Lanna in Hand-on Research Project (HR#2L), and all the lecturers who had generously shared their professional knowledge and expertise. I would not have been able to see its end without their support and encouragement.

References

- Babakus, E., Yavas, U., & Haahti, A. (2006). Perceived uncertainty, networking and export performance: A Study of Nordic SMEs. *European Business Review*, 18(1), 4-13.
- Bank of Thailand: BOT. (2012). From <http://www.bot.or.th>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Basly, S. (2007). The Internationalization of family SME: An Organizational learning and knowledge development perspective. *Baltic Journal of Management*, 2(2), 154-180.
- Batjargal, B. (2003). Social capital and entrepreneurial performance in Russia: A Longitudinal study. *Organization Studies*, 24(4), 535-556.
- Chen, C.N., Tzeng, L.C., Ou, W.M., & Chang, K.T. (2007). The Relationship among social capital, entrepreneurial orientation, organizational resources and entrepreneurial performance for new venture. *Contemporary Management Research*, 3(3), 213-232.
- Chetty, S.K. (2003). Explosive international growth and problems of success amongst small to medium-sized firms. *International Small Business Journal*, (21), 5-27.
- Crick, D. (2007). SMEs barriers towards internationalisation and assistance requirements in the UK. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 20(3), 233-244.
- Craig, J. (2003). Export marketing performance: A Study of Thailand firms. *Journal of Small Business Management*, 41(2), 213-221.
- Czinkota, M.R. (1996). Why national export promotion. *International Trade Forum*, 2, 10-13.
- Department of Trade and Negotiation Thailand. (2011). From <http://www.dtn.go.th/index.php?>
- Electronic Intelligence Center, SCB Thailand. (2011). *Moving forward with the AEC*. From www.scb.co.th/.../SCB%20Insight%20Feb%202011%20Eng_AEC.pdf
- Eriksson, K., Johanson, J., Majgard, A., & Sharma, D. (1997). Experiential knowledge and cost in the internationalization process. *Journal of International Business Studies*, 337-360.

- Export-Import Bank of Thailand, Thailand.* (2012). From <http://www.exim.go.th>.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The Problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Guillen, M.F. (2002). Structural inertia, imitation, and foreign expansion: South Korean firms and business groups in China, 1987-95. *Academy of Management Journal*, 45(3), 509-525.
- Hadley, R., & Wilson, I.M.H. (2003). The Network model of internationalisation and experiential knowledge. *International Business Review*, 12(6), 697-717.
- Hadjikhani, A. (1997). A Note on the criticisms against the internationalization process model. *Management International Review*, 37(2), 43-66.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. & Black, W.C. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). N.P.: Orentice Hall International.
- Institute for Small and Medium Enterprise Development, Thailand.* (2011). From <http://www.sme.go.th>
- Johanson, J., & Vahline, J.E. (1977). The internationalization process of the firm-a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8, 23-32.
- Johnson, S., McMillan, J., & Christopher, W. (2002). Courts and relational contracts. *Journal of Law, Economics & Organization*, 18(1), 221-277.
- Julian, C., & O'Cass, A. (2002). Examining the internal-external determinants of International Joint Venture (IJV) marketing performance in Thailand. *Australian Marketing Journal*, 10(2), 55-71.
- Kaleka, A. (2002). Resources and capabilities driving competitive advantage in export market: guidelines for industrial exporters. *Industrial Marketing Management*, 31, 273-283.
- Katsikeas, C.S., Leonidou, L.C., & Morgan, N. A. (2000). Firm-level export performance assessment: review, evaluation, and development. *Academy of Marketing Science Journal*, 28(4), 493-511.
- Kenny, B. & Fahy, A. (2011). Network resources and international performance of high tech SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(3), 529-555.
- Kim-Soon, N. (2004). *Value of export information, enhancement of export marketing competency, environmental characteristics and export venture performance* (Doctoral dissertation). Malaysia: Universiti Sains.

- Kogut, B. & Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities and the replication of technology. *Organizational Science*, 3, 383-397.
- Lee, C., Lee, K., & Pennings, J.M. (2001). Internal capabilities, external linkages, and performance: A Study on technology-based ventures. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 615-640.
- Leenders, R. Th. A.J., & Gabbay, S.M. (1999). *Corporate social capital and liability*. Boston, MA: Kluwer Academic.
- Lin, N. (1999). Building a network theory of social capital. *Connections*, 22(1), 28-51.
- Lin, N., Ensel, W.M., & Vaughn, J.C. (1981). Social resources and occupational status attainment. *Social Forces*, 59, 1163-1181.
- Ling-Yee, L., & Ogunmokun, G.O. (2001). The Influence of interfirm relational capabilities on export advantage and performance: an empirical analysis. *International Business Review*, 10, 399-420.
- Morgan, N.A., Zou, S.V., Vorhies, D.W., & Katsikeas, C.S. (2003). Experiential and informational knowledge, architectural marketing capabilities, and the adaptive performance of export venture. *Decision Sciences*. 34(2), 287-321.
- Mouzas, S. (2006). Efficiency versus effectiveness in business network. *Journal of Business Research*, 59, 1124-1132.
- Nugent, J.B., & Sukiassyan, G. (2009). Alternative strategies for firms in oppressive and corrupt states: informality or formality via associations?. *Contemporary Economic Policy*, 27(4), 423-439.
- OECD Report. (2009). *Top barriers and drivers to SME internationalization*. Report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship, OECD.
- Oyelaran-Oyeyinka, B. (2004). Learning and local knowledge institutions in African industry. *UNU-INTECH Discussion Papers, The United Nations University, Institute for New Technologies* (p.1-44.).
- Pennings, J.M., & Lee, K. (1999). *Social capital of organization: conceptualization, level of analysis, and performance implications*. In Corporate Social Capital and Liability, Leenders RTAJ, Gabbay SM (eds). Kluwer: New York, 43-67.

- Phadett, T. & Osman, M. (2012). The Moderating effect of government agency on the relationship between organizational resources and export market expansion. *Sripatum Review*, 12(2), 38-53.
- Pongpanich, C., & Phitya-Isarakul, P. (2008). Enhancing the competitiveness of Thai fruit exporters: an empirical study in China. *Contemporary Management Research*, 4(1), 15-28.
- Prufer, J. (2012). *Business associations and private ordering*. Retrieved March 8, 2012, from <http://ssrn.com/abstract=2025871>.
- Pyle, W. (2005). Contractual disputes and the channels for interfirm communication. *Journal of Law, Economics, and Organization*, 21(2), 547-575.
- Pyle, W. (2006). Resolutions, recoveries and relationships: The evolution of payment disputes in Central and Eastern Europe. *Journal of Comparative Economics*, 34, 317-337.
- Salaimeh, M.A., & Rousan, M.A.A. (2009). Issues in International Marketing Efforts. *American Journal of Scientific Research*, 11-14.
- Seibert, S.E., Kraimer, M.L., & Liden, C.L. (2001). A Social capital theory of career success. *In-Press Academy Management Journal*, 1-46.
- Shamsuddoha, A.K., & Ali, M.Y. (2006). Mediated effects of export promotion programs on firm export performance. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 18(2), 93-110.
- Siam Commercial Bank in Thailand*. (2011). From www.scb.co.th/.../SCB
- Sousa, C.M.P., Martínez-López, F.J., & Coelho, F. (2008). The Determinants of export performance: A Review of the research in the literature between 1998 and 2005. *International Journal of Management Reviews*, 10(4), 343-374.
- Steensma, K.H., Marino, L. & Weaver, M.K. (2000). Attitudes towards cooperative strategies: a cross cultural analysis of entrepreneurs. *Journal of International Business Studies*, 31(4), 591-609.
- Thai Transportation and Logistics Association*. (2010). From www.thetta.com
- Trairatvorakul, P. (2012, 27 January). *Bank of Thailand's policy direction in 2012*. Bangkok: Bank of Thailand.

- Tsai, M.T., & Shih, C.M. (2004). The Impact of marketing knowledge among managers on marketing capabilities and business performance. *International Journal of Management*, 21(4), 524-530.
- Toften, K. (2005). The Influence of export information use on export knowledge and performance. *Marketing Intelligence & Planning*, 23(2), 200-219.
- Vinding, A.L. (2001). Firms and Knowledge Institutions–The Innovation Potential in Low-Tech Sectors and Small Firms. *Proceeding at the Nelson and Winter Conference in Aalborg* (pp. 1-3).
- Wei, L.Q., & Lau, C.M. (2005). Market orientation, HRM importance and competency: Determinants of strategic HRM in Chinese firms. *International Journal of Human Resource Management*, 16(10), 1901-1918.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(171).
- Wilawan, D. (2006). Exporter-Intermediary relationship and export performance: An empirical study in Thailand. *Proceeding at the 2006 AIB Southeast Asia Regional Conference, 7-9 December 2006*. Bangkok.
- Yiu, D.W., Lau, C., & Bruton, G.D. (2007). International venturing by emerging economy firms: the effects of firm capabilities, home country networks, and corporate entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 38, 519-540.

รูปแบบการค้าระหว่างประเทศของไทย
กับคู่ค้าในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

International Trade Pattern Between Thailand
and Greater Mekong Subregion

อนุวัฒน์ ชลไพศาล*

Anuwat Cholpaisal*

ชนินทร์ มีโกคี**

Chanin Mephokee**

*อาจารย์ประจำ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*Lecturer, Faculty of Economics, Dhurakit Pundit University.

**รองศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

**Associate Professor, Faculty of Economics, Thammasat University.

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษารูปแบบการค้าระหว่างประเทศของไทยกับคู่ค้าในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ในช่วงปี พ.ศ. 2524-2553 โดยกรอบแนวคิดภูมิเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ ข้อมูลที่ใช้มีลักษณะ Panel data ผลการประมาณการด้วยวิธี Generalized Least Square พบว่า นอกเหนือจากตัวแปรทางเศรษฐกิจ อาทิ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อัตราภาษี และความสามารถเชิงนโยบายในการอำนวยความสะดวกด้านการค้า ตัวแปรระยะทาง (Distance) ซึ่งในแบบจำลองหมายถึง ต้นทุนธุรกรรม เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายรูปแบบของการค้าของไทยกับกลุ่มประเทศคู่ค้าในช่วงเวลาดังกล่าวได้ดี

นัยเชิงนโยบายคือ การปรับปรุงโครงสร้างการผลิต ควบคู่กับการพัฒนาประสิทธิภาพด้านการผลิต (Productivity) นโยบายด้านการค้าของไทยควรมุ่งจุดยืนในลักษณะการร่วมมือ มากกว่าการเป็นคู่แข่งกัน นอกจากนี้ ผลการศึกษาที่ยืนยันถึงประโยชน์ร่วมกันของการลด ต้นทุนธุรกรรมระหว่างประเทศในภูมิภาคนี้

คำสำคัญ: การค้าระหว่างประเทศ อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

Abstract

This paper uses geography economics framework to examine the pattern of international trade between Thailand and Greater Mekong Subregion (GMS) during 1981-2010. The paper applies the Generalized Least Square estimation to cope with incomplete panel data. The estimation result reveals that an improvement in term of economics variables; increase in real GDP, decrease in tariff rate and burden, has significantly positive effect to trade in the region. The result also shows that transaction cost has a large negative effect on the Thailand-GMS's trade pattern.

The paper suggests that; in order to generate trade within GMS economies, the policy makers need to set their priority to improve productivity as well as international transaction cost.

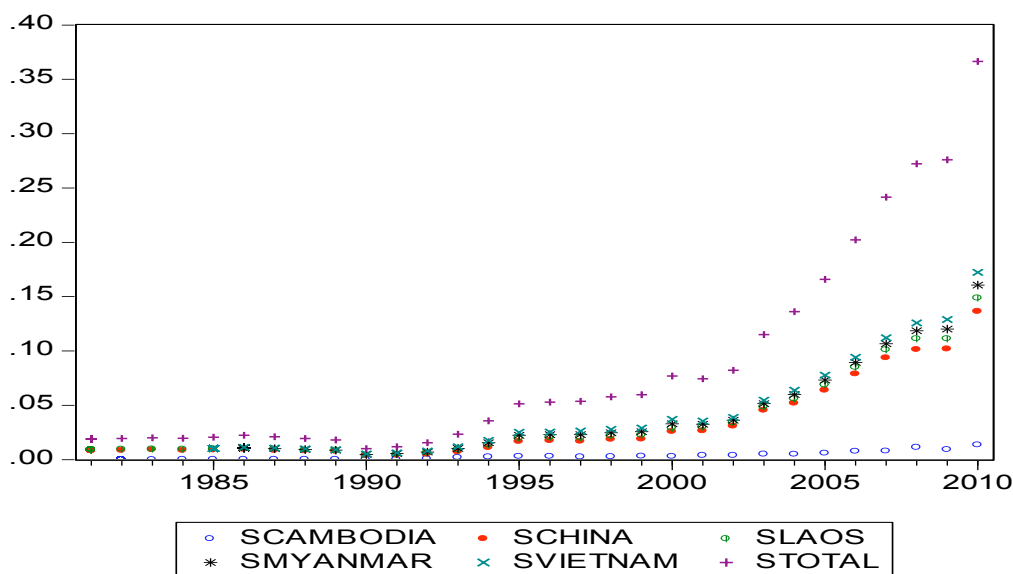
Keywords: International trade, Greater Mekong Subregion

บทนำ¹

ในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมา โครงสร้างการค้าระหว่างประเทศของไทยกับกลุ่มประเทศคู่ค้าในกรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) อันประกอบด้วย ลาว กัมพูชา เวียดนาม พม่า

และจีน (มณฑลตอนใต้คือ ยูนนาน และกวางสี) มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงโครงสร้าง และปริมาณ โดยข้อมูลระดับมหภาคด้านการค้าของไทยกับคู่ค้าในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงในช่วงเวลาดังกล่าว แสดงดังภาพที่ 1

หน่วย : เปอร์เซ็นต์



ภาพที่ 1 สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกของไทยกับคู่ค้าใน GMS ต่อ real GDP

ที่มา: ผู้วิจัยคำนวณจากข้อมูล UNCOMTRADE (Canada's trade analyzer database)

¹ บทความนี้สรุปใจความสำคัญจากงานวิจัยที่ผู้เขียนเสนอ สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้วิจัยขอขอบคุณทุนสนับสนุนจากโครงการมหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ (สกอ.-วช.) ขอขอบคุณ ธนณัฐ ฐปสม และไพรินทร์ ชลไพศาล ที่ทำหน้าที่ผู้ช่วยวิจัยอย่างดี

มูลค่าของการส่งออกของไทยกับประเทศคู่ค้าในภูมิภาคนี้เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดภายหลังวิกฤติการณ์การเงินใน พ.ศ.2540 (ภาพที่ 1) ปัจจุบัน สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกของไทยใน GMS ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของไทยเพิ่มขึ้นถึงระดับที่ใกล้เคียง 20%

จากข้อมูลข้างต้น กล่าวได้ว่า ความร่วมมือด้านการค้าการลงทุนของกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) ทำให้กลุ่มประเทศนี้เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ปัจจุบันความร่วมมือด้านการค้าระหว่างไทย และกลุ่มประเทศ GMS มีความสำคัญขึ้น โดยความร่วมมือดังกล่าวถูกส่งเสริมจากทั้งนโยบายการเปิดเสรีด้านการค้า และลักษณะทางภูมิศาสตร์คือ ความเชื่อมโยงของพื้นที่ที่ร่วมแม่น้ำเดียวกัน แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของการค้าระหว่างไทยกับ GMS นำไปสู่คำถามคือ ปัจจัยใดที่มีความสามารถในการอธิบาย และกำหนดรูปแบบแนวโน้มของมูลค่าการค้าของไทยกับคู่ค้าใน GMS และในด้านนโยบายการค้า ประเทศไทยควรมีจุดยืนเช่นไรในกรอบความร่วมมือนี้

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบของมูลค่าการส่งออกและนำเข้าของไทยกับคู่ค้าในภูมิภาคดังกล่าว จากกรอบแนวคิดทางภูมิเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ องค์ประกอบของบทความประกอบด้วย ส่วนที่ 2 วรรณกรรมปริทัศน์ ส่วนที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย ส่วนที่ 4 ผลการศึกษา และส่วนที่ 5 เป็นบทสรุป ส่วนรายละเอียดทางเทคนิคของวิธีประมาณการของบทความนี้ปรากฏใน ขันินทร์ มิโกดี้ และอนุวัฒน์ ชลไพศาล (2555)

วรรณกรรมปริทัศน์

1. แบบจำลองดุลยภาพทั่วไป

แบบจำลองดุลยภาพทั่วไปอธิบายลักษณะความสัมพันธ์ของหน่วยเศรษฐกิจ โดยระบบสมการจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรม ซึ่งมีข้อสมมติว่า หน่วยเศรษฐกิจแก้ปัญหา Optimization ของตน และสิ่งที่นักวิจัยสังเกตเป็นผลจากการแก้ปัญหา Optimization

แบบจำลองนี้เป็นที่นิยมใช้ศึกษาแนวโน้มการค้าการลงทุนภายใต้ความร่วมมือระหว่างประเทศ (ดูอาทิ โครงการศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการเปิดเสรีการค้าอาเซียน-จีน (2548), Qiu, Yang, Huang and Chen (2007)) อย่างไรก็ตาม การใช้แบบจำลองดุลยภาพทั่วไปมีข้อด้อยในประเด็นว่า ค่าพารามิเตอร์สำคัญในแบบจำลองไม่ได้เกิดจากการประมาณด้วยวิธีการทางเศรษฐมิติจากข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง แต่เป็นการกำหนดขึ้นเองจากนักวิจัย ทำให้การนำผลการศึกษาไปใช้ในการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมขึ้นกับว่านักวิจัยสามารถกำหนดค่าพารามิเตอร์ได้ใกล้เคียงค่าจริงมากน้อยเพียงใด

2. แบบจำลอง Gravity

แบบจำลอง Gravity เป็นที่นิยมใช้ในหมู่นักเศรษฐศาสตร์ในปัจจุบันด้วยเหตุเพราะความสามารถในการอธิบาย และพยากรณ์แนวโน้มการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ โดยการใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงด้วยวิธีการทางเศรษฐมิติ(ดูอาทิ Lampe (2008), Kapatsoyglou K. et al. (2009; 2010)) อย่างไรก็ตาม แบบจำลองนี้มักถูกวิจารณ์ในประเด็นว่า ขาดพื้นฐานที่เข้มแข็งด้านทฤษฎี ตัวอย่างบทวิจารณ์ข้อนี้ ดูอาทิ Bergstad (1985; 475) "Despite the (gravity) model's consistently high

statistical explanatory power, its use for predictive purposes has been inhibited owing to an absence of strong theoretical foundation."

หากพิจารณาในบริบทของงานวิจัยที่ใช้แบบจำลอง Gravity ในกรอบความร่วมมือ GMS Fujimura and Edmonds (2006) เป็นงานศึกษาแรกที่ประยุกต์แบบจำลอง Gravity เพื่อศึกษาผลของการพัฒนาสาธารณูปโภคด้านคมนาคม ต่อปริมาณการส่งออก และการลงทุนระหว่างกลุ่ม

ประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งบทความนี้ใช้เป็นแบบจำลองหลักอันมีรายละเอียดในส่วนต่อไป

ระเบียบวิธีวิจัย

บทความนี้ประยุกต์แบบจำลองของ Fujimura and Edmonds (2006) ซึ่งสมมุติให้ฟังก์ชันมูลค่าที่แท้จริงของการส่งออกและการนำเข้าสามารถเขียนความสัมพันธ์ในรูปแบบ Cobb-Douglas

$$\ln EX_{ijt} = \ln \beta_0 + \beta_1 \ln Y_{it} + \beta_2 \ln Y_{jt} + \beta_3 \ln \left(\frac{Y}{n} \right)_{it} + \beta_4 \ln \left(\frac{Y}{n} \right)_{jt} + \beta_5 \ln B_{jt} + \beta_6 \ln T_{jt} + \beta_7 \ln D_{ij} + \ln \varepsilon_{ij} \quad \dots (1)$$

$$\ln IM_{ijt} = \ln \alpha_0 + \alpha_1 \ln Y_{it} + \alpha_2 \ln Y_{jt} + \alpha_3 \ln \left(\frac{Y}{n} \right)_{it} + \alpha_4 \ln \left(\frac{Y}{n} \right)_{jt} + \alpha_5 \ln B_{it} + \alpha_6 \ln T_{it} + \alpha_7 \ln D_{ij} + \ln \mu_{ij} \quad \dots (2)$$

ในสมการ (1) และ (2) สัญลักษณ์ t คือ ช่วงเวลา สัญลักษณ์ i คือ ประเทศไทย ส่วนสัญลักษณ์ j คือ คู่ค้าของไทยในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ดังนั้น ตัวแปรตาม EX_{ijt} คือมูลค่าที่แท้จริงของการส่งออกจากประเทศไทยไป j ในปี t IM_{ijt} คือมูลค่าที่แท้จริงของการนำเข้าของประเทศไทยจาก j ในปี t ซึ่งจากกรอบแนวคิดของแบบจำลอง Gravity ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายโดยตัวแปรร่วมกัน 3 กลุ่มคือ

หนึ่ง คือ ตัวแปรด้านขนาดของประเทศ Y_{it}, Y_{jt} คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง (Real GDP) ของประเทศ i และ j ในปี t มีหน่วยเป็น 1 ล้าน USD

$\left(\frac{Y}{n} \right)_{it}, \left(\frac{Y}{n} \right)_{jt}$ คือ อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อจำนวน

ประชากร (Growth of GDP per capita) ของประเทศ i และ j ในปี t มีหน่วยเป็น เปอร์เซนต์
สอง คือ ตัวแปรเชิงนโยบายการค้าระหว่างประเทศ

B_{it}, B_{jt} คือ ดัชนีที่วัดความเอื้ออำนวยด้านการค้าและการลงทุน (Burden of customs procedure) ของประเทศ i และ j ในปี t มีหน่วยเป็น เลขดัชนี 1-7 โดยค่าน้อย 1 แสดงถึงอุปสรรคมาก

T_{it}, T_{jt} คือ อัตราภาษีเฉลี่ยของประเทศ i และ j ในปี t มีหน่วยเป็น เปอร์เซนต์

และสาม คือ ตัวแปรเชิงภูมิศาสตร์

D_{ij} คือ ระยะทางระหว่างเมืองหลวงของประเทศ i และ j มีหน่วยเป็น กิโลเมตร

โดยที่ β_i และ $\alpha_i, i = 1, 2, \dots, 7$ คือ

ค่าพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณการ โดยค่าพารามิเตอร์นี้มีลักษณะของค่าความยืดหยุ่น (Elasticity)

ข้อมูลที่ใช้ในการประมาณการมีลักษณะ Panel data ซึ่งเป็นข้อมูลลักษณะผสมระหว่างภาคตัดขวาง และอนุกรมเวลาในช่วงปี พ.ศ. 2524-2553 (ค.ศ. 1981-2010) ซึ่งใช้วิธีการประมาณการทางเศรษฐมิติที่เหมาะสมกับข้อมูลลักษณะเช่นนี้เรียกว่า Generalized Least Square (ดู Baltagi (1995), ขนิษฐ์ มีโกศล และ อนุวัฒน์ ชลไพศาล (2555))

ผลการศึกษา

1. ลักษณะทั่วไปทางสถิติของข้อมูล

ข้อมูล Panel data ของกลุ่มประเทศใน GMS บางตัวมีความไม่สมบูรณ์ ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลบางตัวเพิ่งเริ่มมีการจัดทำในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ความจำกัดของข้อมูลลักษณะนี้เป็นปัญหาร่วมกันของงานศึกษาเชิงประจักษ์โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศ GMS (ดู Fujimura and Edmonds (2006), มนินสา นวลเต็ม (2553) เป็นต้น) เพื่อบรรเทาปัญหาจากข้อจำกัดของข้อมูล ในการประมาณการมีการเพิ่มข้อสมมติดังนี้

ก. กำหนดให้ ดัชนีวัดความเอื้ออำนวยด้านการค้าและการลงทุนของแต่ละประเทศในช่วง missing data มีลักษณะไม่เปลี่ยนแปลงจากค่าดัชนีที่ปรากฏในปีล่าสุด

ข. มูลค่าการส่งออกและนำเข้าของไทยกับ ญานาน และกวางสี เท่ากับ 10% ของมูลค่าการส่งออกและนำเข้าของไทยกับจีนตลอดช่วงเวลาในการศึกษา

ลักษณะทั่วไปทางสถิติของข้อมูล รวมถึงแหล่งที่มาของข้อมูลในการประมาณสรุปในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางสถิติของข้อมูล

ตัวแปร	หน่วยนับ	ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน)	ค่ามากที่สุด (ค่าน้อยสุด)	แหล่งที่มา
มูลค่าการส่งออกจากไทยไป				
กัมพูชา	1 ล้าน USD	478.95 (633.91)	2342 (0)	1
จีน (ยูนาน และกวางสี)	1 ล้าน USD	422.23 (591.93)	2147 (27)	1
สปป. ลาว	1 ล้าน USD	463.16 (561.38)	213 (29)	1
พม่า	1 ล้าน USD	405.63 (500.67)	2072 (17)	1
เวียดนาม	1 ล้าน USD	1132.10 (1681.08)	5845 (8)	1
มูลค่าการนำเข้าของไทยจาก				
กัมพูชา	1 ล้าน USD	42.93 (51.97)	214 (6)	1
จีน (ยูนาน และกวางสี)	1 ล้าน USD	506.53 (668.24)	2424 (57)	1
สปป. ลาว	1 ล้าน USD	146.90 (196.30)	749 (31)	1
พม่า	1 ล้าน USD	721.66 (1014.05)	3376 (59)	1
เวียดนาม	1 ล้าน USD	353.70 (449.38)	1441 (39)	1

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ (x)				
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง (Real GDP)	1 ล้าน USD	489282.10 (805045.10)	3744997 (736)	4
อัตราการเติบโตของ GDP ต่อจำนวนประชากร (Growth of GDP per capita)	USD	7.27 (394)	15 (-11)	4
ดัชนีวัดความแออัดด้านการค้า (Burden)	เลขดัชนี (1=อุปสรรคมาก, 7=ไม่มีอุปสรรค)	3.7 (0.65)	5 (3)	2
อัตราภาษีเฉลี่ย (Tariff rate)	เปอร์เซ็นต์	11.19 (7.68)	35 (3)	4
ระยะทาง (distance)	กิโลเมตร	732.00 (320.45)	1280 (521)	3

ที่มา: รวบรวมโดยนักวิจัย

หมายเหตุ แหล่งที่มาของข้อมูล 1. UNCOMTRADE (Canada's trade analyzer database)

2. ธนาคารโลก ฐานข้อมูล Doing Business database 3. www.distance.com

และ 4. ธนาคารโลก ฐานข้อมูล World data bank

2. ผลประมาณการแบบจำลอง

การใช้ข้อมูลลักษณะ Panel ในการประมาณการสามารถเกิดปัญหาทางเศรษฐมิติ 2 ปัญหา คือ (1) Heteroskedasticity ซึ่งผู้วิจัยสามารถทดสอบว่า แบบจำลองปัญหานี้หรือไม่โดยใช้ Likelihood Ratio test และ (2) Autocorrelation ซึ่งสามารถทดสอบโดยใช้ Woodridge test ปัญหาทั้งสองประการนี้มีผลทำให้การประมาณการแบบ Ordinary Least Square มีปัญหาการ Inference ซึ่งผลการทดสอบพบว่า p-value ของ test ทั้งสองน้อยกว่า 0.05 ทำให้สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่า แบบจำลองไม่มีปัญหา Heteroskedasticity และ Autocorrelation ดังนั้น ผู้วิจัยจึงประมาณการสมการ 1 และ 2 ด้วยวิธี Generalized Least Square ซึ่งเป็นวิธีการประมาณการทางเศรษฐมิติ

ที่ใช้แก้ปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยประมาณการทั้งวิธี Fixed effect และ Random effect โดยผลการทดสอบ Hausman test พบว่า การประมาณการด้วย Random effect ให้ค่าประมาณการที่มีประสิทธิภาพ (Efficient) มากกว่า Fixed effect ผลการประมาณการมูลค่าการส่งออก (แบบจำลองที่ 1, 2) และนำเข้า (แบบจำลองที่ 3, 4) ของไทยกับประเทศคู่ค้าใน GMS แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประมาณการ

ตัวแปรอธิบาย	แบบจำลองที่ 1 (การส่งออก)	แบบจำลองที่ 2 (การส่งออก)	แบบจำลองที่ 3 (การนำเข้า)	แบบจำลองที่ 4 (การนำเข้า)
GDP ที่แท้จริงของไทย	1.07** (0.84)	0.89* (0.51)	0.91** (1.25)	0.35** (1.19)
GDP ที่แท้จริงของประเทศคู่ค้า	0.78** (0.37)	0.72* (0.23)	0.48** (0.62)	0.66** (0.55)
การเติบโตของ GDP ต่อประชากร ของไทย	-3.85** (1.22)	(dropped)	-2.19 (2.38)	(dropped)
การเติบโตของ GDP ต่อประชากร ของประเทศคู่ค้า	3.01 (1.47)	(dropped)	1.55 (1.14)	(dropped)
อุปสรรคทางการค้าของประเทศคู่ค้า	2.07 (1.68)	(dropped)	-2.27 (1.98)	(dropped)
อัตราภาษีเฉลี่ยของประเทศคู่ค้า	-1.85 (0.97)	-0.64** (0.62)	0.26 (1.13)	-1.17** (0.81)
ระยะทางจากไทยสู่ประเทศคู่ค้า	-0.09** (0.98)	-1.77* (0.57)	0.63 (1.56)	-1.52** (0.91)
Ward Chi-square (p-value)	491.46 (0.00)	447.82 (0.00)	302.84 (0.00)	279.62 (0.00)
R square within	0.72	0.61	0.66	0.43

ที่มา: ประมาณการโดยผู้วิจัย

ตัวเลขนอกวงเล็บคือ พหุคูณที่ประมาณการ ในวงเล็บคือ Standard error

สัญลักษณ์ ** (*) แสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ 90 (95) เปอร์เซ็นต์ตามลำดับ

ความสามารถของแบบจำลองในการอธิบายข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของไทยกับคู่ค้าอยู่ในเกณฑ์ดี ค่า R square ของแบบจำลองเท่ากับ 0.72, 0.61, 0.66 และ 0.43 แบบจำลองที่ 1 และ 3 คือแบบจำลองที่ใช้ตัวแปรตามทฤษฎีทุกตัวในการอธิบาย ส่วนแบบจำลองที่ 2 และ 4 คือแบบจำลองที่ตัดตัวแปรบางตัวออกจากการอธิบาย

เหตุที่ผู้วิจัยตัดตัวแปรบางตัวออกเนื่องจากเกิดความสัมพันธ์เชิงเส้นกันสูงระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) เช่น คู่ของอุปสรรคทางการค้า กับอัตราภาษีเฉลี่ยของประเทศคู่ค้า เป็นต้น นอกจากนี้ ผลการประมาณการในแบบจำลองที่ 1 และ 3 พบว่า สัมประสิทธิ์ของการ

ประมาณการการเติบโตของ GDP ต่อประชากรของไทยมีค่าลบ (-3.85, -2.19) ซึ่งขัดแย้งกับทฤษฎี ขณะที่สัมประสิทธิ์ของการประมาณการการเติบโตของ GDP ต่อประชากรของประเทศคู่ค้า และอุปสรรคทางการค้าของประเทศคู่ค้า แม้มีเครื่องหมายตรงตามคำพยากรณ์ทางทฤษฎี แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้วิจัยเลือกแบบจำลองที่ 2 ในการอธิบายผลการศึกษาด้านการส่งออก (ส่วนแบบจำลองที่ 4 สามารถอธิบายผลด้านการนำเข้าด้วยวิธีเดียวกัน) การประมาณการมูลค่าการส่งออกของไทยกับคู่ค้าใน GMS ที่ได้ สามารถเขียนดังนี้

$$\ln EX_{ijt} = -12.65^{**} + 0.89 \ln Y_{it} + 0.72 \ln Y_{jt} - 0.64^{**} \ln T_{jt} - 1.77 \ln D_{ij}$$

พิจารณาจากผลการประมาณการพบว่าตัวแปร ผลิตรวมมวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง (Real GDP) ของไทย และกลุ่มประเทศคู่ค้าใน GMS มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อมูลค่าการส่งออกของไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางทฤษฎี และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ส่วนอัตราภาษีเฉลี่ยของประเทศคู่ค้าและระยะทาง มีความสัมพันธ์ทางลบ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90 และ 95 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

การอธิบายผลส่วนเพิ่มของปัจจัยต่างๆ ในเชิงปริมาณ เนื่องจากแบบจำลองในรูป Log linear ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของการประมาณการสามารถอธิบายในลักษณะของความยืดหยุ่นดังนี้

กลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อมูลค่าการส่งออกของไทย เมื่อผลิตรวมมวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง (Real GDP) ของ

ไทย และกลุ่มประเทศคู่ค้าใน GMS เพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่ จะมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกที่แท้จริงของไทยสู่ประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น 0.89 และ 0.72 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ ซึ่งแสดงถึงลำดับความสำคัญของผลิตรวมมวลรวมภายในประเทศที่แท้จริงของไทยที่มีมากกว่าประเทศคู่ค้าใน GMS โดยเปรียบเทียบ

ส่วนกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบต่อมูลค่าการส่งออกของไทย เมื่ออัตราภาษีเฉลี่ยของประเทศคู่ค้า และระยะทางระหว่างไทยกับประเทศคู่ค้าใน GMS เพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่ จะมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกที่แท้จริงของไทยลดลง 0.64 และ 1.77 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

ผลการประมาณการของบทความนี้สามารถเปรียบเทียบกับงานวิจัยล่าสุดที่อธิบายรูปแบบการค้าระหว่างประเทศใน GMS ได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบผลการประมาณการ

ตัวแปร Gravity	บทความ		Fujimura and Edmonds (2006)	มนิส (2553) การส่งออก
	การส่งออก (แบบจำลอง 2)	การนำเข้า (แบบจำลอง 4)		
ช่วงเวลา	1981-2010	1981-2010	1981-2003	1997-2008
GDP ที่แท้จริงของไทย	0.89*	0.35*	1.64* (exporter)	0.85*
GDP ที่แท้จริงของประเทศคู่ค้า	0.72*	0.66*	1.61* (importer)	0.62*
การเติบโตของ GDP ต่อประชากร	1.07*	-2.19	N.A.	N.A.
อุปสรรคทางการค้า	2.07	-2.27	N.A.	N.A.
อัตราภาษี	-0.64*	-1.17*	-0.66*	N.A.
ระยะทาง	-1.77*	-1.52*	-5.34*	-1.17*
จำนวนประชากร	N.A.	N.A.	-0.83 (exporter)	-1.10
อัตราแลกเปลี่ยน	N.A.	N.A.	N.A.	1.12*

ที่มา: ผู้วิจัย สัญลักษณ์ * แสดงว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 3 แสดงให้เห็นลักษณะคล้ายคลึงกันของผลการศึกษากับงานวิจัยในอดีตที่มีลักษณะใกล้เคียง แม้จะมีความแตกต่างกันของช่วงเวลา และตัวแปรของแบบจำลอง Gravity ที่งานแต่ละชิ้นพิจารณา ตัวแปรที่ Fujimura and Edmonds (2006) ใส่ในการอธิบายเพิ่มคือ จำนวนประชากร ขณะที่มนิส นวลเต็ม (2553) คือ บทบาทของอัตราแลกเปลี่ยน ข้อสังเกตจากตารางคือ ตัวแปรด้านระยะทาง ล้วนมีนัยสำคัญทางสถิติ และส่งผลกระทบต่อมูลค่าการค้าระหว่างประเทศทั้งสิ้น โดยค่าประมาณการที่ต่างกัน ส่วนหนึ่งมา

จากช่วงเวลาที่แตกต่างกัน และตัวแปรทางทฤษฎีที่ผู้วิจัยเชื่อว่ามีผลในการอธิบายมูลค่าของการค้าระหว่างประเทศในช่วงเวลาดังกล่าว

บทสรุป

บทความนี้ใช้กรอบแนวคิดภูมิเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ (Geography international economics) หรือที่รู้จักกันในชื่อแบบจำลอง Gravity ในการอธิบายรูปแบบของการค้าระหว่างประเทศของไทยกับกลุ่มประเทศ GMS ในช่วงปี พ.ศ. 2524-2553

ผลการศึกษาพบว่า นอกเหนือจากตัวแปรทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศคู่ค้า อาทิ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง อัตราภาษี และความสามารถเชิงนโยบายในการอำนวยความสะดวกด้านการค้า ตัวแปรระยะทาง (Distance) ซึ่งแบบจำลองต้องการหมายถึง ต้นทุนธุรกรรม เป็นตัวแปรหลักที่สามารถอธิบายรูปแบบของการค้าระหว่างประเทศของไทยกับกลุ่มประเทศ GMS ได้ดี

ด้านนโยบายเชิงนโยบาย เมื่อพิจารณาผลการประมาณการที่พบว่า ความยืดหยุ่นของมูลค่าการค้าของไทย ต่อ Real GDP ของไทยและประเทศคู่ค้าใน GMS มีความใกล้เคียงกัน (0.89 เทียบกับ 0.72) ในด้านการส่งออก แต่ต่างกันเมื่อพิจารณาด้านการนำเข้า (0.35 เทียบกับ 0.66) แสดงให้เห็นว่า ในอนาคต หากโครงสร้างและรูปแบบความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศของไทยกับ GMS ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมมากนัก ตัวแปรเชิงนโยบายที่ควรให้ความสำคัญเพื่อเพิ่มมูลค่าของการส่งออกคือ การให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างการผลิต โดยเพิ่มสัดส่วนของการผลิตสินค้า และบริการชั้นกลาง และขั้นสุดท้ายที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ควบคู่กับการพัฒนาประสิทธิภาพด้านการผลิต (Productivity) ซึ่งสามารถสะท้อนผ่าน Real GDP ของไทย และคู่ค้า นอกจากนี้ นโยบายด้านการค้าของไทยควร

มีจุดยืนเพื่อส่งเสริมประเทศในกลุ่มในลักษณะการร่วมมือกันมากกว่าการเป็นคู่แข่งขึ้นด้านการค้า ทั้งนี้เนื่องจาก Real GDP ของคู่ค้าใน GMS ที่เพิ่มขึ้น เท่ากับการเพิ่มอุปสงค์ต่อสินค้าส่งออกของไทยในอนาคต

ตัวแปรสำคัญเชิงนโยบายคือ ตัวแปรระยะทาง ซึ่งหมายถึง ต้นทุนธุรกรรม ผลการศึกษาพบว่า ความยืดหยุ่นของมูลค่าการค้าของไทย ต่อระยะทางเท่ากับ -1.77 ในด้านการส่งออก และ -1.52 ด้านการนำเข้า ซึ่งแสดงให้เห็นประโยชน์ของการสนับสนุนมาตรการลดอุปสรรคทางการค้า ลดต้นทุนทางธุรกรรม ในกลุ่มความร่วมมือ GMS ในด้านต่างๆ อาทิ การเสนอข้อตกลงการค้าเสรีกับคู่ค้าใน GMS (เพิ่มเติมจากกรณีค้า ผลไม้ของไทยกับจีน) การลดอุปสรรคทางการค้า ศุลกากร ตามแนวชายแดนการค้า การอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลพื้นฐาน กฎระเบียบด้านการลงทุน และมาตรการด้านภาษีแก่นักลงทุนที่มีศักยภาพที่จะเป็นผู้ลงทุนในภูมิภาคนี้ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะเศรษฐศาสตร์. (2548). *โครงการศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการเปิดเสรีการค้าอาเซียน-จีน*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- ชนินทร์ มีโกศล, และอนุวัฒน์ ชลไพศาล. (2555). *การพัฒนาความร่วมมือด้านการค้าการลงทุนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (รายงานผลการวิจัย)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และคณะกรรมการวิจัยร่วม สกอ.-วช.
- มนิสา นวลเต็ม. (2553). *บทประยุกต์ Gravity Model: การค้าไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Aderson, J. (1979). A Theoretical foundation for the gravity equation. *American Economic Review*, 69, 106-116.
- Baltagi, B. (1995). *Econometric analysis of panel data*. N.P.: John Wiley and Son.
- Bergstrand H. (1985). The Gravity equation in international trade: some microeconomic foundations and empirical evidence. *Review Economic Statistics*, 67(3), 474-481.
- Fujimura, M., & C. Edmonds. (2006). Impact of cross-border transport infrastructure on trade and investment in the GMS. *ADB Discussion Paper No. 48*.
- Kepaptsoglou K., et al. (2009). Analyzing free trade agreements effects in the Mediterranean region: a sure gravity model based approach. *Transportation Research Record*, 2097, 88-96.
- Kepaptsoglou, K., et al. (2010). The Gravity model specification for modeling international trade flows and Free Trade Agreement effects: A 10-year review of empirical studies. *The Open Economics Journal*, 3, 1-13.
- Lampe M. (2008). Bilateral trade flows in Europe, 1857-1875: a new dataset. *Research in Economic History*, 26(1), 81-155.
- Lee H., & Park I. (2007). In search of optimized regional trade agreements and applications to East Asia. *World Economy*, 30(5), 783-806.
- Qiu, H., Yang, J., Huang, J. & Chen, R. (2007). Impact of China-ASEAN Free Trade Area on China's international agricultural trade and its regional development. *China & World Economy*, 15(4), 77-90.

รูปแบบองค์ประกอบของการบริหาร
จัดการของศูนย์การศึกษาอกระบบ
และการศึกษาตามอัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานคร

A Substantive Elements for
Administrative Model of Non-Formal
and Informal Education Centers in Bangkok Metropolis

สิริกวินท์ ครูครองพันธุ์*
Sirikawin Krutkrongphan*

*ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษาอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขตทวีวัฒนา

*Director of Thawiwatthana District Non-Formal and Informal Education Centre.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. วิเคราะห์ปัจจัยเชิงระบบของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขต 2. พัฒนารูปแบบสาระองค์ประกอบของการบริหารจัดการของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขต การวิจัยนี้ใช้ประชากรเป็นตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหารศูนย์การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานครเขตละ 1 คน รวม 50 คน และครูกศน. 50 เขตๆ ละ 4 คน รวม 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามเชิงสำรวจความคิดเห็นการปฏิบัติ ปัจจัยเชิงระบบด้านปัจจัยนำเข้า (7 สาระคือ ผู้บริหาร ครูกศน. ผู้เรียน สื่อ หลักสูตร งบประมาณและนโยบาย) ปัจจัยกระบวนการ (8 สาระคือ เป้าหมาย เทคโนโลยี โครงสร้าง จิตสังคม กลยุทธ์ จัดองค์การ ภาวะผู้นำ และการควบคุม) ปัจจัยผล (3 สาระคือ ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลที่ตามมา) แบบสัมภาษณ์ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยที่มีผลประมาณค่าสูงที่สุด 3 เขต และแบบสอบถามเพื่อศึกษาความเหมาะสมของรูปแบบด้วยการสนทนากลุ่มสนใจ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสำรวจใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และใช้สถิติในการวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยเชิงระบบประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (7 สาระตัวชี้วัด) ปัจจัยด้านกระบวนการ (8 สาระ ตัวชี้วัด) ปัจจัยด้านผล (3 สาระ ตัวชี้วัด) โดยมีสาระที่เป็นตัวแปรแฝง ล้วนส่งผลต่อการบริหารจัดการของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเลือกสถานศึกษาที่มีคะแนนปัจจัยเชิงระบบในระดับที่สูงสุดมาจำนวน 3 แห่ง เพื่อศึกษากรณี (Case Study) เจาะลึกเกี่ยวเนื่องผลตรงตามการวิจัยเชิงสำรวจ และผลการสนทนากลุ่มสนใจ ทำให้มั่นใจได้ว่าตัวชี้วัดและสาระองค์ประกอบศึกษานี้เป็นรูปแบบการบริหารจัดการของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขต ใช้เป็นรูปแบบการบริหารจัดการของกศน.ได้

คำสำคัญ: การวิเคราะห์ระบบ รูปแบบสาระองค์ประกอบของการบริหารจัดการของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
รูปแบบสาระองค์ประกอบขององค์กร กศน.เขต

Abstract

The research purposes were: 1. to systematically analyze Non-formal and Informal Education Centers (NFE) in Bangkok Metropolis in terms of context, input, process, product, output and outcome; 2. to analysis Substantive Elements for Administrative model of Non-formal and Informal Education Center in relevant to the matter in (1) Population as a sample of the study included 50 administrators and 200 teachers from fifty Centers; one Center /four ones. The research instruments used were questionnaires and interview schedules on Organization Element Model developed by the researcher. Data collecting and processing were done. Frequency, percentage, μ, σ were used for descriptive analysis. Standardized Coefficient (β) from multiple regression analysis was used as Confirmatory Factor Analysis (CFA). Moreover 3 highest ranking Centers case study and Focus Group Discussion Techniques were utilized.

The results of the study were three parts. Part one showed the empirical study that all the organization elements of Non-formal and Informal Education Centers were rated as high level and confirmed by using CFA.

Part two explained the in -depth case study in three NFE confirming the result of descriptive statistic Analysis in Part 1. Apart from this, Focus Group Discussion Technique by a group of Non-formal and Informal Education Centers specialists also agreed on the proposed Administrative model of Non-formal and Informal Education Centers

Keywords: System analysis, Substantive Elements for Administrative model of Non-formal and Informal Education Center in Bangkok Metropolis, The Organization Elements Model = OEM

บทนำ

การศึกษานอกระบบหรือการศึกษา
นอกโรงเรียนมีประวัติมายาวนาน การศึกษา
นอกโรงเรียนของไทยได้มีมาก่อนที่จะตั้งกองการ
ศึกษาผู้ใหญ่อย่างเป็นทางการ เมื่อ พ.ศ. 2483
และสามารถสืบย้อนหลังไปได้ถึงยุคโบราณก่อน
จารึกหลักฐานทางประวัติศาสตร์ จนถึงสมัย
พ่อขุนรามคำแหงที่ได้ทรงประดิษฐ์อักษรไทย
พ.ศ. 1826 ทำให้คนไทยมีตัวหนังสือไทยใช้ศึกษา
เล่าเรียนสืบมา จวบจนถึงสมัยรัชกาลที่ห้าแห่ง
กรุงรัตนโกสินทร์ จึงมีการศึกษาในโรงเรียนตาม
แบบอย่างตะวันตก โรงเรียนที่จัดตามแบบอย่าง
ตะวันตกนี้นับเป็นต้นแบบของการศึกษาภาค
บังคับของไทยต่อๆ มาจนถึงปีพ.ศ. 2483 รัฐได้
ตัดสินใจจัดการศึกษาผู้ใหญ่ขึ้น เพื่อจัดการไม่
รู้หนังสือให้ลดน้อยลง และเพื่อให้การศึกษาเป็น
มรรควิธีในการพัฒนาประเทศและเพื่อ
ส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย
(สุนทร สุนันท์ชัย, 2547) และในสภาพปัจจุบัน
การจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตาม
อัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานครแบ่งสถานศึกษา
เป็น 50 เขต จัดกิจกรรมทั้งการศึกษาขั้นพื้น
ฐานและมีกิจกรรมทักษะอาชีพ โดยมีการแต่งตั้ง
ผู้อำนวยการปฏิบัติงานในพื้นที่ของกศน.เขตบาง
เขตมีบุคลากรที่เป็นข้าราชการประจำกศน.เขต
ละ 1-2 คน เท่านั้น จัดการเรียนการสอนโดยครู
ศูนย์การเรียนชุมชนหรือปัจจุบันเรียกว่าครูกศน.
ตำบลซึ่งใน ใช้ศูนย์การเรียนชุมชนเป็นที่จัดการ
เรียนการสอน ครูผู้สอนมักมีการสับเปลี่ยนอยู่
บ่อยๆ ทำให้งานขาดความต่อเนื่อง ซึ่งการจัด
ตั้งกศน.เขตในกรุงเทพมหานครนี้เกิดขึ้นอย่าง
รวดเร็วโดยขาดความพร้อมด้านปัจจัยสนับสนุน
อยู่มากทั้งที่เป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญต่อ
ประชาชนกลุ่มใหญ่ และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัย

ระบบของกศน.เขตในกรุงเทพมหานครแล้วพบว่า
มีข้อจำกัดค่อนข้างมาก นอกจากนั้นกศน.ยังไม่มี
รูปแบบการบริหารจัดการที่ชัดเจนและมีปัญหา
ความไม่พร้อมของเครือข่ายที่จะเปิดรับสถาน
ศึกษากศน.เขต สำหรับงานกศน.แล้วเป็นการ
ศึกษาเพื่อปวงชน (Education for all) ซึ่งมนุษย์
ทุกคนในโลกใบนี้ต้องได้รับการศึกษาหรืออีก
นัยหนึ่ง การศึกษาต้องจัดให้มนุษย์ทุกคน
(ปริญานุษ จริยวิทยานนท์.สำนักงานปลัด
กระทรวงศึกษาธิการ) และนับเป็นประวัติศาสตร์
ของการศึกษาที่ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพจัด
“การประชุมระดับสูงว่าด้วยการศึกษาเพื่อปวง
ชน” (The Tenth Education for All High Level
Group Meeting) ครั้งที่ 10 ระหว่างวันที่
22-24 มีนาคม 2554 ณ โรงแรมรอยัล คลิฟ
บีชรีสอร์ท จอมเทียน-พัทยา จ.ชลบุรี เพื่อเป็น
เวทีติดตามความเคลื่อนไหวของการศึกษาเพื่อ
ปวงชนที่ทั่วโลกได้ตั้งเป้าหมายไว้ และเป็นการ
ยืนยันให้โลกรับรู้ว่าประเทศไทยส่งเสริมให้
ประชาชนทุกคนได้มีโอกาสทางการศึกษาอย่างมี
คุณภาพ และเท่าเทียมกันในทุกมิติ และทุกระบบ
การศึกษา(สำนักความสัมพันธ์ต่างประเทศ สป.)
ซึ่งหากทุกภาคส่วนเข้ามาร่วมกันจัดการศึกษากับ
กศน. (All for Education) ก็จะทำให้งานการ
ศึกษานอกโรงเรียนมีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น แต่ใน
อดีตจนถึงปัจจุบันก็ยังไม่สามารถดำเนินการได้
สมบูรณ์ หลังจากการตั้งศูนย์กศน.เขตด้วยความ
ไม่พร้อม และมีปัญหาตามมามากมาย ผู้วิจัยได้
จำแนกปัญหาหลักๆทั้งในเรื่องปัจจัยและระบบ
ของสถานศึกษา กศน.เขตในกรุงเทพมหานคร
ซึ่งส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมด้านทรัพยากร
ทางการศึกษาและปัจจัยสนับสนุนเชิงระบบ ที่จะ
ทำให้การดำเนินกิจกรรมของสถานศึกษาบรรลุ
วัตถุประสงค์

จากความสำคัญดังกล่าวนี้จึงสรุปได้ว่า การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงระบบเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการของกศน.เขตในกรุงเทพมหานครนั้น เป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะจะทำให้ทราบถึงความพร้อมของปัจจัยเชิงระบบที่จะสามารถพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการของสถานศึกษา กศน.ได้ และเป็นหัวใจสำคัญ เพราะแสดงให้เห็นว่า การบริหารจัดการจะประสบความสำเร็จหรือไม่เพียงใดหรือมีเป้าหมายที่ถูกทิศทางหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับความพร้อมของปัจจัยระบบ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะวิเคราะห์ปัจจัยเชิงระบบเพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการของกศน.เขตในกรุงเทพมหานครต่อไปในอนาคต ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย พ.ศ. 2551 ซึ่งผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษา การศึกษานอกโรงเรียนให้มีคุณภาพและเกิดประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงระบบที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ได้แก่ ปัจจัยบริบท ปัจจัยนำเข้า ปัจจัยกระบวนการ ปัจจัยผลผลิต ปัจจัยผลลัพธ์ และปัจจัยผลที่ตามมา

2. เพื่อพัฒนารูปแบบสาระองค์ประกอบการบริหารจัดการของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขต

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานที่ใช้ทั้งการศึกษาเอกสารงานวิจัย การวิจัยเชิงสำรวจ การศึกษาเฉพาะกรณี และ

การสนทนากลุ่ม โดยการศึกษาเอกสารและงานวิจัย เพื่อให้ได้ลักษณะของปัจจัยเชิงระบบที่ส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานคร ตามแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัย และเพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการโดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิจัยเชิงสำรวจ (สนาม)
เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยสนามโดยวิธีวิจัยดังต่อไปนี้ **กำหนดประชากรและตัวอย่าง** ผู้วิจัยใช้ประชากรเป็นตัวอย่างของการวิจัยซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหาร กศน.เขตในกรุงเทพมหานครเขตละ 1 คน รวม 50 คน และครู กศน. 50 เขตๆ ละ 4 คน รวมจำนวน 200 คน โดยผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้บริหารสถานศึกษา ครู กศน. จำนวน 250 คน

การศึกษาในส่วนนี้เป็นการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัจจัยเชิงระบบของศูนย์การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต มีรายละเอียดการดำเนินการ 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเพื่อให้ได้ลักษณะของปัจจัยเชิงระบบที่ส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ของกศน.เขตในกรุงเทพมหานคร ตามแนวคิดทฤษฎีเชิงระบบและผลงานวิจัย

ขั้นที่ 2 การกำหนดประชากรและตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามด้านปัจจัยเชิงระบบที่ส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ของศูนย์การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานครใช้สำหรับเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงสำรวจ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยผลลัพธ์ของ

ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานครที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ คือ 5, 4, 3, 2

ขั้นที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงสำรวจ

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงสำรวจ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามด้านปัจจัยเชิงระบบที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ของศูนย์การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานคร และแบบสัมภาษณ์เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือด้วยตนเองโดยนำปัจจัยทั้ง 6 ด้านมาทำเป็นตัวบ่งชี้ รวบรวมได้จากแนวคิดทฤษฎีเชิงระบบ (Open System Theory) แบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 128 ข้อ ผู้วิจัยมีกระบวนการตรวจสอบเครื่องมือ ในด้านความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และพิจารณาความถูกต้องของภาษาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาหลังจากนั้นดำเนินการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารการศึกษา 2 คน ผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานต้นสังกัดของศูนย์การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย จำนวน 1 คน ผู้บริหารสถานศึกษา 1 คน และ นักวัดผลหรือนักวิจัยทางการศึกษา 1 คน จากนั้นนำผลการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิมาเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาอีกครั้ง แล้วจึงทำการปรับปรุงเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

(Reliability)

ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach โดยทดลองสอบถามกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะเช่นเดียวกันกับตัวอย่างที่ใช้จริงคือ ผู้บริหารสถานศึกษา ครูกศน.ในสังกัดกศน.เขต ผู้วิจัยได้คัดเลือกไว้ 128 ข้อ และได้นำไปทดลองสอบถามกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้บริหารสถานศึกษา ครูกศน.ในสังกัดกศน.เขตอีกครั้ง ได้ค่า Alpha 0.984

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านบริบทและสิ่งแวดล้อมวิเคราะห์ โดยการแจกแจงหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ และตอนที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) หาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยเชิงระบบด้านต่างๆ คือ ปัจจัยนำเข้า ปัจจัยด้านกระบวนการ, ปัจจัยด้านผลผลิต, ปัจจัยด้านผลลัพธ์, ปัจจัยด้านผลที่ตามมา ตลอดจนหาค่าวิเคราะห์ ความสัมพันธ์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แสดงค่าสัมประสิทธิ์หรือน้ำหนักของตัวชี้วัดของปัจจัยด้านต่าง ๆ พร้อมความสัมพันธ์ของปัจจัย

ตอนที่ 2 การดำเนินการศึกษาเฉพาะกรณี

การศึกษาในส่วนนี้เป็นการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลในระดับลึกที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น และเป็นการตรวจสอบข้อมูลเชิงสำรวจ มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้คือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาว่าสถานศึกษาเขตไหนมีคะแนนปัจจัยผลลัพธ์ในระดับที่สูงสุดมาจำนวน 3 แห่ง เพื่อศึกษากรณี (Case Study) เก็บข้อมูลแบบเจาะลึก ซึ่งผู้วิจัยเข้าไปเก็บข้อมูลด้วยตนเองเป็นหลัก และอาศัย

เครื่องมือที่ช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ การสังเกต แนวคำถามในการสัมภาษณ์ และแนวคำถามในการสนทนา

ตอนที่ 3 การดำเนินการจัดสนทนากลุ่มสนใจ (Focus Group Discussion Technique)

เมื่อได้ข้อมูลจากการวิจัยเชิงสำรวจ (สนาม) และกรณีศึกษาแล้วผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามเพื่อศึกษาความเหมาะสมของรูปแบบสาระองค์ประกอบขององค์กร กศน.เขตให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับการจัดการศึกษานอกโรงเรียนจำนวน 8 ราย มาศึกษาความตรงตามเกณฑ์ที่เป็นอยู่ของกศน. เพื่อพิจารณาความเหมาะสมต่อการปฏิบัติของกศน. ในรูปของประมาณค่า 3 อันดับ คือ 1 หมายถึง เหมาะสมน้อย 2 หมายถึง เหมาะสม 3 หมายถึง เหมาะสมมาก พิจารณาว่าเหมาะสมในระดับใด เมื่อผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินแบบสอบถามแล้ว จึงเชิญผู้เชี่ยวชาญทั้ง 8 ราย มาสนทนาด้วยวิธีสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Technique)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของข้อมูลด้านปัจจัยผลผลิต ปัจจัยผลลัพธ์ และปัจจัยผลที่ตามมาของกศน.เขต พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลทั้งสามด้านรวมกันนำมาเป็นตัวแปรตามในการศึกษาปัจจัยหรือองค์ประกอบด้านกระบวนการพบว่า ปัจจัยผลผลิต ปัจจัยผลลัพธ์ และปัจจัยผลที่ตามมาของกศน.เขต เป็นผลมาจากกระบวนการที่ใช้ เรียงตามลำดับดังนี้คือ แผนกลยุทธ์ ($\beta = .36$) จิตสังคม ($\beta = .26$) การควบคุม ($\beta = .18$) เป็นสำคัญมากกว่า กระบวนการอื่นๆ โดยเป้าหมายไม่จำเป็น ($\beta = -.13$)

สำหรับปัจจัยด้านกระบวนการกับปัจจัยนำเข้าพบว่า กระบวนการด้านกลยุทธ์ของศูนย์ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย เป็นผลมาจาก ปัจจัยนำเข้า 3 ด้านเรียงตามลำดับคือ นโยบาย ($\beta = .58$) ผู้บริหาร ($\beta = .21$) และผู้เรียน ($\beta = .13$) มากกว่าปัจจัยนำเข้าด้านอื่น ๆ ส่วนกระบวนการด้านจิตสังคมของกศน.เขต เป็นผลมาจาก ปัจจัยนำเข้า 2 ด้านเรียงตามลำดับคือ ผู้เรียน ($\beta = .42$) และนโยบาย ($\beta = .25$) มากกว่าปัจจัยนำเข้าด้านอื่น ๆ และกระบวนการด้านการควบคุมของกศน.เขต เป็นผลมาจาก ปัจจัยนำเข้า 2 ด้านเรียงตามลำดับคือ นโยบาย ($\beta = .44$) และผู้บริหาร ($\beta = .26$) มากกว่าปัจจัยนำเข้าด้านอื่น ๆ

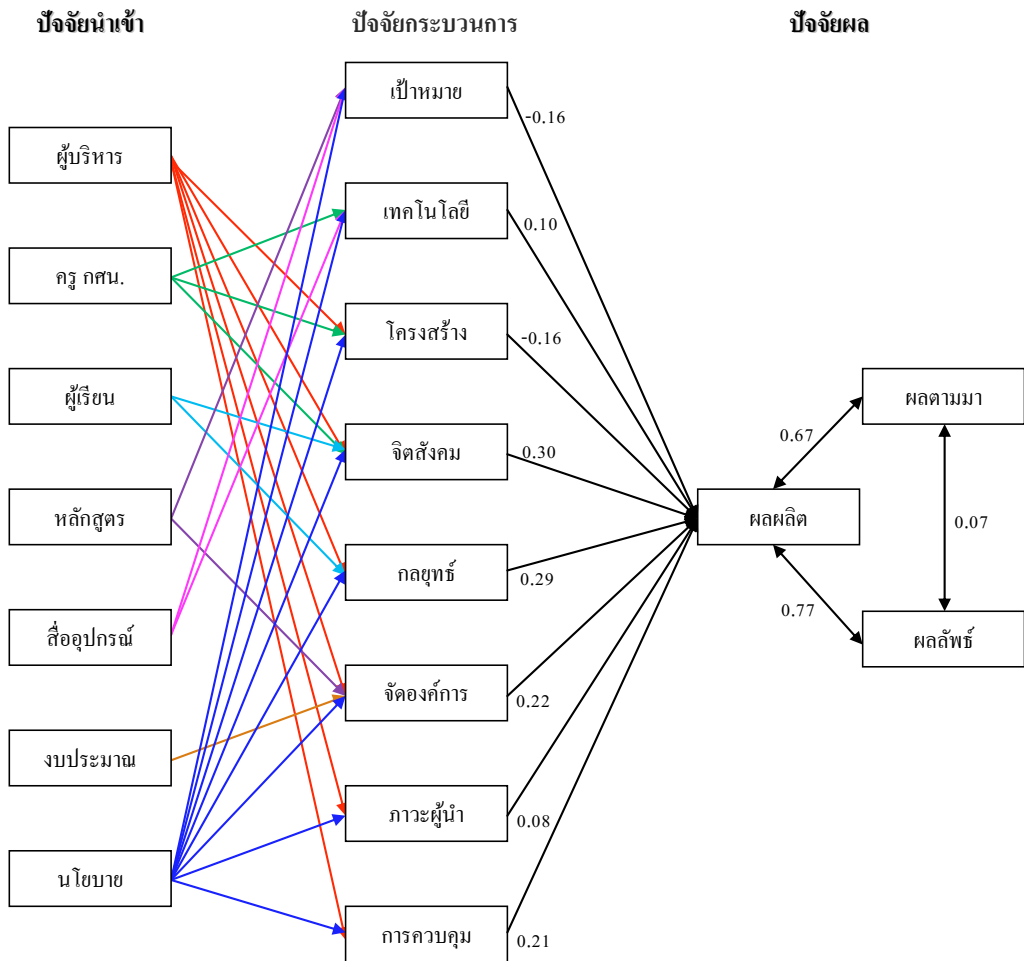
สรุปผลการดำเนินการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Technique)

เมื่อได้ข้อมูลจากการวิจัยเชิงสำรวจ (สนาม) และกรณีศึกษาแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบแสดงความคิดเห็นเพื่อศึกษาความเหมาะสมของรูปแบบสาระองค์ประกอบขององค์กรกศน.เขตให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับการจัดการศึกษานอกโรงเรียนจำนวน 8 รายมาศึกษาความตรงตามเกณฑ์ที่เป็นอยู่ของกศน. เพื่อพิจารณาความเหมาะสมต่อการปฏิบัติของกศน. ในรูปของประมาณค่า 3 อันดับคือ 1 หมายถึง เหมาะสมน้อย 2 หมายถึง เหมาะสม 3 หมายถึง เหมาะสมมาก พิจารณาว่าเหมาะสมในระดับใด เมื่อผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินแล้ว จึงเชิญผู้เชี่ยวชาญทั้ง 8 ราย มาสนทนาด้วยวิธีสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Technique) หากข้อใดมีความเห็นไม่ตรงกันก็ให้มีการอภิปรายกลุ่ม Focus Group Discussion ในประเด็นแบบแสดงความคิดเห็น เพื่อศึกษาความเหมาะสมของรูปแบบการบริหารจัดการของศูนย์

การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย
เขตในกรุงเทพมหานคร

ผลจากการสนทนากลุ่มสรุปว่า ผู้เข้าร่วมสนทนาได้ประเมินความเหมาะสมของรูปแบบสาระองค์ประกอบขององค์กรกศน.เขตโดยรวมมีความเห็นตรงกันว่ามีความเหมาะสมมาก โดยผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า สาระองค์ประกอบตามระบบของกศน.เขตนี้สามารถพัฒนาการบริหารจัดการของกศน.เขตในกรุงเทพมหานครต่อไปได้

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นความสำคัญของตัวชี้วัดและองค์ประกอบที่เอื้ออำนวยต่อการสังเคราะห์เป็นรูปแบบสาระองค์ประกอบของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขตซึ่งสามารถพัฒนาการบริหารจัดการของกศน.เขตในกรุงเทพมหานครได้



ภาพที่ 1 รูปแบบสาระองค์ประกอบของการบริหารองค์กร กศน. เขตในกรุงเทพมหานคร

หมายเหตุ: เส้นทางจากปัจจัยนำเข้ากับปัจจัยกระบวนการทุกเส้นล้วนมีนัยสำคัญ และนำมาจากผลวิเคราะห์โดยความสัมพันธ์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แต่ไม่สามารถนำค่านำหนักมาใส่ไว้ไม่ได้เพราะเนื้อที่จำกัด

อภิปรายผล

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยหลัก 6 ด้าน คือ

- 1) บริบท/สภาพแวดล้อม ประกอบด้วย ที่ตั้ง อาคารสำนักงาน/สถานศึกษา สภาพเศรษฐกิจ เทคโนโลยี ความร่วมมือจากชุมชน/เครือข่าย
- 2) ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ ผู้บริหาร ครู นักศึกษา หลักสูตร วัสดุ อุปกรณ์ งบประมาณ และนโยบาย
- 3) กระบวนการ ได้แก่ ระบบย่อยเป้าหมาย ระบบย่อยเทคโนโลยี ระบบย่อยโครงสร้าง ระบบย่อยจิตสังคม การจัดการกลยุทธ์ ระบบย่อยการจัดการ
- 4) ปัจจัยผลผลิต
- 5) ปัจจัยผลลัพธ์ และ
- 6) ปัจจัยผลที่ตามมา ปัจจัยทั้งหมดที่ศึกษาได้จากแนวคิดของทฤษฎีระบบเปิด และแนวทางการบริหารและการจัดการศึกษาของกศน.เขตในกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่า มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายตามข้อค้นพบ ดังนี้

ด้านบริบทและสภาพแวดล้อม ได้แก่ ขนาดของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยในกทม. ส่วนใหญ่มีขนาดกลาง และส่วนใหญ่มีจำนวนศูนย์การเรียนรู้ชุมชน 5 - 10 แห่ง ลักษณะอาคารสำนักงานของกศน.เขต ส่วนใหญ่ เช่าตึกอาคารพาณิชย์เป็นที่ตั้งสำนักงาน โดยสำนักงานกศน.ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนที่การคมนาคมสะดวกต่อการติดต่อและรับบริการ สำหรับในด้านความสัมพันธ์และประสานงานกับภาคีเครือข่าย ส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีต่อสถานศึกษา และในด้านความร่วมมือหรือความช่วยเหลือจากเครือข่าย ส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือในกิจกรรมของสถานศึกษาผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกมีความสำคัญและเป็นปัจจัยหนึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาการบริหารจัดการกศน.เขตในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นการดำเนินงานในสถานศึกษาจะต้องมีการประสาน

งานหรือร่วมมือกับชุมชน/เครือข่าย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน บทบาทของสถานศึกษาจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน และเป็นผู้นำทางวิชาการให้แก่ชุมชน ปัจจุบันสถานศึกษาเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษามากขึ้น เช่น เป็นคณะกรรมการสถานศึกษา ทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษา แนะนำสถานศึกษารวมถึงการให้การสนับสนุนในด้านสถานที่ ทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือวัสดุอุปกรณ์ ที่มีในท้องถิ่น สถานศึกษากับชุมชน/เครือข่ายจึงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ประสิทธิผลของการจัดการศึกษาจึงเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับชุมชนและความร่วมมือของเครือข่าย นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า หากกศน.สามารถจัดตั้งอาคารสำนักงานเป็นเอกเทศไม่ต้องใช้สถานที่ของหน่วยงานอื่น หรือเช่าอาคารพาณิชย์จะสามารถจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้แก่ผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

สำหรับประเด็นปัจจัยอีก 5 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลที่ตามมานั้นเมื่อนำมาประกอบเป็นสาระ (Elements) ด้านต่างๆ แล้ว ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยบางเรื่องส่งผลมาก ปัจจัยบางเรื่องส่งผลน้อย ยกตัวอย่าง ปัจจัยนำเข้า ด้านผู้บริหาร บางเรื่องส่งผลมาก ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับ “ใช้คุณธรรมจริยธรรมในการบริหารงาน” และข้อที่ว่า “การวางแผนร่วมลงมือปฏิบัติกำกับติดตามนิเทศผล” มีน้ำหนักสูงและบางเรื่องส่งผลน้อย ได้แก่ ข้อที่ว่า “มีความคิดในการพัฒนาการศึกษาสู่อนาคตของผู้เรียน” มีน้ำหนักต่ำที่สุด

ปัจจัยด้านนโยบาย ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยนำเข้าด้านนโยบายเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ เนื่องจากนโยบายเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับ

การบริหาร เพราะนโยบายเป็นเครื่องบังคับทิศทางการบริหารงาน และเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารพิจารณาใช้เพื่อการตัดสินใจสั่งการ

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยนโยบายส่งผลดีมาก เช่น เรื่อง “มีนโยบายสอดคล้องกับนโยบายของสำนักงาน กศน.และกระทรวงศึกษาธิการ” มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนข้อที่ว่า “เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนรวมใกล้ชิดเข้ามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย” มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ซึ่งผู้วิจัยพบว่า นโยบายส่วนใหญ่มาจากส่วนกลางแม้จะมีการกระจายอำนาจลงมาที่เขตพื้นที่แต่ก็ยังมิใช่อำนาจมาก เพราะนโยบายที่ดีและนำไปสู่การปฏิบัติที่บรรลุวัตถุประสงค์ควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนรวมใกล้ชิดเข้ามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายด้วย

ปัจจัยด้านครูคน. ผลการวิจัยระบุว่า ครู คือ ผู้ที่มีความสำคัญต่อกระบวนการเรียนการสอนและเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการสถานศึกษา ผู้วิจัยพบว่า ตัวชี้วัดข้อที่ว่า “วัดและประเมินผลตรงตามสภาพที่แท้จริงของผู้เรียน” มีน้ำหนักสูงสุดและประเด็นที่เป็นปัญหาควรมีการทำวิจัยต่อเนื่องได้แก่ ตัวชี้วัดข้อที่ว่า “ยึดหลักการสอนแบบบูรณาการเนื้อหา” มีน้ำหนักต่ำสุด ผู้วิจัยพบว่า ครูคน.ยังมีประสิทธิภาพในการบูรณาการเนื้อหาวิชาได้น้อยมาก มักสอนแยกเป็นเรื่องๆ ในขณะที่เวลาในการพบกับผู้เรียนจำกัด ครูคน.ยังใช้วิธีการสอนแบบเดิมที่เน้นการอธิบายหน้าชั้น ครูไม่ค่อยมีการวางแผนการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ และเป็นปัจจุบัน รวมถึงครูคน.ต้องสอนในหลากหลายสาขาวิชาที่ไม่ตรงกับสาขาที่ตนเองจบการศึกษามา และขาดการเตรียมการสอนล่วงหน้าในวิชาที่ตนไม่ถนัด ซึ่งสอดคล้องกับที่สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

อ้างไว้ในยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพการศึกษา, 2551: หน้า 11 พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ได้แก่ 1) ความรู้ความสามารถของบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีวุฒิตรงตามวิชาที่สอนของครูผู้สอนยังไม่เพียงพอ 2) ประสิทธิภาพในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีความต่อเนื่องของครูการศึกษาออกโรงเรียนยังมีน้อย ซึ่งทำให้ครูคน.ไม่สามารถจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการคิดเป็นและรู้จักวิเคราะห์ หรือการส่งเสริมการเรียนรู้เป็นทีมของนักเรียนด้วย

ปัจจัยด้านงบประมาณ ซึ่งเงินเป็นปัจจัยหนึ่งในการดำเนินงาน และเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างสูงรวมถึงเป็นหนึ่งในปัจจัยการบริหารที่มีความสำคัญกับการบริหารงานในองค์การเป็นอย่างมากทั้งในด้านของการดำเนินงานตามแผนงานและโครงการ การควบคุมการดำเนินงานขององค์การและการตรวจสอบประสิทธิภาพในการบริหารงานของผู้บริหารองค์การด้วย จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยบางเรื่องส่งผลมากได้แก่ เรื่องตัวชี้วัดเกี่ยวกับ “ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น” มีน้ำหนักสูงสุดรองลงมาได้แก่ ข้อที่ว่า “ได้รับการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา” และข้อที่ว่า “มีงบประมาณสอดคล้องกับนโยบายและแผนงานหลักของกระทรวงศึกษา” บางเรื่องส่งผลน้อย คือ ตัวชี้วัดเกี่ยวกับ “สรุปผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติงานทุกปี” มีน้ำหนักต่ำสุด

ผู้วิจัยพบว่า งบประมาณที่กศน.เขตพื้นที่ได้รับจัดสรรมีปริมาณไม่เพียงพอ เพราะในแต่ละเขตได้รับจัดสรรเงินอุดหนุนรายหัวไม่เท่าเทียมกัน งบประมาณอุดหนุนให้ตามจำนวน

นักศึกษา ดังนั้น กศน.เขตขนาดกลางและขนาดเล็กมีจำนวนนักศึกษาน้อยจึงเหลืองบประมาณที่จะบริหารจัดการภายในไม่เพียงพอ กศน.เขตในพื้นที่ส่วนใหญ่ได้มีการแก้ปัญหาทางงบประมาณไม่เพียงพอด้วยการใช้ทุนทางสังคมในการจัดกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่า ตัวชี้วัดเกี่ยวกับ “ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น” มีน้ำหนักสูงสุด ซึ่งก็ทำให้กศน.เขตในกรุงเทพมหานครสามารถดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมายตามนโยบายได้

จากผลการวิจัย ปัจจัยด้านกระบวนการมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้ องค์ประกอบด้านกระบวนการที่ส่งผลมากได้แก่ ระบบย่อยการจัดการกลยุทธ์ และระบบย่อยการควบคุม

การจัดการกลยุทธ์ นับเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างยิ่งที่ใช้สำหรับองค์กร เพื่อให้สามารถก้าวหน้าไปในอนาคต กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพต้องมีแผนงานหลักต่างๆ พร้อมด้วยกลยุทธ์ย่อยและนำไปสู่การปฏิบัติตามกลยุทธ์ สอดคล้องกับผลการวิจัยว่า ตัวชี้วัดเกี่ยวกับจัดการกลยุทธ์ ข้อที่ว่า “ผู้บริหารนำผลการประเมินมาใช้เป็นข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดทำแผนในปีต่อไป” มีน้ำหนักสูงสุด และรองลงมา คือ ข้อที่ว่า “สถานศึกษามีการสำรวจสภาพ ปัญหา ความต้องการของชุมชนเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน” รวมถึงข้อที่ว่า “ผู้บริหารสามารถใช้แผนเป็นเครื่องมือในการบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

สำหรับประเด็นที่เป็นปัญหา คือ ตัวชี้วัดที่เกี่ยวกับ “สถานศึกษาจัดให้มีระบบการกำกับติดตามครู อาจารย์ปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามแผน” มีน้ำหนักต่ำสุด ซึ่งในเรื่องนี้กศน.เขตในพื้นที่ควรให้ความสำคัญเพราะถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องคุณภาพของ

ผู้เรียนและสถานศึกษา ซึ่งผู้บริหารควรใส่ใจในการจัดให้มีระบบการนิเทศกำกับติดตามครูให้ปฏิบัติงานเป็นไปตามแผน ด้วยการสร้างทีมงานนิเทศภายใน ผลการวิจัยขององค์ประกอบด้านกระบวนการ เรื่องระบบการควบคุม มีความสำคัญต่อการบริหารงานในองค์การเช่นเดียวกันกับการจัดการกลยุทธ์ เพราะกระบวนการควบคุมจะทำหน้าที่ในการเป็นตัวที่ช่วยชี้บอปัญหา เป็นเครื่องมือในการวัดและการตรวจสอบ ทำให้ทราบปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า ทำให้สามารถแก้ไขหรือปรับปรุงสถานการณ์ เพื่อให้เข้าสู่แนวทางวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ ดังผลการวิจัยที่ระบุว่า ตัวชี้วัดข้อที่ว่า “ผู้บริหารสามารถให้คำแนะนำปรึกษาและหาวิธีการแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย” มีน้ำหนักสูงสุด

สำหรับปัจจัยด้านผลผลิต ผลลัพธ์ และผลที่ตามมา จากผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลผลิต ผลการวิจัยได้ระบุตัวชี้วัดเกี่ยวกับตัวผู้เรียนว่า “ร้อยละ 90% เรียนจบในรายวิชาต่างๆ ที่กำหนด” มีน้ำหนักสูงสุด อธิบายได้ว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่สามารถเรียนจบการศึกษาต่อกับกศน.ในรายวิชาต่างๆ ตามโครงสร้างหลักสูตรที่กำหนดไว้ แต่สำหรับผลการวิจัยเกี่ยวกับผลลัพธ์ระบุตัวชี้วัดเกี่ยวกับการ “นำความรู้และทักษะไปใช้งานได้ไม่น้อยกว่า 90%” มีน้ำหนักต่ำสุด

ผลการวิจัยที่เกี่ยวกับผลที่ตามมา ผู้วิจัยพบว่า ผู้เรียนที่สำเร็จการศึกษาจากสถานศึกษา กศน.ไปแล้วสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาความสามารถให้เลื่อนตำแหน่งงานในระดับสูงกว่าเดิมได้ และผลวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ผู้เรียนที่จบการศึกษาจากกศน.ไปแล้ว มีตัวชี้วัดเกี่ยวกับ “มีศักยภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น” มีน้ำหนักต่ำสุด

สรุปผลการดำเนินการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Technique)

ผู้เข้าร่วมสนทนาได้ประเมินความเหมาะสมของรูปแบบสารองค์ประกอบของการบริหารองค์กร กศน.เขตโดยรวมมีความเห็นตรงกันว่ามีความเหมาะสมมาก โดยผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า สารองค์ประกอบตามระบบของกศน.เขตนี้ สามารถพัฒนาการบริหารจัดการของกศน.เขตในกรุงเทพมหานครต่อไปได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ผู้บริหารของศูนย์การศึกษาจากระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานครควรจัดองค์กรกศน. ให้มีองค์ประกอบด้านปัจจัยเชิงระบบมีรายละเอียดชัดเจน
2. บุคลากรกศน. ในเขตพื้นที่ควรมีการนิเทศติดตามผล และการควบคุมการดำเนินงานจัดการเรียนการสอนโดยให้ครูกศน. มีส่วนร่วมในการควบคุมด้วยจะทำให้เกิดคุณภาพยิ่งขึ้น
3. ครูกศน. ควรมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานจัดกระบวนการเรียนการสอนซึ่งจะเกิดประโยชน์แก่ผู้เรียน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาวิจัยในลักษณะนี้ซ้ำกับกศน. อื่น ๆ โดยนำปัจจัยองค์ประกอบที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการของศูนย์การศึกษาจากระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานครมาวิจัยซ้ำ
2. ควรมีการศึกษาวิจัยในลักษณะการวิจัยปฏิบัติการทดลองนำร่องกับกศน. เขตในกรุงเทพมหานคร โดยนำปัจจัยองค์ประกอบที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการของศูนย์การศึกษาจากระบบและการศึกษา

ตามอัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานครมาทดลองดำเนินการ

3. ผู้บริหารระดับสูงของกศน. ควรได้มีการพิจารณาสนับสนุนในเรื่องปัจจัยเชิงระบบให้เอื้อต่อการพัฒนาการบริหารจัดการของศูนย์การศึกษาจากระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขตในกรุงเทพมหานครเพื่อเกิดประโยชน์กับการศึกษาชาติต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการศึกษานอกโรงเรียน. (2538). *การศึกษาตลอดชีวิต*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2550). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาคณาภพการศึกษา* (พ.ศ. 2551-2555). กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ศบอ.). (2547). *ห้าสิบปี ศูนย์กลางอบรม การศึกษาผู้ใหญ่จังหวัดอุบลราชธานี (ศ.อ.ศ.อ.)*. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์อุบลยงสวัสดิ์ ออฟเซท.
- สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. (2551). *เอกสารสาระหลัก การและแนวคิดประกอบกรดำเนินงานกศน.: คัมภีร์ กศน.* กรุงเทพฯ: เอ็น.เอ.รัตนะ เทรดดิง.
- สำนักความสัมพันธ์ต่างประเทศ. (2554). *แถลงการณ์จอมเทียน (Jomtien Statement)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.
- Bertalanffy, Ludwig Von. (1968). *General system theory: foundation, development application*. New York: George Braziller.
- Hoy, W.K., & Miskel, C.G. (1991). *Education administration: theory, research, and practice*. N.P.: McGraw-Hill.
- Kahn, J.A. (1969). *Theory and practice of social planning*. New York: Russell Sage Foundation.
- Kast, Fremont E., & Rosenzweig. *Organization and management: A System and contingency approach* (4th ed.). New York: Mc Graw-Hill Book.
- Katz, D., & Kahn, L.R. (1978). *The Social psychology of organizations* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Lunenburg, F. C., & Ornstein, A.C. (1996). *Education administration: Concepts and practices* (2nd ed.). Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Roger Kaufman. (1991). *Strategic planning in education*. New Holland Avenues: Technomic Publishing Company.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการ
ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร
Factors Influencing Academic Affairs
Administration Effectiveness of Primary School
under the Bangkok Metropolitan Administration

ทรงยศ แก้วมงคล*
Songyos Kawmongkon*
มณฑป ไชยจิต**
Moldhop Chaiyachit**

*นิสิตปริญญาเอกสาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

*Doctor of Education Administration, Department of Educational Administration,
Faculty of Education, Kasetsart University.

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**Assistant Professor of Education Administration, Department of Educational Administration,
Faculty of Education, Kasetsart University.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ปัจจัยดังกล่าวได้แก่ปัจจัยระดับนักเรียน ปัจจัยระดับครู และปัจจัยระดับผู้บริหาร และเพื่อสร้างโมเดลพหุระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนดังกล่าว ตัวอย่างคือ นักเรียน 1,260 คน ครู 672 คน และผู้บริหาร 84 คน รวม 2,016 คน จากโรงเรียน 84 โรงเรียน ซึ่งได้มาด้วยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม และแบบทดสอบที่ผู้วิจัย สร้างขึ้น ได้รับเครื่องมือกลับคืนมาจากนักเรียน 1,234 ชุด จากครู 631 ชุด และจากผู้บริหาร 84 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย และการวิเคราะห์พหุระดับด้วยสมการถดถอย

ผลการวิจัยพบว่า 1. ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการโดยรวมของโรงเรียนดังกล่าว อยู่ในระดับมาก 2. ปัจจัยระดับนักเรียน พบว่า พฤติกรรมการเรียนมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนเจตคติต่อการเรียนไม่มีอิทธิพล 3. ปัจจัยระดับครู พบว่า วุฒิการศึกษา ประสบการณ์การสอน คุณลักษณะครู และ พฤติกรรมการสอนไม่มีอิทธิพลต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการรายห้องเรียน แต่วุฒิการศึกษาของครู มีอิทธิพลทางบวกต่อค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของพฤติกรรมการเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4. ปัจจัยระดับผู้บริหาร พบว่า พฤติกรรมการบริหารด้านการเป็นผู้นำ ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจ และด้านพฤติกรรมการติดต่อสื่อสาร มีอิทธิพลทางบวกต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการรายโรงเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน ประสบการณ์การบริหาร และการฝึกอบรมทางการบริหารไม่มีอิทธิพล และ 5. จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้เสนอโมเดลการวิเคราะห์พหุระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะบางประการสำหรับการกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และการวิจัยในอนาคต

คำสำคัญ: ปัจจัย อิทธิพล ประสิทธิภาพ การบริหารงานวิชาการ โรงเรียนประถมศึกษา

Abstract

The research aimed to investigate factors influencing academic affairs administration effectiveness of primary schools under the Bangkok Metropolitan Administration. Those factors were classified as: student factors, teacher factors, and administrator factors. The other objective was to propose a multilevel model of those factors influencing academic affairs administration of the schools. A sample of 2,016, consisting of 1,260 students, 672 teachers, and 84 administrators, were randomly selected by multi-stage sampling technique, from 84 of the schools. The research instruments were questionnaires and tests constructed by the researcher. The data from usable returns of 1,234 from the students, 631 from the teachers, and 84 from the administrators, were analyzed in terms of percentage, mean, standard deviation, coefficient of variance, and multilevel and regression analyses.

The findings were as follow. 1. The overall level of academic affairs administration effectiveness of the schools was at the high level. 2. For the student factors, learning behaviors positively influenced academic affairs administration effectiveness of the schools at the significant level of 0.01, while attitude toward learning did not. 3. For the teacher factors, educational qualifications, teaching experiences, teacher characteristics, and teaching behaviors did not influence mean score of academic affairs administration effectiveness at the classroom level; however, educational qualification did positively influence regression coefficient of learning behaviors at the significant level of 0.05 4. For the administrator factors, such administrative behaviors as of leadership, decision making behaviors, and communication behaviors had positive influences on mean score of academic affairs administration effectiveness at the school level at the significant level of 0.01, but administrative experiences and in-service training had no influences. 5. From these findings, a multilevel model of factors influencing academic affairs administration effectiveness was proposed, and a number of recommendations were given for policy formulation, implementation, and future research.

Keywords: Factors, Influence, Effectiveness, Academic Affair Administration, Primary School

บทนำ

การศึกษาทำให้เกิดการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน การบริหารการศึกษาที่มีคุณภาพจึงจะส่งผลไปยังการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน การบริหารการศึกษามีหลายระดับ มีตั้งแต่ระดับปฐมวัยจนถึงระดับอุดมศึกษา แต่การบริหารการศึกษาในระดับประถมศึกษาชั้นนั้นมีความสำคัญมากเพราะว่าเป็นการสร้างความรู้พื้นฐาน และจริยธรรม คุณธรรมของสังคมที่ดีให้กับนักเรียนที่มีอายุน้อย การจัดการศึกษาในระดับประถมศึกษาจะเสริมพื้นฐานที่แข็งแรงให้ผู้เรียนรักการเรียนรู้ ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน มีทักษะในการแสวงหาความรู้ได้ด้วยตนเองโดยใช้กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม สุขศึกษาและพลศึกษา ศิลปะ การงานอาชีพและเทคโนโลยี และภาษาต่างประเทศ ที่จะต้องนำเอาองค์ความรู้จากกลุ่มสาระการเรียนรู้ทั้ง 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้การรู้ไปเป็นเครื่องมือในการแสวงหาความรู้ในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ดังนั้นในการจัดการศึกษาในระดับประถมศึกษาควรได้รับการดูแลเอาใจใส่เป็นพิเศษ โดยโรงเรียนต้องจัดการศึกษาตั้งแต่ระดับประถมศึกษาให้มีคุณภาพ คนที่มีคุณภาพก็จะได้รับการพัฒนาได้ง่าย และรวดเร็วขึ้นในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ในการจัดการศึกษาดังกล่าว ผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน ครู และนักเรียน ที่จะเป็นปัจจัยนำไปสู่คุณภาพของการจัดการศึกษาโดยการบริหารงานวิชาการที่มีประสิทธิผล ซึ่งงานการบริหารงานวิชาการเป็นงานที่สำคัญที่สุดของงานการบริหารโรงเรียน ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2536: 56) ได้กล่าวถึงงานวิชาการว่า เป็นการบริหารสถานศึกษาโดยมีการจัดทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวกับการปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนให้ได้ ผลดี

และมีประสิทธิภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้เรียน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องบริหารจัดการงานวิชาการให้มีประสิทธิผลสูง ประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการประกอบด้วยหลายปัจจัย อาทิ เช่น ปัจจัยระดับนักเรียน ปัจจัยระดับครู และปัจจัยระดับผู้บริหารในการทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระดับชาติ พบว่า โรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำ และผลของการประเมินคุณภาพการศึกษาจากสำนักงานรับรองมาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษา(สมศ.) พบว่าความสามารถในการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนอยู่ในระดับปานกลาง ความสามารถในการจัดการเรียนการสอนของครูอยู่ในระดับต่ำกว่าดีมาก และยังมีโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานครไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินจาก สมศ. อีกประมาณ ร้อยละ 8 แสดงว่าประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานครมีปัญหา ซึ่งปัญหาเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญต้องเร่งแก้ไขให้ได้โดยเร็ว ถ้าปล่อยให้ปัญหาดังกล่าวคงเหลืออยู่จะทำให้การศึกษาของคนไทยมีคุณภาพต่ำซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนได้

จากปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ให้มีคุณภาพสูงขึ้น จึงได้ตัดสินใจทำวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการวิจัยครั้งนี้เสนอต่อผู้บริหารระดับสูงของกรุงเทพมหานคร และผู้บริหารสูงของสำนักงานการศึกษาซึ่งเป็นต้นสังกัดไปใช้ในการกำหนดนโยบาย การนำ

นโยบายไปสู่การปฏิบัติ การวางแผนในการพัฒนาผู้บริหารโรงเรียน และครู คาดว่าการวิจัยครั้งนี้จะมีผลการวิจัยที่น่าเชื่อถือสูงเพราะผู้วิจัยได้เลือกเทคนิควิจัยที่เป็นการวิเคราะห์พหุระดับด้วยสมการถดถอยซึ่งเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยสามระดับ คือ ปัจจัยระดับนักเรียน ปัจจัยระดับครู และปัจจัยระดับผู้บริหาร เทคนิคการวิเคราะห์พหุระดับเป็นวิธีการทางสถิติที่สอดคล้องเหมาะสมกับข้อมูลทางการศึกษาซึ่งปัจจัยที่อยู่ในระดับที่สูงกว่าจะมีอิทธิพลต่อปัจจัยที่อยู่ในระดับต่ำกว่า เช่น พฤติกรรมการบริหารด้านภาวะผู้นำของผู้บริหารอยู่ในระดับปัจจัยที่สูงกว่าปัจจัยระดับครู จึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสอนของครู ปัจจัยระดับครูเป็นปัจจัยสูงกว่าปัจจัยระดับนักเรียน ดังนั้นปัจจัยพฤติกรรมการสอนของครูจึงมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน รวมทั้งการวิเคราะห์พหุระดับด้วยสมการถดถอยสามารถโน้มข้อมูลในแต่ละระดับให้มาอยู่ในระดับเดียวกัน ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยจากแนวคิด ทฤษฎี และหลักการ โดยใช้การวิเคราะห์พหุระดับของ Teddlie and Reynold (2000) พฤติกรรมการบริหารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลองค์การของ Hoy and Miskel (2001) ประสิทธิผลองค์การของ Steers (1977) พฤติกรรมภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพของ Bass (1985) พฤติกรรมภาวะผู้นำทางวิชาการ และพฤติกรรมการตัดสินใจของ Hoy and Miskel (2001) และพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารของ Barnard (1972) รวมถึงกรอบแนวคิดในการวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์พหุระดับที่มีสามระดับของ ราชันย์ บุญธิมา (2542) ซึ่งสอดคล้องกับซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารวิชาการของหัวหน้าภาควิชาคณะพยาบาลศาสตร์

มหาวิทยาลัยเอกชนของ นารี อาแว (2545) และงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารวิชาการของสาขาวิชาในระดับบัณฑิตศึกษาของสถาบันราชภัฏของพิมพ์อร สดเอี่ยม (2547) ประกอบกับการวิจัยเรื่อง การประเมินประสิทธิผลของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ของ องอาจ นัยพัฒน์ (2544: 115) ได้เสนอแนะให้มีการวิจัยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการศึกษาประสิทธิผลเฉพาะด้าน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ และเพื่อสร้างโมเดลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร

อุปกรณ์ และวิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ ผู้อำนวยการครู และนักเรียน จากโรงเรียนประถมศึกษา จำนวน 431 โรงเรียน รวมประชากรทั้งหมด 47,270 คน และสามารถจำแนกเป็น ผู้อำนวยการ จำนวน 431 คน ครู จำนวน 3,348 คน และนักเรียน จำนวน 43,691 คน

ตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ครูผู้สอนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ตามกลุ่มสาระการเรียนรู้ และผู้บริหารตำแหน่ง ผู้อำนวยการ ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร 84 แห่ง รวมตัวอย่างทั้งหมด 1,638 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตัวแปรต้น คือ

1. ปัจจัยระดับนักเรียน ได้แก่ พฤติกรรมการเรียน และเจตคติต่อการเรียน

2. ปัจจัยระดับครู ได้แก่ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์การสอน คุณลักษณะครู และพฤติกรรมการสอนของครู

3. ปัจจัยระดับผู้บริหาร ได้แก่ ประสบการณ์ทางการบริหาร การฝึกอบรมทางการบริหาร พฤติกรรมภาวะผู้นำ พฤติกรรมการตัดสินใจ และพฤติกรรมการติดต่อสื่อสาร

ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณา และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริง โดยทดลองใช้กับนักเรียน ครู ผู้อำนวยการในโรงเรียนที่มีลักษณะเช่นเดียวกับตัวอย่างที่จะให้ข้อมูล จำนวน 30 โรงเรียน ผู้อำนวยการ 30 คน ครู 60 คน นักเรียน 120 คน แบบสอบถามมีข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6 – 1 ค่าความเชื่อมั่นซึ่งวิเคราะห์ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach ' s alpha) มีค่ามากกว่า 0.80 ซึ่งมีค่าสูงน่าเชื่อถือ นำแบบทดสอบที่ปรับปรุงแล้วไปใช้เป็นเครื่องมือวิจัย และเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง ผู้อำนวยการ 84 คน ครู 672 คน นักเรียน 1,260 คน จากโรงเรียน จำนวน 84 โรงเรียน ผู้อำนวยการส่งแบบสอบถาม และได้รับกลับคืนร้อยละ 100 ครูส่งแบบสอบถาม และได้รับกลับคืนกลับร้อยละ 94 และนักเรียนส่งแบบสอบถาม และได้รับกลับคืนร้อยละ 96 วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเอช แอล เอ็ม (HLM version 6.0)

สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาระดับประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 0.70)

2. พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. การศึกษาของครูมีอิทธิพลต่อค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนที่มีต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ปัจจัยในระดับผู้บริหารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน ได้แก่ พฤติกรรมภาวะผู้นำ พฤติกรรมการตัดสินใจ และพฤติกรรมการติดต่อสื่อสาร มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และทำให้เกิดโมเดลการวิเคราะห์พหุระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

1. ระดับประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน ระดับประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สามารถอธิบายได้ว่าน่าเป็นผลมาจากการจัดการศึกษาของโรงเรียนซึ่งต้องจัดการศึกษาระดับประถมศึกษาให้เป็นไปตามจุดหมายของหลักสูตร เมื่อพิจารณาประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร ในแต่ละด้านพบว่า ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของด้านประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการตามการรับรู้ ความพึงพอใจในการทำงานของครู และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน อยู่ในระดับมาก ส่วนความสามารถในการแก้ปัญหาของนักเรียนอยู่ในระดับน้อย แสดงให้เห็นว่าการบริหารงานวิชาการ แต่ละด้านมีระดับประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากขนาดโรงเรียน โครงสร้างการบริหาร ลักษณะผู้บริหารแต่ละโรงเรียน มีลักษณะหลากหลาย และแตกต่างกัน นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนระหว่างนักเรียนแต่ละคน ระหว่างครูแต่ละโรงเรียน และระหว่างผู้บริหารแต่ละโรงเรียนมีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายค่อนข้างน้อย แสดงถึงการกระจายของข้อมูลน้อย อาจทำให้ตัวแปรอิสระไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้

สำนักการศึกษาที่เป็นต้นสังกัดของโรงเรียนควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนไปสู่การปฏิบัติโดยการจัดระบบการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาด้านประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพ

การบริหารงานวิชาการตามการรับรู้ 2) ความพึงพอใจในการทำงานของครู 3) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน และ 4) ความสามารถในการแก้ปัญหาของนักเรียน ให้มีค่าเฉลี่ยมากยิ่งขึ้น โดยการส่งเสริมวิธีการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญให้กับครูด้วยการอบรม สัมมนา ฝึกทักษะ นิเทศการสอน ครูได้ใช้วิธีการสอนที่หลากหลายเพื่อให้พฤติกรรมการสอนของครูมีคุณภาพ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ระดับ ได้แก่ ปัจจัยระดับนักเรียน ระดับครู และระดับผู้บริหาร สามารถอธิบายประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการได้ ปัจจัยระดับผู้บริหารอธิบายประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการได้ดีที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยระดับนักเรียน และระดับครู เรียงตามลำดับ แต่ปัจจัยระดับนักเรียน ปัจจัยระดับครู และปัจจัยระดับผู้บริหารมีตัวแปรย่อยบางตัวที่ไม่สามารถอธิบายประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ สำหรับตัวแปรย่อยที่สามารถอธิบายประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการได้ดีที่สุดคือ พฤติกรรมการเรียนของนักเรียน รองลงมา ได้แก่ พฤติกรรมการบริหารด้านการตัดสินใจ พฤติกรรมการบริหารด้านภาวะผู้นำ และพฤติกรรมการบริหารด้านการติดต่อสื่อสารของผู้บริหารโรงเรียนเรียงตามลำดับ

2.1 ปัจจัยระดับนักเรียน

2.1.1 เจตคติต่อการเรียน

จากผลการวิจัยที่พบว่า เจตคติต่อการเรียนของนักเรียนไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ทั้งนี้คงเป็นเพราะว่าข้อมูลของตัวแปรเจตคติต่อการเรียนของนักเรียนมีค่า

สัมประสิทธิ์การกระจายน้อย ($CV = 9.86$) และที่สำคัญเหตุที่ไม่พบว่าตัวแปรเจตคติต่อการเรียนของนักเรียนมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการเพราะข้อมูลของตัวแปรตามของระดับนักเรียนมีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายน้อยเช่นกัน ($CV = 19.78$) ดังนั้นในแง่ของการวิเคราะห์ข้อมูลจึงทำให้โอกาสของตัวแปรเจตคติต่อการเรียนมาอธิบายประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการได้น้อยมาก แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรตามไม่มีพื้นที่เพียงพอที่จะให้ตัวอิสระเข้าไปแทรก จึงทำให้ไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ

โรงเรียนควรสร้างเจตคติที่ดีต่อการเรียนให้กับนักเรียนโดยผู้บริหาร และครูร่วมมือกันจัดทำ ตรวจสอบ และทบทวนหลักสูตรสถานศึกษาตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้เรียนในด้านสาระ และเนื้อหา โรงเรียนควรสร้างบรรยากาศทั้งใน และนอกห้องเรียนให้น่าอยู่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และบรรยากาศที่เกิดจากการสอนของครูที่จะเป็นแรงจูงใจให้นักเรียนมีเจตคติต่อการเรียน เมื่อไรก็ตามถ้านักเรียนมีเจตคติต่อการเรียนที่ดีแล้วย่อมจะส่งผลไปยังประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการได้ในที่สุด

2.1.2 พฤติกรรมการเรียนของนักเรียน

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนประถมศึกษาเป็นคุณลักษณะของนักเรียนที่สำคัญอย่างหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ข้อค้นพบในประเด็นนี้สามารถอภิปรายได้ว่า พฤติกรรมการเรียนเป็นแบบแผนพฤติกรรมที่

ได้จากการเรียนรู้และประสบการณ์ทั้งใน และนอกห้องเรียน ซึ่งนักเรียนสามารถแสดงออกถึงความกระตือรือร้น ความสนใจ ความตั้งใจ และสามารถจัดวางแผน ตลอดจนวิธีการเรียนในขณะที่เรียน ถ้านักเรียนมีเจตคติที่ดีต่อการเรียนแล้ว ย่อมมีพฤติกรรมการเรียนที่ดีและเหมาะสม และมีความสำเร็จในการเรียน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ นารี อาแว (2546) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารวิชาการของหัวหน้าภาควิชา คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชน และพบว่า พฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาพยาบาลมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารวิชาการของหัวหน้าภาควิชาสามารถทำนายความสำเร็จในการเรียนพยาบาล ดังนั้น พฤติกรรมการเรียนของนักเรียนประถมศึกษา จึงเป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่ผู้บริหาร และครู ควรให้ความสำคัญในการศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจลักษณะธรรมชาติของนักเรียน ตลอดจนพฤติกรรมการเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ครูผู้สอนซึ่งเป็นผู้ใกล้ชิดและมีปฏิสัมพันธ์กับนักเรียนเพื่อจะได้หาแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลการสอน การสร้างเสริมการสอนให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ที่แท้จริง และปรับปรุงตนเองให้เรียนรู้ได้มากที่สุด

ดังนั้น ผู้บริหารโรงเรียนควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ครูจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ใช้วิธีการสอนที่หลากหลายให้สอดคล้องกับวิธีการเรียนของนักเรียน สำหรับครูควรพัฒนาวิธีการจัดการเรียนการสอนของตนเองอยู่เสมอ โดยการแสวงหาความรู้เกี่ยวกับวิธีสอน และมีการจัดทำวิจัยเกี่ยวกับวิธีสอน

2.2 ปัจจัยระดับครู

2.2.1 วุฒิการศึกษาของครู

วุฒิการศึกษาของครู หมายถึง การศึกษาในระดับต่างๆ ของครู ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอกจากผลการวิจัย พบว่าวุฒิการศึกษาของครูไม่มีอิทธิพลต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ แต่มีอิทธิพลต่อค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียน นั่นก็แสดงว่าวุฒิการศึกษาของครูมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ โดยผ่านทางพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญเรือง ศรีทรัพย์ (2542) ศึกษาเรื่องการศึกษาของค้ประกอบทางการศึกษาที่สัมพันธ์ และมีอิทธิพลต่อผลการเรียน และประสิทธิผลของโรงเรียน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะครูที่มีการศึกษาสูงย่อมมีเทคนิควิธีการทำให้นักเรียนมีพฤติกรรมการเรียนรู้ที่ดีได้

ดังนั้นโรงเรียน สำนักงานเขต และสำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร จึงควรส่งเสริมให้ครูได้มีวุฒิการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นในด้านวิชาชีพของตนเอง โดยการจัดทุนให้ในการศึกษาต่อ หรือสนับสนุนให้ศึกษาต่อด้วยทุนตนเองโดยให้ใช้เวลาบางส่วนของท่านราชการ

2.2.2 ประสิทธิภาพการสอนของครู

จากผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการสอนของครู ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากครูโรงเรียนในตัวอย่าง มีประสิทธิภาพการสอน ที่หลากหลายมาก ซึ่งประสิทธิภาพ คือไม่เกิน 15 ปี มีอยู่ถึงร้อยละ 56.00 (ไม่เกิน 5 ปี มีร้อยละ 9.00, มากกว่า 5 ถึง 10 ปี มีร้อยละ 30.00 และมากกว่า 10 ถึง 15 ปี มีร้อยละ 17.00)

ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นารี อาแว (2546) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารวิชาการของหัวหน้าภาควิชา คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชน พบว่า ประสิทธิภาพการสอนไม่มีอิทธิพลต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารวิชาการ และ Tamer. (1997) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการใช้เวลาของอาจารย์ในกระบวนการสอนซึ่งพบว่า อาจารย์ที่มีประสิทธิภาพการสอนมากกว่า 5 ปี ใช้เวลาในกระบวนการสอนมากกว่าอาจารย์ที่มีประสิทธิภาพการสอน 2 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ดังนั้นโรงเรียน สำนักงานเขต และสำนักงานการศึกษาต้องส่งเสริมให้ครูมีความคิดสร้างสรรค์ โดยการอบรม สัมมนา ประชุมเชิงปฏิบัติการ และ การนิเทศการสอนโดยศึกษานิเทศก์ ให้ครูได้นำวิธีการสอนที่หลากหลายมาใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้การสอน แล้วให้ขวัญกำลังใจครูโดยการส่งเสริมให้ครูมีวิทยฐานะที่สูงขึ้น หรือให้เป็นรางวัล และสวัสดิการ

2.2.3 คุณลักษณะครู

ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะครูไม่มีอิทธิพลต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ รายห้องเรียน ทั้งนี้คงเป็นเพราะว่า ข้อมูลของตัวแปรคุณลักษณะครูมีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายน้อย ($CV = 10.26$) และที่สำคัญเหตุที่ไม่พบว่าตัวแปรคุณลักษณะครูมีอิทธิพลต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ รายห้องเรียน เพราะข้อมูลของตัวแปรตามของระดับครูมีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายน้อยด้วย เพราะค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการมีค่าน้อย ($CV = 19.78$) ดังนั้น ในแง่ของการวิเคราะห์ข้อมูลจึงทำให้

โอกาสของตัวแปรคุณลักษณะครูมาอธิบายค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ รายห้องเรียน ได้น้อยมาก แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรตามไม่มีพื้นที่เพียงพอที่จะให้ตัวอิสระเข้าไปแทรก จึงทำให้ไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ รายห้องเรียน

โรงเรียน สำนักงานเขต และสำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร จัดสัมมนาอบรมปฐมนิเทศครูบรรจุใหม่โดยการนำสาระ และเนื้อหาของคุณลักษณะครูที่กรุงเทพมหานครต้องการบรรจุลงในหลักสูตร รวมถึงโรงเรียนใช้คุณลักษณะครูในการประเมินผลการปฏิบัติงานของครู

2.2.4 พฤติกรรมการสอนของครู

จากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการสอนไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ทั้งนี้คงเป็นเพราะว่าข้อมูลของตัวแปรพฤติกรรมการสอนของครูมีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายน้อย ($CV = 10.20$) และที่สำคัญเหตุที่ไม่พบว่าตัวแปรพฤติกรรมการสอนของครูมีอิทธิพลต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ รายห้องเรียน เพราะข้อมูลของตัวแปรตามของระดับครูมีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายน้อยด้วย คือว่าค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการมีค่าน้อย ($CV = 19.78$) ดังนั้นในแง่ของการวิเคราะห์ข้อมูลจึงทำให้โอกาสของตัวแปรพฤติกรรมการสอนของครูมาอธิบายค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ รายห้องเรียนได้น้อยมาก แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรตามไม่มีพื้นที่เพียงพอที่จะให้ตัวแปรอิสระเข้าไปแทรก จึงทำให้ไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ รายห้องเรียน

2.3 ปัจจัยระดับผู้บริหาร

2.3.1 ประสพการณ์ทางการบริหาร

ผลการวิจัยพบว่าประสพการณ์ทางการบริหารของผู้บริหารไม่มีอิทธิพลต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ รายโรงเรียน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารจากตัวอย่างไม่ค่อยมีประสพการณ์ทางการบริหาร คือ มีประสพการณ์บริหารมากกว่า 5 ถึง 10 ปี มีอยู่ร้อยละ 23.00 มากกว่า 10 ถึง 15 ปี มีอยู่ร้อยละ 31.00 มากกว่า 15 ถึง 20 ปี มีอยู่ร้อยละ 17.00 มากกว่า 20 ถึง 25 ปี มีอยู่ร้อยละ 10.00 และมากกว่า 25 ปี มีอยู่ร้อยละ 20.00 นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของ พวงรัตน์ บุญญานุรักษ์(2536 : 121 - 124) ที่กล่าวว่าระยะเวลาในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับประสพการณ์ และความชำนาญในงานและส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กมลวรรณ ชัยวานิชศิริ (2536) ที่พบว่าประสิทธิผลของโรงเรียนเอกชนไม่แปรปรวนไปตามประสพการณ์บริหารของครูใหญ่

โดยธรรมชาติของครูกรุงเทพมหานครเมื่อบรรจุเป็นข้าราชการครูครบกำหนด 2 – 5 ปี มีการโอนย้ายกลับภูมิลำเนาเดิม ทำให้มีครูบรรจุใหม่จำนวนมาก จึงมีโอกาที่จะเข้าไปเก็บข้อมูลกับตัวอย่างที่เป็นครูที่มีประสพการณ์การสอนน้อยได้สูง ในกรณีอย่างนี้กรุงเทพมหานครควรมีการกำหนดปีที่จะให้โอนย้ายได้ถึง 10 ปีขึ้นไป ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมีโอกาที่ประสพการณ์การสอนไม่มีอิทธิพลต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ รายห้องเรียนได้

2.3.2 การฝึกอบรมทางการบริหาร

ผลการวิจัยพบว่า การฝึกอบรมทางการบริหารไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้บริหารโรงเรียน

จากตัวอย่าง ที่ผ่านการฝึกอบรมทางการบริหาร มากกว่า 40 วัน มีเพียงร้อยละ 35.00 และมากกว่า 30 ถึง 40 วัน มีอยู่ร้อยละ 8.00 จากการที่ ผู้อำนวยการรับการฝึกอบรมทางการบริหารมี อยู่จำนวนน้อย จึงทำให้ไม่เกิดความแปรปรวน ของค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารวิชาการ รายโรงเรียน ทั้งที่การฝึกอบรมทางการบริหาร เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ และความชำนาญทางการบริหารให้กับผู้บริหาร โรงเรียนเป็นอย่างดี

สำนักงานการศึกษาต้องให้ความสนใจเป็น พิเศษกับกลุ่มผู้บริหารที่มีประสบการณ์น้อย โดย การนิเทศงาน มีการจัดการเครือข่ายโรงเรียนที่ เข้มแข็ง จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การ ศึกษาดูงาน ในด้านของการฝึกอบรมทางการ บริหารในช่วงระยะเวลาห้าปี จนถึงปัจจุบัน ผู้บริหารที่ได้รับการฝึกอบรมทางการบริหารใน แต่ละหลักสูตรควรจัด 5 วันขึ้นไป ให้กับผู้บริหาร โรงเรียน สำนักงานการศึกษาจึงต้องวางแผนในการ จัดทำหลักสูตรทางการบริหารไว้ล่วงหน้าในแผน ปฏิบัติราชการสี่ปี

2.3.3 พฤติกรรมภาวะผู้นำของผู้บริหาร

จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรม การบริหารด้านภาวะผู้นำเป็นตัวแปรย่อยใน ปัจจัยระดับผู้บริหาร เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพล ต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ รายโรงเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาวิจัย ของหลายท่าน เช่น นารี อาแว (2546) เกี่ยว กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหาร วิชาการของหัวหน้าภาควิชา คณะพยาบาล ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชน พิษณุภรณ์ อิง คามระธร (2532) ที่พบว่าความเป็นผู้นำทาง วิชาการของหัวหน้าภาควิชาในสถานศึกษา

พยาบาลส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหาร ภาควิชา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการ วิจัยของ จันทราณี สงวนนาม (2533) ที่ได้ ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะบางประการของ ผู้บริหารที่สัมพันธ์กับความสำเร็จทางการบริหาร โรงเรียนประถมศึกษา ซึ่งพบว่า แบบของผู้นำ เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถทำนายความสำเร็จ ทางการบริหารของโรงเรียนประถมศึกษา และ ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กมลวรรณ ชัยวานิชศิริ (2536) และบุญเรือน หมั่นทรัพย์ (2538) ที่พบว่า ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพ และพฤติกรรมผู้นำด้านกิจสัมพันธ์ และมิตร สัมพันธ์สามารถทำนายประสิทธิผลการจัดการ ศึกษาได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น พฤติกรรม การบริหารด้านการเป็นผู้นำจึงเป็นปัจจัยที่ สำคัญ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงาน วิชาการ

2.3.4 พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริหาร

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการบริหารด้าน การตัดสินใจเป็นตัวแปรหนึ่งของปัจจัยระดับผู้ บริหาร ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงาน วิชาการของโรงเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิด ของ Hoy and Miskel (2001: 436) ว่าการ ตัดสินใจมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผล วิฑูรย์ ตันศิริมงคล (2542:1-7) เสนอแนวคิดการตัดสินใจ ที่เป็นกระบวนการการวิเคราะห์ตามลำดับ ขึ้น (analytic hierarchy process) ซึ่งเป็น กระบวนการตัดสินใจในประเด็นของปัญหาที่มีความ ซับซ้อนให้มีความง่ายขึ้น มีอิทธิพลต่อ ผลลัพธ์ของการแก้ปัญหา ดังนั้น พฤติกรรม การบริหารด้านการตัดสินใจของผู้บริหารจึงเป็น ปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อค่า เฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ รายโรงเรียน

2.3.5 พฤติกรรมการบริหารด้านการติดต่อสื่อสาร

จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการบริหารด้านการติดต่อสื่อสารของผู้บริหารมีอิทธิพลทางบวกต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการบริหารด้านการติดต่อสื่อสาร มีความสำคัญประการหนึ่ง ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิผลในการบริหารงานวิชาการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นารี อาแว (2546) เกี่ยวกับปัจจัย มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารวิชาการของหัวหน้าภาควิชา คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชน ผลงานของ Saeed (1998) ที่ได้ศึกษาผลกระทบของการติดต่อสื่อสารโดยใช้อินเทอร์เน็ตในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัย การค้นหาข้อมูล และพฤติกรรมการติดต่อสื่อสาร ผลการศึกษาพบว่า การติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการโดยใช้อินเทอร์เน็ต ส่งผลกระทบต่อกระบวนการวิจัย และสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาหน่วยงานด้านการบริหารวิชาการ และเมื่อพิจารณาลักษณะการติดต่อสื่อสาร พบว่า หัวหน้าภาควิชา มีพฤติกรรมการบริหารด้านการติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการสูงกว่าแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Gibson (2000: 398 – 421) ที่ว่า การติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการจะสอดคล้องกับการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการเสมอ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Hoy & Miskel (2001: 106–107; citing Mintzberg, n.d.) และ เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์ (2541) ที่ว่าในการติดต่อประสานงานตามโครงการสร้างองค์การ ใช้รูปแบบการสื่อสารทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งนี้ต้องให้เหมาะสมกับขนาดองค์การ

แต่ละส่วน และองค์ประกอบปฏิสัมพันธ์ของกิจกรรม (activities interactions elements) และผู้บริหารที่มีทักษะในการติดต่อสื่อสารและสามารถสร้างสัมพันธ์ภาพกับผู้อื่น จะเป็นการสร้างแรงจูงใจบุคลากรทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และทำงานอย่างมีคุณภาพ Cuthbert (1996: 104) ดังนั้น พฤติกรรมการบริหารด้านการติดต่อสื่อสารของผู้บริหาร จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลทางบวกต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการรายโรงเรียน

ดังนั้นสำนักงานเขต และสำนักงานการศึกษาต้องให้การส่งเสริม และสนับสนุนให้ - ผู้บริหารโรงเรียน ได้รับการพัฒนาพฤติกรรมการบริหารด้านภาวะผู้นำ ด้านการตัดสินใจ และด้านการติดต่อสื่อสาร โดยการอบรมสัมมนา ประชุมเชิงปฏิบัติการ ศึกษาดูงาน มอบภารกิจงาน เมื่อผู้บริหารได้รับการพัฒนาทำให้มีองค์ความรู้ในพฤติกรรมดังกล่าวแล้วนำพฤติกรรมในการบริหารมาใช้ในการปฏิบัติงานจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการทำงาน

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของประสิทธิผล
การบริหารงานวิชาการของโรงเรียน

ประสิทธิผลการบริหารวิชาการ	$\bar{x}$	SD	CV	ระดับ
ประสิทธิผลของการบริหารงานวิชาการตามการรับรู้	4.21	0.68	16	มาก
ความพึงพอใจในการทำงานของครู	4.22	0.79	19	มาก
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน	4.01	0.62	15	มาก
ความสามารถในการแก้ปัญหาของนักเรียน	1.72	0.70	41	น้อย
รวม	3.54	0.70	20	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$, $SD = 0.70$) ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ของการกระจายมีค่าน้อย ($CV = 19.78$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการตามการรับรู้ ความพึงพอใจในการทำงานของครู และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21, 4.22$, และ 4.01 ตามลำดับ) ส่วนด้านความสามารถในการแก้ปัญหาของนักเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 1.72$) สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (CV) พบว่าประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการตามการรับรู้ ความพึงพอใจในการทำงานของครู ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนมีค่าน้อย ($CV = 16.16, 18.72$ และ 15.47 ตามลำดับ) และความสามารถในการแก้ปัญหาของนักเรียนมีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายอยู่ในระดับปานกลาง ($CV = 40.70$)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยระดับนักเรียนที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน

ปัจจัย ระดับนักเรียน	ประสิทธิผล การบริหารงานวิชาการ	b	t	P
ATTI	ACAE _{school}	0.13	1.07	0.282
BEOS		0.85**	6.61	.000
α		3.54**	1,103.18	.000

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของเจตคติต่อการเรียน(ATTI) มีค่าเท่ากับ 0.13 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 1.07$) ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของพฤติกรรมการเรียนของนักเรียน(BEOS) มีค่าเท่ากับ 0.85 และค่าคงที่ (α) ของการวิเคราะห์ มีค่าเท่ากับ 3.54 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t = 6.61$

และ 1,103.18 ตามลำดับ) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยระดับนักเรียนเกี่ยวกับเจตคติต่อการเรียนของนักเรียนไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ส่วนพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยระดับครูที่มีอิทธิพลต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน

ปัจจัย ระดับครู	ค่าเฉลี่ยประสิทธิผล การบริหารงานวิชาการ	b	t	P
EDOT	ACAE _{class}	.0013	.807	.420
EXOP		.0001	.214	.831
CHOT		.0026	.314	.754
BEOT		-.0043	-.508	.661
α		3.542	1169.38	.000

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของวุฒิการศึกษา(EDOT) มีค่าเท่ากับ .0013 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของประสบการณ์การสอน (EXOT) มีค่าเท่ากับ .0001 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของคุณลักษณะครู (CHOT) มีค่าเท่ากับ .0026 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของพฤติกรรมการสอนของครู (BEOT) มี

ค่าเท่ากับ-.0043 ซึ่งทุกค่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าคงที่ของการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ 3.542 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ดังนั้นปัจจัยระดับครูทุกตัวไม่มีอิทธิพลต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน รายห้องเรียน และไม่สามารถนำตัวแปรเหล่านี้ไปใช้เป็นตัวแปรตามในระดับผู้บริหารได้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยระดับครูที่มีอิทธิพลต่อค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของพฤติกรรมการเรียนต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน

ปัจจัยระดับครู	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของพฤติกรรมการเรียนที่มีต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ	b	t	P
EDOT	BEOS/ACAE Slope	0.1526*	1.963	.049
EXOT		0.0169	1.036	.301
CHOT		-0.0585	-0.070	.945
BEOT		-0.3228	-0.437	.636
α		0.8388**	3.542	.000

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการศึกษาของครู (EDOT) มีค่าเท่ากับ 0.152 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของประสบการณ์การสอน (EXOT) มีค่าเท่ากับ 0.016 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของคุณลักษณะครูผู้สอนมีค่าเท่ากับ -0.058 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของพฤติกรรมการสอนมีค่าเท่ากับ -0.322 ค่าคงที่ของการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ00.8388 ส่วนตัวแปร วุฒิการศึกษาของครู (EDOT) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = 1.96$) แสดงว่าวุฒิการศึกษาของครูมีอิทธิพลต่อค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของพฤติกรรมการ

เรียนของนักเรียนที่มีต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

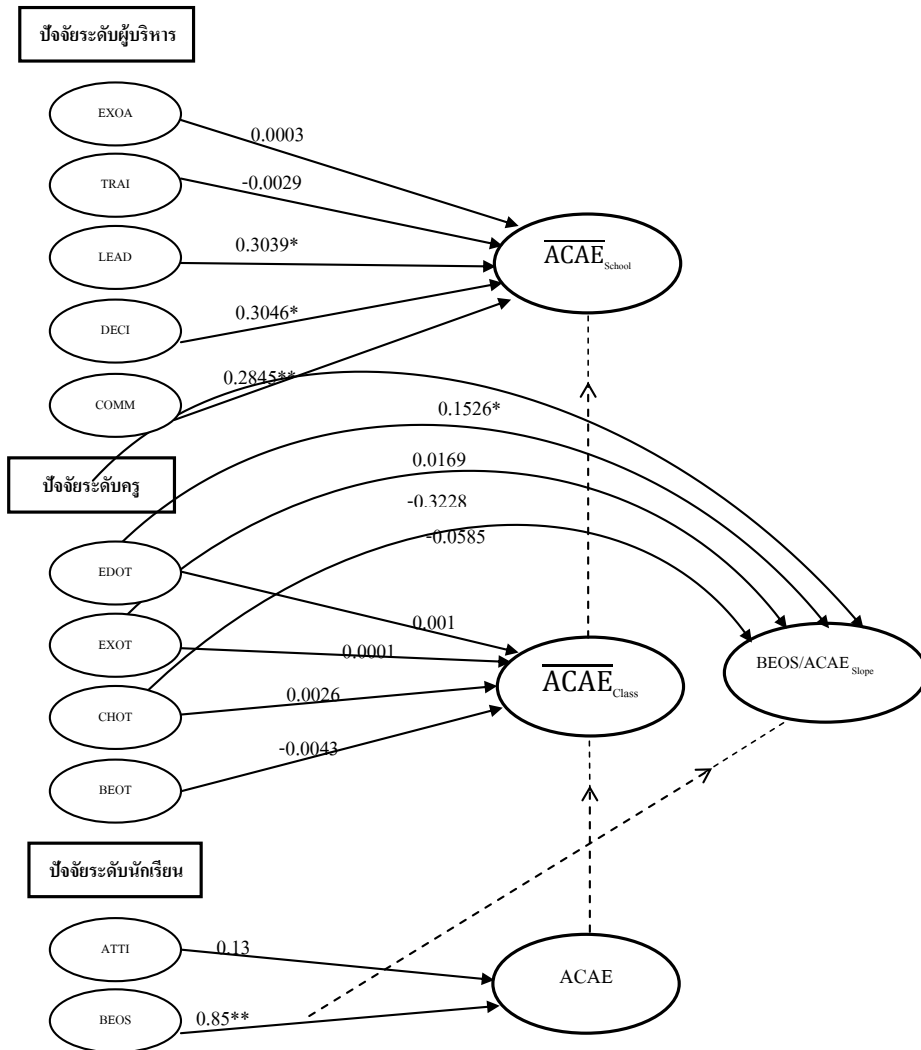
ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยระดับผู้บริหารที่มีอิทธิพลต่อค่าเฉลี่ยของประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน

ปัจจัย ระดับโรงเรียน	ค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหาร งานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา	b	t	P
EXOA	ACAE school	.0003	.129	.898
TRAI		-.0020	-.970	.335
LEAD		.3039**	14.572	.000
DECI		.3046**	16.736	.000
COMM		.2845**	22.420	.000
α		3.5348**	949.242	.000

จากตาราง 5 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของประสบการณ์ทางการบริหาร (EXOA) มีค่าเท่ากับ 0.0003 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของการฝึกอบรมทางการบริหาร (TRAI) มีค่าเท่ากับ -0.0020 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของพฤติกรรมกรรมการบริหารด้านภาวะผู้นำ (LEAD) มีค่าเท่ากับ 0.3039 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของพฤติกรรมกรรมการบริหารด้านการตัดสินใจ (DECI) มีค่าเท่ากับ 0.3046 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของพฤติกรรมกรรมการบริหารด้านการติดต่อสื่อสาร (COMM) มีค่าเท่ากับ 0.2845 และค่าคงที่ของการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ 3.5348 ซึ่งพฤติกรรมกรรมการบริหารด้านการเป็นผู้นำ (LEAD) พฤติกรรมการบริหารด้านการตัดสินใจ (DECI) และพฤติกรรมกรรมการบริหารด้านการติดต่อสื่อสาร (COMM) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($t = 14.57, 16.73$ และ 22.42 ตามลำดับ) แสดงว่าพฤติกรรมกรรมการบริหารด้านภาวะผู้นำ (LEAD) พฤติกรรมการบริหารด้านการตัดสินใจ (DECI) และพฤติกรรมกรรมการบริหารด้านการติดต่อสื่อสาร

(COMM) มีอิทธิพลต่อค่าเฉลี่ยประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน รายโรงเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยระดับนักเรียน ครู และผู้บริหาร สามารถเขียนภาพ โมเดลการวิเคราะห์พหุระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร รายโรงเรียนได้ดังภาพต่อไปนี้



เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ ชัยวานิชศิริ. (2536). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลโรงเรียนเอกชน* (ปริญญานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นารี อาแว. (2545). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารวิชาการของหัวหน้าภาควิชา คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญเรือน หมั่นทรัพย์. (2538). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนคาทอลิก* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2536). *ความผูกพันต่อสถาบันของอาจารย์ในสาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พวงรัตน์ บุญญานุรักษ์. (2538). *การนิเทศ และ การสอนพยาบาลในคลินิก* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พิมพ์อร สดเอี่ยม. (2547). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารวิชาการของสาขาวิชาในระดับบัณฑิตศึกษาของสถาบันราชภัฏ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิฑูรย์ ดันศิริคงคล. (2542). *AHP กระบวนการตัดสินใจที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- องอาจ นัยพัฒน์. (2545). *การประเมินประสิทธิผลของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2542*. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษา และ จิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Cuthbert, Rob. (1996). *Working in higher education. SRHE and open university process*. Buckingham, UK.
- Gibson, James L. (2000). *Organizations: Behavior structure process. International edition* (10th ed.). U.S.A.: Mc Graw Hill.
- Hoy K. Wayne, & Miskel, Cecil G. (2001). *Education administration: Theory, research and practice* (3rd ed.). New York: Mc Graw Hill Company.
- Teddle, Charles, & Reynolds, D. (2000). *The International handbook of school effectiveness research*. New York: Falmer Press.

ความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัย
ของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม
Opinion and Behavior to Using Helmet
of Nursing Student, Nakhon Phanom University

บรรจง พลไชย*
Banchong Phonchai*

* อาจารย์วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม

*Lecturer Nakhon Phanom College of Broromrajchonnee Nursing Nakhon Phanom University.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้หมวกนิรภัยและพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยของนักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาพยาบาล ชั้นปีที่ 1-3 ปีการศึกษา 2552 จำนวน 207 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.88 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการใช้หมวกนิรภัย การรับรู้ประโยชน์ของการใช้หมวกนิรภัย อยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัย อยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ: พฤติกรรม ความคิดเห็น หมวกนิรภัย นักศึกษาพยาบาล นครพนม

Abstract

The purpose of this research was to study perception of benefit, opinion and behavior to using helmet of nursing student, Nakhon Phanom University. The sample consisted of 207 nursing students who were stratified random sampling selected from the first, second and third-year student, in academic year 2009. The research instrument was questionnaire and it was tested for content validity and reliability with Cronbach's Alpha Coefficient = 0.88. Data were analyzed by using frequency, percentage, mean and standard deviation. The results of the study revealed that the perception of benefit and opinion to using helmet were at the good level, the behavior to using helmet was at the moderate level.

Keywords: Behavior, Opinion, Helmet, Nursing student, Nakhon Phanom

บทนำ

รถจักรยานยนต์มีบทบาทสำคัญต่อการเดินทางและการขนส่งทั้งในเมืองและชนบท เป็นพาหนะที่มีความสะดวก มีระดับราคาที่ไม่สูงนัก และประหยัดน้ำมัน จากรายงานขององค์การอนามัยโลก ระบุว่าในปี พ.ศ. 2545 ในประเทศที่มีรายได้น้อยและประเทศที่มีรายได้ปานกลาง เด็กๆ มีอัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนมากกว่าประเทศที่มีรายได้สูง มีการคาดการณ์ว่าภายในปีพ.ศ. 2553 จำนวนอุบัติเหตุอาจเพิ่มขึ้นเป็นปีละ 200,000 ราย ผู้คนจะบาดเจ็บปีละกว่า 100,000 ราย และเสียชีวิตปีละกว่า 30,000 ราย จากจำนวนผู้เสียชีวิตทั้งหมด 8 ใน 10 คนเป็นผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ และยังมีคนนั่งซ้อนท้ายที่เป็นกลุ่มที่อยู่ในความเสี่ยงต่อชีวิตมากที่สุดสำหรับในประเทศไทย อุบัติเหตุรถจักรยานยนต์เป็น 70-80% ของอุบัติเหตุจราจรทั้งหมด และเป็นสาเหตุการตายของคนไทยทั้งชายและหญิง ไม่น้อยกว่าปีละ 10,000 คน ในปี พ.ศ. 2548 มีผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์จำนวน 12,858 คน (ยุทธนา วรณปิติกุล และสุพิตาเรจิจิต, 2550) อุบัติเหตุจากการจราจรเป็นสาเหตุการตายอันดับหนึ่งของการเกิดอุบัติเหตุทั้งหมดและกลุ่มที่เสียชีวิตมากที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 15 – 44 ปี กลุ่มอายุดังกล่าวเป็นวัยที่สำคัญในการพัฒนาประเทศชาติมากที่สุด อุบัติเหตุจากการจราจรยังคงเป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญของประเทศไม่เพียงแต่กระทบด้านสาธารณสุขเท่านั้น ปัญหานี้ยังส่งผลถึงคุณภาพชีวิต คุณภาพสังคม เศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ เป็นสาเหตุการเสียชีวิต การบาดเจ็บและความพิการสูงเป็นอันดับต้นๆ ของคนไทย ติดอันดับ 1 ใน 3 ของสาเหตุการเสียชีวิตในทุกจังหวัดของประเทศและมีแนวโน้มทวีจำนวนความรุนแรงเพิ่มขึ้นทุกปี และยิ่งก่อให้เกิด

เกิดความเสียหายต่อทรัพย์สินเป็นจำนวนมาก ค่าเสียหายของทรัพย์สินที่เกิดจากอุบัติเหตุจากการจราจรมีมูลค่าเพิ่มขึ้น รวมทั้งค่ารักษาพยาบาล ค่าเสียโอกาสในการประกอบอาชีพภาระเลี้ยงดูของครอบครัวและสังคมก็มีมูลค่าเพิ่มขึ้น (จุฬารักษ์ โสตะ และคณะ, 2550) การบาดเจ็บและการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรมีความรุนแรงมากขึ้น สร้างความสูญเสียที่มีมูลค่ามหาศาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ เนื่องจากรถจักรยานยนต์เป็นพาหนะราคาถูก ถูกนำมาใช้ในการเดินทางของประชาชนจำนวนมากและเกิดการบาดเจ็บมากที่สุด โดยมีปัญหาด้านพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อความปลอดภัย เช่น การขับขี่ในขณะที่อายุยังน้อยขับขี่โดยไม่มีใบอนุญาต และไม่สวมหมวกนิรภัย (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2546) รถจักรยานยนต์เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุถึงตายเป็น 20 เท่า ของรถยนต์ด้วยระยะทางการใช้งานเท่ากัน เนื่องจากรถจักรยานยนต์มีสมรรถนะเกินตัว คือ อัตราเร่งสูง ทำความเร็วได้มากแต่ทรงตัวได้ไม่ดีเท่ารถยนต์ และไม่สะดวกสายตาผู้ใช้รถใช้ถนนเท่ารถยนต์ การขับขี่รถจักรยานยนต์คือการเอาเนื้อไปหุ้มเหล็ก เมื่อประสบอุบัติเหตุร่างกายจึงกระทบพื้นถนนหรือสิ่งกีดขวางโดยตรงและรุนแรง (ไพบุลย์ สุริยวงค์ไพศาล และวิชัย เอกพลากร, 2546) จากรายงานการเฝ้าระวังทางระบาดวิทยาของสำนักระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ได้วิเคราะห์สถานการณ์การบาดเจ็บและเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจร ช่วงเทศกาลสงกรานต์ พ.ศ. 2553 พบว่า พฤติกรรมเสี่ยงที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุ มีผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตมากที่สุด คือพฤติกรรมการไม่สวมหมวกนิรภัยทั้งผู้ขับขี่และผู้โดยสาร คิดเป็นร้อยละ 88.60

(กรมควบคุมโรค, 2553) และจากข้อมูลของระบบเฝ้าระวังการบาดเจ็บ โดยสำนักกระบาดวิทยา กระทรวงสาธารณสุข ได้จัดตั้งระบบเฝ้าระวังการบาดเจ็บในระดับจังหวัด พบว่าการบาดเจ็บของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในปีพ.ศ. 2545-2549 โดยกลุ่มอายุที่บาดเจ็บสูงสุดคือ กลุ่มอายุ 15-19 ปี รองลงมาคือกลุ่มอายุ 20-24 ปี และอาชีพที่ไม่สวมหมวกนิรภัยสูงสุดคือ นักเรียนนักศึกษา (กาญจน์ย์ ด่านาคแก้ว, 2551)

การเรียนการสอนหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต เป็นการเรียนการสอนที่ใช้กระบวนการเรียนรู้ตามสภาพการณ์จริงในชุมชน เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งสร้างเสริมสุขภาพ ป้องกันความเจ็บป่วย ดูแลและฟื้นฟูสภาพ รวมทั้งพัฒนาศักยภาพให้ประชาชนสามารถดูแลและพึ่งตนเองได้ เพื่อกำหนดชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ เป็นสมาชิกพลเมืองที่ดีและดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข ผู้สำเร็จการศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต จะต้องสามารถดูแลสุขภาพของตนเองได้ มีสุขภาพที่ดี ป้องกันการเจ็บป่วยและส่งเสริมสุขภาพของตนเอง บุคคล ครอบครัวและชุมชนได้ รวมทั้งสามารถวินิจฉัยและแก้ปัญหาสุขภาพของชุมชนได้ ในขณะที่เป็นนักศึกษาในสถาบันการศึกษา มีการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาการสร้างเสริมสุขภาพและการป้องกันการเจ็บป่วย ซึ่งในรายวิชานี้มีวัตถุประสงค์การเรียนรู้เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อสุขภาพของบุคคลในภาวะปกติในวัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ วัยผู้สูงอายุ ครอบครัว กลุ่มคน ชุมชน ได้ ประเมินภาวะสุขภาพและแบบแผนการดำเนินชีวิต สร้างเสริมสุขภาพและป้องกันการเจ็บป่วย ของบุคคล วัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ วัยผู้สูงอายุ ครอบครัว กลุ่มคน และชุมชน ได้ รวมทั้งเป็นตัวอย่างที่ดีในการสร้างเสริมสุขภาพ

การใช้หมวกนิรภัยเป็นตัวอย่างหนึ่งของการสร้างเสริมสุขภาพและการป้องกันการเจ็บป่วยของคนทุกกลุ่มวัย นักศึกษาพยาบาล มหาวิทยาลัยนครพนม ซึ่งมีอายุในช่วง 19 – 30 ปี เป็นช่วงอายุที่เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุจากการจราจรมากที่สุด นักศึกษามีการใช้รถจักรยานยนต์เป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงสนใจและต้องการศึกษาความคิดเห็น และพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยของนักศึกษาพยาบาล เพื่อนำผลของการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนวิชาการสร้างเสริมสุขภาพและการป้องกันการเจ็บป่วย ในด้านการป้องกันการเจ็บป่วยในกลุ่มประชากรวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ รวมทั้งนักศึกษาพยาบาลสามารถดูแลสุขภาพของตนเอง ป้องกันการเจ็บป่วยและส่งเสริมสุขภาพของตนเองได้ และเป็นผู้นำที่ดีในการใช้หมวกนิรภัย เพื่อเป็นแบบอย่างแก่บุคคลอื่น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้หมวกนิรภัยของนักศึกษาพยาบาล
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ประโยชน์ของการใช้หมวกนิรภัยของนักศึกษาพยาบาล
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยของนักศึกษาพยาบาล

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยนครพนม ชั้นปีที่ 1 – 3 ปีการศึกษา 2552 จำนวน 449 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต

มหาวิทยาลัยนครพนม ชั้นปีที่ 1 – 3 ปีการศึกษา 2552 จำนวน 207 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยอ่านจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลความคิดเห็นต่อการใช้หมวกนิรภัย

ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลการรับรู้ประโยชน์ของการใช้หมวกนิรภัย

ตอนที่ 4 เป็นข้อมูลพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัย

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ได้แบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์ แล้วนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มนักศึกษาที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงและใกล้เคียงกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 หลังจากได้ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่นแล้วนำแบบสอบถามที่ได้ทดสอบคุณภาพแล้วมาพิมพ์เป็นฉบับจริงสำหรับการใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยชี้แจงนักศึกษาในชั้นเรียน พร้อมทั้งแจกแบบสอบถาม และรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมด จำนวน 207 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแบบสอบถามทั้งหมด ตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของแบบสอบถามแต่ละฉบับเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ

2. ข้อมูลความคิดเห็นต่อการใช้หมวกนิรภัย การรับรู้ประโยชน์ของหมวกนิรภัย และพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50

หมายถึง ปฏิบัติพฤติกรรมนั้นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50

หมายถึง ปฏิบัติพฤติกรรมนั้นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50

หมายถึง ปฏิบัติพฤติกรรมนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50

หมายถึง ปฏิบัติพฤติกรรมนั้นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00

หมายถึง ปฏิบัติพฤติกรรมนั้นอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามสรุปได้ ดังนี้

1.1 ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 92.13 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 7.89 ตามลำดับ

1.2 ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.89 รองลงมา คือ กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 33.33 และกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 27.78 ตามลำดับ

1.3 ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้หมวกนิรภัยบางครั้งมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.65 รองลงมา คือ ไม่ใช้หมวกนิรภัย คิดเป็นร้อยละ 11.57 และใช้หมวกนิรภัยทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.78 ตามลำดับ

1.4 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีประสบการณ์ในการขับขี่รถจักรยานยนต์มากกว่า 6 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.26 รองลงมาคือ 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.39 และ 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.41 ตามลำดับ

1.5 ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยได้รับการอบรมการขับขี่รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 84.26 และไม่เคยได้รับการอบรมการขับขี่รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 15.74

2. ระดับความคิดเห็นต่อการใช้หมวกนิรภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.51 S.D. = 0.95) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ หมวกนิรภัยที่ดีต้องได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) (Mean = 4.41 S.D. = 0.74) การสวมหมวกนิรภัยช่วยลดความรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ (Mean = 4.34 S.D. = 0.74)

และขณะขับขี่และโดยสารรถจักรยานยนต์ควรสวมหมวกนิรภัยทุกครั้ง (Mean = 4.28 S.D. = 0.80) ตามลำดับ

3. ระดับการรับรู้ประโยชน์ของการใช้หมวกนิรภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.73 S.D. = 0.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การสวมหมวกนิรภัยนอกจากจะช่วยลดความรุนแรงจากการบาดเจ็บที่ศีรษะได้แล้ว ยังสามารถป้องกันการกระคายเคืองจากฝุ่นเข้าตาได้อีกด้วย (Mean = 4.37 S.D. = 0.68) การสวมหมวกนิรภัยช่วยลดความรุนแรงจากการบาดเจ็บจากการเกิดอุบัติเหตุ (Mean = 4.35 S.D. = 0.72) และถ้าไม่สวมหมวกนิรภัยหากเกิดอุบัติเหตุจะได้รับบาดเจ็บบริเวณศีรษะ (Mean = 4.31 S.D. = 0.78) ตามลำดับ

4. พฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.16 S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับพฤติกรรมอยู่ในระดับปานกลาง 3 อันดับแรก ได้แก่ สวมหมวกนิรภัยเฉพาะตอนที่พบเห็นเจ้าหน้าที่ตำรวจ (Mean = 3.10 S.D. = 0.85) สวมหมวกนิรภัยทุกครั้งเมื่อนั่งซ้อนท้ายโดยสารรถจักรยานยนต์ในระยะทางไกล (Mean = 3.39 S.D. = 0.89) และสวมหมวกนิรภัยโดยรัดคางด้วยสายรัดให้แน่นทุกครั้ง (Mean = 3.49 S.D. = 0.97) ตามลำดับระดับพฤติกรรมอยู่ในระดับมาก 3 อันดับ ได้แก่ สวมหมวกนิรภัยที่มีขนาดเหมาะสมกับศีรษะ (Mean = 3.78 S.D. = 0.82) สวมหมวกนิรภัยทุกครั้งเมื่อขับขี่รถจักรยานยนต์ในระยะทางไกลๆ (Mean = 3.71 S.D. = 0.92) และสวมหมวกนิรภัยที่ได้มาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) (Mean = 3.67 S.D. = 0.90) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

1. ความคิดเห็นต่อการใช้หมวกนิรภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ หมวกนิรภัยที่ดีต้องได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม การสวมหมวกนิรภัยช่วยลดความรุนแรงจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์ และขณะขับขี่และโดยสารรถจักรยานยนต์ควรสวมหมวกนิรภัยทุกครั้ง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสรี เศรษฐกร (2541) พบว่า นักศึกษามีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการสวมหมวกนิรภัย ในข้อที่ว่าถ้าใส่หมวกนิรภัยแล้วจะทำให้ลดการบาดเจ็บหรือเสียชีวิต หมวกนิรภัยใส่แล้วรู้สึกปลอดภัย ผู้ขับขี่และโดยสารรถจักรยานยนต์ทุกคน ควรสวมหมวกนิรภัย และขณะขับขี่รถจักรยานยนต์ ถ้าได้สวมหมวกนิรภัยแล้วสบายใจ สอดคล้องกับวิจัยของ วันศิริ เจาตระกูล (2546) พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหมวกนิรภัยของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ ส่วนใหญ่เคยสังเกตสัญลักษณ์รับรองมาตรฐาน มอก. ข้างหมวกนิรภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ มหิธร ประภาสะโนบล (2551) พบว่า นักศึกษามีทัศนคติและความคิดเห็นต่อการใช้หมวกนิรภัยในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ขณะขับขี่รถจักรยานยนต์ควรสวมหมวกนิรภัยทุกครั้ง หมวกนิรภัยสามารถลดความรุนแรงของการบาดเจ็บที่หน้า ศีรษะ และสมองได้ เมื่อสวมหมวกนิรภัย ขณะขับขี่รถจักรยานยนต์มีความรู้สึกปลอดภัยขึ้น และควรสวมหมวกนิรภัยที่ได้มาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) สอดคล้องกับงานวิจัยของแอลเลแกรนท์ (Allegrant, 1979) พบว่า ร้อยละ 78.80 ของกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อว่าการใช้หมวกนิรภัยจะช่วยลดการบาดเจ็บที่ศีรษะได้ และร้อยละ 85.00 ของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์

บอกว่า หมวกนิรภัยสามารถช่วยป้องกันชีวิตได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของปราณี ทองคำ, ทวี ทองคำ และจิราพร หิรัญรัตนธรรม (2551) พบว่า นักเรียนให้เหตุผลในการสวมหมวกนิรภัยทุกครั้งว่า การสวมหมวกนิรภัยสามารถป้องกันการบาดเจ็บที่ศีรษะได้ สามารถอธิบายได้ว่านักศึกษาได้มีความพร้อมด้านจิตใจอันเกิดจากการเรียนรู้และมีประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้หมวกนิรภัย และส่วนใหญ่ นักศึกษาพยาบาลเป็นเพศหญิง มีอายุ 18 – 22 ปี ซึ่งมีเจตคติที่ดีต่อการใช้หมวกนิรภัย ดังผลการวิจัยของปราณี ทองคำ, ทวี ทองคำ และจิราพร หิรัญรัตนธรรม (2551) พบว่า นักเรียนหญิงมีเจตคติที่ดีต่อการสวมหมวกนิรภัยสูงกว่านักเรียนชาย นักเรียนที่มีอายุ 19 -22 ปี มีเจตคติที่ดีต่อการสวมหมวกนิรภัยสูงกว่านักเรียนอายุ 15 – 18 ปี ซึ่งนักศึกษาพยาบาลส่วนมากมีเพศและอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว จึงทำให้นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการใช้หมวกนิรภัย อยู่ในระดับมาก

2. การรับรู้ประโยชน์ของการใช้หมวกนิรภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ การสวมหมวกนิรภัยนอกจากจะช่วยลดความรุนแรงจากการบาดเจ็บที่ศีรษะได้แล้ว ยังสามารถป้องกันการกระชากเคื่องจากฝุ่นเข้าตาได้อีกด้วย การสวมหมวกนิรภัยช่วยลดความรุนแรงจากการบาดเจ็บจากการเกิดอุบัติเหตุ และถ้าไม่สวมหมวกนิรภัยหากเกิดอุบัติเหตุจะได้รับบาดเจ็บบริเวณศีรษะ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเสรี เศรษฐกร (2541) ที่ได้ศึกษาการส่งเสริมให้นักศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่นสวมหมวกนิรภัย พบว่า นักศึกษามีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการสวมหมวกนิรภัย ในข้อที่ว่าถ้าสวมหมวกนิรภัยแล้วจะทำให้

ลดการบาดเจ็บหรือเสียชีวิต และสอดคล้องกับงานวิจัยของมทิสร ประภาสะโนบล (2551) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของนักศึกษาภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี พบว่า นักศึกษามีทัศนคติและความคิดเห็นต่อการใช้หมวกนิรภัย ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในข้อ หมวกนิรภัยสามารถลดความรุนแรงของการบาดเจ็บที่หน้า ศีรษะ และสมองได้ สามารถอธิบายได้ว่า นักศึกษาได้รับรู้ประโยชน์ของการใช้หมวกนิรภัยจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ ได้เรียนรู้จากการเรียนในห้องเรียน การจัดอบรมของฝ่ายพัฒนานักศึกษา เพื่อให้ความรู้เรื่องการขับขี่ที่ปลอดภัย การจัดกิจกรรมรณรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจร และแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยราชการ จึงทำให้นักศึกษาได้รับความรู้เรื่องประโยชน์ของการใช้หมวกนิรภัย อยู่ในระดับมาก ฉกาจน์ เทียมวงศ์(2540) ได้กล่าวว่า การรับรู้ข่าวสารไม่ดีหรือไม่ค่อยได้รับรู้ข่าวสาร ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์จึงได้อาศัยความรู้หรือความเคยชินที่เคยปฏิบัติอยู่เป็นประจำเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจหรือในการปฏิบัติและกิดคิดว่าสิ่งที่ปฏิบัติอยู่นั้นถูกต้อง ทำให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ไม่ค่อยมีความรู้หรือมีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับหมวกนิรภัยน้อย เป็นผลให้การรับรู้ถึงความปลอดภัยหรืออันตรายที่เกิดกับตนเองไม่ดีไปด้วย แต่ถ้าผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ได้รับรู้ข่าวสารและมีความรู้ดีแล้วก็จะทำให้รู้ว่า ถ้าไม่สวมหมวกนิรภัยแล้วจะเกิดอันตรายอย่างไร รุนแรงอย่างไร ทำให้ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์มีการรับรู้ถึงความปลอดภัยหรืออันตรายที่จะเกิดตามมานั้นดีไปด้วย ยุทธนา วรณปิติกุล และสุพิทา เริงจิต (2550) กล่าวว่า การรณรงค์ให้ความรู้ในการป้องกันอุบัติเหตุจราจร เช่น การขับขี่ให้ปลอดภัยและ

ถูกกฎจราจร ซึ่งสังคมไทยใช้มาตรการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ให้การศึกษาแก่ประชาชนด้านความปลอดภัย สร้างสำนึก ทำให้ประชาชนมีพฤติกรรมที่ถูกต้องในการใช้รถใช้ถนน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักศึกษาได้รับรู้ประโยชน์ของการใช้หมวกนิรภัย อยู่ในระดับมาก

3. พฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับพฤติกรรมอยู่ในระดับปานกลาง 3 อันดับแรก ได้แก่ สวมหมวกนิรภัยเฉพาะตอนที่พบเห็นเจ้าหน้าที่ตำรวจ สวมหมวกนิรภัยทุกครั้งเมื่อนั่งซ้อนท้ายโดยสารรถจักรยานยนต์ในระยะทางไกลๆ และสวมหมวกนิรภัย โดยรัดคางด้วยสายรัดให้แน่นทุกครั้ง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มทิสร ประภาสะโนบล (2551) ได้ศึกษาพฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของนักศึกษาภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของนักศึกษาภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ส่วนใหญ่สวมหมวกนิรภัยเป็นบางครั้งมากถึงร้อยละ 68.00 การปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้หมวกนิรภัย และพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัย พบว่า ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่ใช้หมวกนิรภัยที่มีมาตรฐานอุตสาหกรรมรับรอง และรัดคางทุกครั้งที่สวมหมวกนิรภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิทักษ์พงษ์ ครอบชนม์ (2545) ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยของกลุ่มตัวอย่างของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลบางละมุง สวมหมวกนิรภัยเป็นบางครั้งถึงร้อยละ 55.80 ผู้ที่สวมหมวกนิรภัยส่วนใหญ่ ร้อยละ 70.00

สวมใส่หมวกนิรภัยอย่างถูกวิธี โดยใส่สายรัดคาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัยพันธุ์สุตา พัฒนไพบูลย์ (2549) ได้ศึกษาการใช้หมวกนิรภัยในประเทศไทย: ปัญหาและข้อเสนอแนะ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ในข้อ การเดินทางระยะไกล รู้สึกปลอดภัยมากขึ้น หากต้องเดินทางในระยะไกล กลัวว่าจะถูกจับ ถ้าไม่ใส่หมวกนิรภัยตามที่กฎหมายกำหนด อภิปรายได้ว่า ความเข้มงวดและความต่อเนื่องของการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น ตำรวจจราจร ซึ่งเป็นบุคคลที่รับผิดชอบในการบังคับใช้กฎหมาย การปฏิบัติหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการจราจรนั้น ตำรวจจราจรต้องปฏิบัติหน้าที่ภายในกรอบของกฎหมายด้วยความยุติธรรม ปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ปฏิบัติหน้าที่โดยไม่เลือกปฏิบัติ ก็จะทำให้ผู้ขับขี่และผู้นั่งซ้อนท้ายโดยสารรถจักรยานยนต์ได้รู้และเข้าใจว่าการกระทำอย่างไรเป็นการกระทำที่ผิด และไม่กระทำอีก ส่งผลให้ผู้ขับขี่และผู้นั่งซ้อนท้ายโดยสารรถจักรยานยนต์ มีพฤติกรรมสวมใส่หมวกนิรภัยมากขึ้น รวมทั้ง การสวมหมวกนิรภัยเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกทางกายของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ ความรู้ ทักษะที่บุคคลได้รับ เกณฑ์ของกลุ่มที่กำหนดขึ้นให้ปฏิบัติตาม ได้แก่ กฎระเบียบต่างๆ ถ้าบุคคลไม่ปฏิบัติตามกฎ ก็จะถูกลงโทษ ถ้าปฏิบัติตามกฎ ก็จะได้รับรางวัลหรือได้รับการยกย่อง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ (วิไลวรรณ ศรีสงคราม และคณะ, 2549)

ข้อเสนอแนะ

1. วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม ควรจัดให้มีการดำเนินการรณรงค์การใช้หมวกนิรภัยเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการใช้หมวกนิรภัย เป็นการปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกให้ผู้ขับขี่และผู้นั่งซ้อนท้ายโดยสารรถจักรยานยนต์ได้รู้จักการป้องกันอันตรายจากการใช้รถจักรยานยนต์
2. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องประโยชน์และโทษของหมวกนิรภัย เพื่อปลูกฝังให้นักศึกษามีจิตสำนึกในการป้องกันอันตรายอุบัติเหตุจากการจราจร
3. วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม ควรประสานความร่วมมือกับบริษัทห้างร้านภาคเอกชน นำหมวกนิรภัยที่มีคุณภาพดีได้มาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) ราคาไม่แพงเกินไปจำหน่ายให้กับนักศึกษา เพื่อให้นักศึกษาได้ใช้หมวกนิรภัยที่มีมาตรฐานและราคาถูก
4. ควรเพิ่มเนื้อหาเรื่องการใช้หมวกนิรภัยอุบัติเหตุจากการจราจร ในรายวิชาการสร้างเสริมสุขภาพและการป้องกันการเจ็บป่วย
5. ควรดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อนำ ไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยขณะขับขี่รถจักรยานยนต์

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค. (2553). ข้อเสนอแนะเพื่อความปลอดภัยในการเดินทางช่วงเทศกาลสงกรานต์ พ.ศ. 2553 ประเด็น : พฤติกรรมเสี่ยงและการประเมินผลการดำเนินงานควบคุม ป้องกันอุบัติเหตุบนท้องถนน. รายงานการเฝ้าระวังทางระบาดวิทยาประจำสัปดาห์, 41(9), 129-132.
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2546). มิติทางสังคม วัฒนธรรมของพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัย. นนทบุรี: กองสุศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข.
- กาญจน์ย์ ด่านาคแก้ว. (2551). ลักษณะของการบาดเจ็บจากการขับขี่รถจักรยานยนต์ ในตำนานเรื่อง อุบัติเหตุจากการจักรยานยนต์. วิทยา ชาติบัญชาชัย (บ.ก.) (พิมพ์ครั้งที่ 2). ขอนแก่น: ขอนแก่นการพิมพ์.
- จุฬารณ โสตะ, พรทิพย์ คำพอ, พงษ์ศักดิ์ ภูคาขาว, อุดมการณ์ สารรัตน์, และกฤติยา พลางวัน. (2550). ความพร้อมของชุมชนริมทางหลวงในการป้องกันและแก้ไขปัญห อุบัติภัยจากการจราจร. วารสารสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 6 ขอนแก่น, 14(2), 47-50.
- ฉกาจน์ เทียมวงศ์. (2540). การรับรู้ถึงความปลอดภัยและทัศนคติของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ ที่มีการสวมหมวกกันน็อค (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร). กรุงเทพฯ: คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน์.
- ปราณี ทองคำ, ทวี ทองคำ, และ จีราพร หิรัญรัตนธรรม. (2551). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การสวมหมวกของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขต เทศบาลเมืองสุราษฎร์ธานี. สงขลานครินทร์ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 14(2), 271-288.
- พวงน้อย แสงแก้ว. (2546). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการขับขี่รถจักรยานยนต์อย่าง ปลอดภัยของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดลำปาง (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). ลำปาง: สถาบันราชภัฏลำปาง.
- พิทักษ์พงษ์ ครองชนม์. (2545). ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้หมวกนิรภัยของผู้ขับขี่ รถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองบางละมุง จังหวัดชลบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ไพบูลย์ สุริยะวงศ์ไพศาล, และวิชัย เอกพลากร. (2546). ตำราจราจรอุบัติเหตุจราจร. กรุงเทพฯ: โฮลิสติก พับลิชชิ่ง

- มทิศร ประภาสะโนบล. (2551). พฤติกรรมการสวมหมวกนิรภัยของนักศึกษาภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. วารสารวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, 5(1), 35–44.
- ยุทธนา วรณปิตกุล, และสุพิดา เรืองจิต. (2550). บันทึกโฉมหน้าอุบัติเหตุรถมอเตอร์ไซด์. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- วลักษณ์สุตา พัฒนไพโรจน์. (2549). การศึกษาการใช้หมวกนิรภัยในประเทศไทย: ปัญหาและข้อเสนอแนะ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- วิไลวรรณ ศรีสงคราม และคณะ. (2549). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.
- เสรี เศรษฐกร. (2541). การส่งเสริมให้นักศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่นสวมหมวกนิรภัย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อนุรักษ ปานจินดาสกุล. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการใช้หมวกนิรภัยของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอวังจันทร์ จังหวัดระยอง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา:
กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Investigating the Acceptance of Social Networking
in Students: Case Study of Bangkok University

บุษรา ประกอบธรรม*
Bootsara Prakobtham*

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (วิทยาเขตรังสิต)

*Asst.Prof. Business Computer Department, Business Administration, Bangkok University.
(Rangsit Campus)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา โดยใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามคณะ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 จากผลการวิจัย สถาบันการศึกษาสามารถนำเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนจะสามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาได้ง่ายขึ้น

คำสำคัญ: เครือข่ายสังคมออนไลน์ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Abstract

Objectives of this research were to study the effect of factors to the students' to acceptance of social networks and the influence of them by using Technology Acceptance Model (TAM). The research was the survey research and used the questionnaire to collect the data. The samples of the research were 400 undergraduate students in Bangkok University, randomly selected using the stratified sampling according to the proportion of the students across faculties. The results showed that perceived ease of use, perceived usefulness and influencing of social significantly influenced to the students' attitude to use social networks of the students which significantly affected to their intention to use at 0.01 level. This finding, educational institute could utilize the results to distribute information quickly and easily through social networks. In additional, teachers could use them as a channel to easy communicate with their students more effectively.

Keywords: Social Networking, Technology Acceptance Model (TAM),
Bangkok University

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ผู้ใช้สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้โดยง่าย จนทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในโลกออนไลน์ ผู้ใช้สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตบนรูดแบนด์แบบไร้สายและไร้สาย นอกจากนี้ยังสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านทางสมาร์ตโฟนได้อีกช่องทาง จึงทำให้จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งผลจากการสำรวจจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ณ เดือนธันวาคม 2554 พบว่ามีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2,267 ล้านคน ส่วนประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 18.3 ล้านคน ผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มของนักศึกษาที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ เช่น Facebook, Twitter และ Hi5 เป็นต้น ทำให้เกิดเป็นเครือข่ายของผู้ใช้ที่มีการเชื่อมโยงกันสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในรูปแบบข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสามารถช่วยให้ผู้ใช้ติดต่อสื่อสาร แบ่งปันความรู้ระหว่างสมาชิกในกลุ่มได้ง่ายและรวดเร็ว โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเรื่องของลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ทางการศึกษาทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ การร่วมมือกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและทรัพยากรร่วมกัน และทำให้เกิดความคิดอย่างมีเหตุมีผลระหว่างผู้สอนและผู้เรียน (Ajjan & Hartshorne, 2008; Mason, 2006) ดังนั้นการนำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการศึกษาสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนการสอนให้กับอาจารย์

ผู้สอนได้โดยง่ายเพราะนักศึกษาส่วนมากจะใช้เวลาส่วนใหญ่ทำกิจกรรมต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ อาจารย์ผู้สอนสามารถใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการให้ข้อมูล ข่าวสาร และตอบข้อคำถามกับนักศึกษาได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ผู้สอนสามารถสอดแทรกเนื้อหา แนวคิดที่ต้องการเน้นให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ อาจารย์ผู้สอนสามารถติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาได้บ่อยขึ้นและเป็นการเชื่อมโยงกับนักศึกษาภายนอกห้องเรียน ทำให้ช่วยลดช่องว่างระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาในกระบวนการเรียนการสอนให้น้อยลง ซึ่งในปัจจุบันมีเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับเป็นเครื่องมือให้อาจารย์ผู้สอนเลือกใช้ได้หลายช่องทาง เช่น การใช้ Facebook หรือ Twitter เพื่อแจ้งข้อมูลและติดต่อสื่อสารกับนักศึกษา หรือการใช้ MSN สำหรับตอบปัญหาหรือข้อสงสัยของนักศึกษา เป็นต้น

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ข้อมูลที่ได้นี้สามารถใช้เป็นแนวทางให้กับอาจารย์ผู้สอนสามารถเลือกใช้และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นสื่อการเรียนการสอนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ต่อการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องตามแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลของสังคม ทักษะการใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์ และความตั้งใจใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์ ซึ่งสมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย 4 สมมติฐาน ดังนี้

H1: การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์

H2: การรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์

H3: อิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์

H4: ทักษะการใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์

กรอบแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการศึกษาของนักศึกษา ผู้วิจัยได้นำแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) ซึ่งเดวิส (Davis, 1989) ได้

พัฒนาขึ้นมา โดยนำตัวแปรต่างๆ มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี พบตัวแปรต่างๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัย ดังนี้

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) หมายถึง ระดับความเชื่อของผู้ใช้ที่คาดหวังต่อระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นและเป็นเป้าหมายจะใช้ ต้องมีความง่ายในการเรียนรู้ที่จะใช้งานและไม่ต้องใช้ความพยายามมาก (Davis, 1989) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้ระบบและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้ระบบโดยส่งผ่านการรับรู้ประโยชน์ (Agarwal & Prasad, 1999; Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989; Jackson, Chow & Leitch, 1997; Venkatesh, 1999)

การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ว่าจะระบบสารสนเทศที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์ และถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นใหม่ จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ระบบสารสนเทศ (Agarwal & Prasad, 1999; Davis et al., 1989; Jackson et al., 1997; Venkatesh, 1999) ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เน้นในเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ การทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มเพิ่มสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้ให้สามารถใช้งานได้อย่างสะดวก ดังนั้นการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงความตั้งใจใช้อุปกรณ์สังคมออนไลน์

อิทธิพลของสังคม (Social Influence) หมายถึง การกระทำโดยคนหนึ่งหรือหลายคน

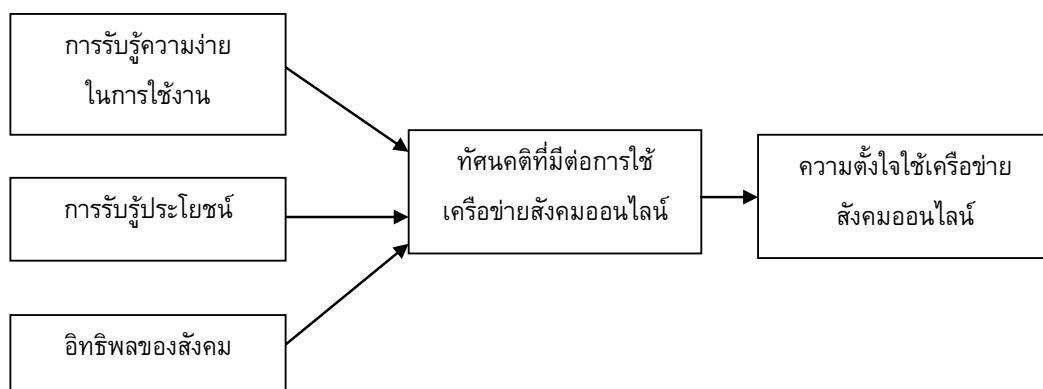
เพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความคิดหรือความรู้สึกรู้สึกของคนอื่น (Fishbein & Ajzen, 1975; Venkatesh, Morris, Davis, 2003) และจากการที่นักศึกษาจำนวนมากนิยมใช้เว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ สมาชิกบางคนใช้ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน บางคนสมัครเป็นสมาชิกของกลุ่มจากการเชิญชวนของเพื่อน ดังนั้นอิทธิพลทางสังคมจึงมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าไปมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา

ทัศนคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward use) หมายถึง ทัศนคติของผู้ใช้ เป็นเจตนาที่เกิดขึ้นจากผลของการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ระบบ ซึ่งหาก

ผู้ใช้รับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์หรือใช้งานง่าย ผู้ใช้ก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อระบบนั้น ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีนั้น (Ajzen & Fishbein, 1980)

ความตั้งใจใช้ (Intention to use) หมายถึงความตั้งใจที่ผู้ใช้ จะพยายามใช้งานและความเป็นไปได้ที่ผู้ใช้จะยอมรับ และมีท่าทีที่จะใช้งานต่อไปในอนาคต

ซึ่งจากตัวแปรทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ได้มีการดัดแปลงให้สอดคล้องกับงานวิจัย ที่ใช้ในการศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อการศึกษาของนักศึกษา ซึ่งสามารถแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

อุปกรณ์และวิธีดำเนินการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรเป้าหมายในการศึกษาเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 24,973 คน กำหนดขนาดของตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

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

เมื่อ

e คือ ความคาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดของตัวอย่าง

ได้ขนาดตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{24,973}{1 + 24,973(0.05)^2} = 394 \text{ คน}$$

จึงทำการเก็บรวบรวมจากตัวอย่างขนาด 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้จำนวนประชากรแบ่งตามคณะมาเป็นฐานในการคิดสัดส่วนให้ได้ตัวอย่างจำนวน 400 คน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และข้อคำถามแต่ละข้อได้มีการประยุกต์มาจากการงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามจากผู้ตอบครบทั้งหมด 400 คน โดยได้แบ่งข้อคำถามของแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี เกรดเฉลี่ย จำนวนชั่วโมงที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้าใช้

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามที่ครอบคลุม 4 ด้านได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลของสังคม ทักษะการคิดที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยใช้ข้อคำถามแบบเลือกตอบแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) จากมาตราวัด 5 ระดับ โดยระดับที่ 1 หมายถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด และระดับที่ 5 หมายถึงเห็นด้วยมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติต่างๆ ดังนี้

1. วิเคราะห์ ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Correlation Coefficient)
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ด้วยการวิเคราะห์เชิงสาเหตุ (Path analysis)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของตัวอย่าง ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของตัวอย่าง (n = 400)

ลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	155	38.8
	หญิง	245	61.2
สถานที่ที่ใช้ อินเทอร์เน็ต	บ้าน/หอพัก	307	81.0
	มหาวิทยาลัย	23	6.1
	ร้านเกมส์/อินเทอร์เน็ต	49	12.0
จำนวนวันในการ ใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์	1-3 วัน	69	17.2
	4-6 วัน	120	30.1
	7 วัน	211	52.8
ช่วงเวลาในการ ใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์	08.01-12.00 น.	6	1.7
	12.01-16.00 น.	15	4.3
	16.01-20.00 น.	70	20.2
	20.01-24.00 น.	233	67.3
	24.01-04.00 น.	20	5.8
	04.01-08.00 น.	2	0.6

จากตารางที่ 1 การวิจัยครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพจำนวนทั้งหมด 400 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.2 เมื่อจำแนกตามสถานที่ที่นักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ต พบว่าส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านหรือที่หอพัก คิดเป็นร้อยละ 81.0 เมื่อจำแนกตามจำนวนวันในการใช้เครือ

ข่ายสังคมออนไลน์ และส่วนใหญ่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 7 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 52.8 และเมื่อจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่าส่วนใหญ่มีการใช้งานในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 67.3

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ใช้และร้อยละของการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตัวอย่าง

เว็บไซต์ที่ผู้ใช้เลือกใช้	จำนวนผู้ใช้ (คน)	ร้อยละ
Facebook	377	94.3
MySpace	32	8.0
Hi5	122	30.5
Twitter	129	32.3
MSN	319	79.8
Yahoo	29	7.3

จากตารางที่ 2 ในการใช้งานเว็บไซต์ และรองลงมาคือเว็บไซต์ MSN คิดเป็นร้อยละ 79.8 และที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุดคือเว็บไซต์ นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook คิดเป็นร้อยละ 94.7 Yahoo คิดเป็นร้อยละ 7.3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ตามแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	3.91	.769
1. การเรียนรู้ที่จะใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นเรื่องง่าย		
2. กระบวนการของการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ชัดเจนและ เข้าใจง่าย	3.86	.751
3. เครือข่ายสังคมออนไลน์ ง่ายต่อการใช้งาน	3.93	.801
การรับรู้ประโยชน์		
1. การได้รับข่าวสารมากขึ้นหรือได้พบกับผู้อื่นมากขึ้น	3.89	.732
2. การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและติดต่อกับผู้อื่นได้ดีขึ้น	3.84	.732
3. การทำงานได้เร็วขึ้น	3.87	.817
4. คุณภาพของงานที่ท่านทำดีขึ้น	3.73	.802
5. การได้ใช้ประโยชน์ต่อการติดต่อสื่อสาร	3.93	.787
6. การได้ใช้ประโยชน์ต่อการทำงานร่วมกันของเพื่อนในกลุ่ม	3.85	.803

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
อิทธิพลทางสังคม		
1. เพื่อนควรจะใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์	3.90	.766
2. สมาชิกในกลุ่ม เครือข่ายสังคมออนไลน์ เชื้อเชิญให้ใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์	3.80	.795
3. เพื่อนสนับสนุนให้ใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์	3.81	.779
4. สามารถใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ กับเพื่อนที่มหาวิทยาลัยได้	3.89	.795
ทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		
1. การมีความคิดเห็นในเชิงบวกต่อการใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์	3.64	.811
2. การใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ เกิดจากการอยากรู้อยากเห็น	3.64	.852
3. การใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นการเปิดโอกาสรับรู้แนวคิดใหม่ๆ	3.73	.809
ความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		
1. การมีความมุ่งหมายที่จะใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ต่อไปในอนาคต	3.89	.791
2. การมีความมุ่งหมายที่จะใช้งานเว็บไซต์ของ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ต่าง ๆ ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้	3.81	.853
3. การมีความมุ่งหมายที่จะใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างต่อเนื่องไปเรื่อยๆ	3.88	.810

จากตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลของสังคม ทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยที่ได้ของปัจจัยต่างๆ มีค่ามากกว่า 3.5 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างมากในปัจจัยแต่ละด้าน ซึ่งจะมีผลสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ในตารางที่ 4 ที่จะกล่าวถึงในลำดับถัดไป

2. วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (**Correlation Coefficient**) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation Coefficient) ได้ผลดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสถิติบรรยาย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

	USEFUL	EASE_USE	SOCIAL	ATTITUDE	INTENTION
USEFUL	1.000				
EASE_USE	0.623**	1.000			
SOCIAL	0.618**	0.548**	1.000		
ATTITUDE	0.550**	0.546**	0.503**	1.000	
INTENTION	0.554**	0.526**	0.558**	0.656**	1.000
Mean	3.851	3.898	3.849	3.669	3.857
S.D.	0.593	0.652	0.638	0.695	0.709
Min	1.667	2.000	2.000	1.667	2.000
Max	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000

** p<0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า การรับรู้ประโยชน์ (USEFUL) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (EASE_USE) การมีอิทธิพลทางสังคม (SOCIAL) ทักษะคิดต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ATTITUDE) และ ความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (INTENTION) อีกทั้งการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการมีอิทธิพลทางสังคม ทักษะคิดต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ นอกจากนี้การมีอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์กับทักษะคิดต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทักษะคิดต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และ ความตั้งใจใช้เครือข่าย

สังคมออนไลน์ รวมทั้งทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

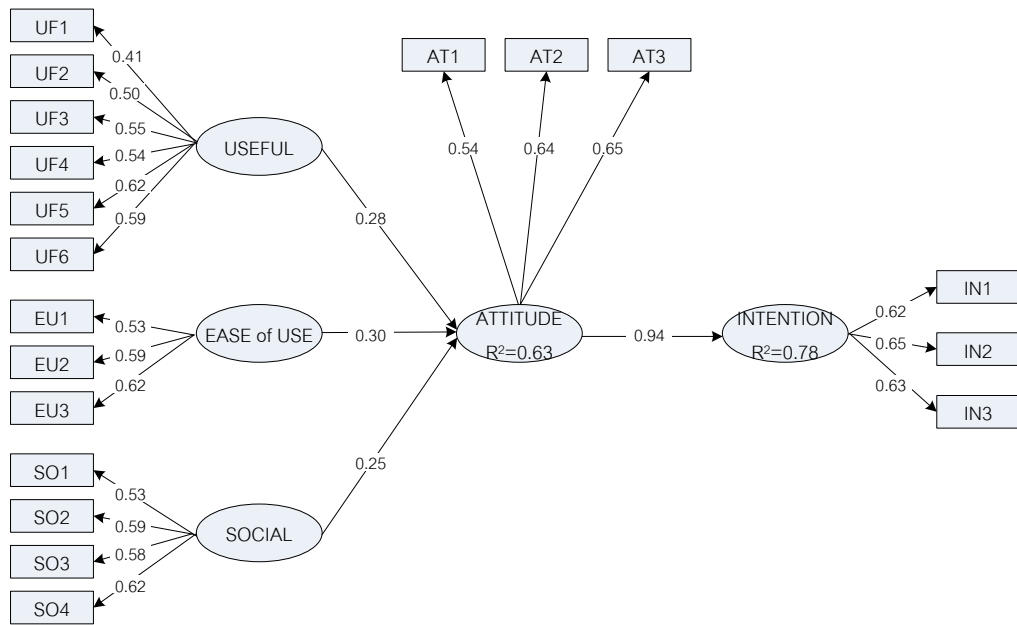
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในเชิงสาเหตุ (**Path analysis**)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในเชิงสาเหตุ ได้จำแนกผลการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน ดังนี้ ค่าสถิติเบื้องต้นเพื่อใช้ศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ แผนภาพวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเชิงสาเหตุ และผลการวิเคราะห์แยกค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และ อิทธิพลรวม (Total Effect)

ตารางที่ 5 ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวม
(Schermelele-Engel & Moosbrugger, 2003)

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
RMSEA	$0 < \text{RMSEA} < 0.05$	0.021	ผ่านเกณฑ์
IFI	$0.95 < \text{IFI} < 1$	0.990	ผ่านเกณฑ์
NNFI	$0.97 < \text{NNFI} < 1$	0.990	ผ่านเกณฑ์
CFI	$0.97 < \text{CFI} < 1$	0.990	ผ่านเกณฑ์
GFI	$0.95 < \text{GFI} < 1$	0.960	ผ่านเกณฑ์
AGFI	$0.90 < \text{AGFI} < 1$	0.940	ผ่านเกณฑ์
χ^2/df	$\chi^2/\text{df} < 3$	1.184	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 5 ผลจากการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล พบว่าค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสอง (RMSEA) เท่ากับ 0.021 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (IFI, NNFI และ CFI) มีค่าเท่ากับ 0.99, 0.99 และ 0.99 ตามลำดับ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.94 และค่าสถิติไคสแควร์ต่อระดับความเป็นอิสระ มีค่าเท่ากับ 1.184 จากที่กล่าวมา ค่าทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จึงสรุปได้ว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์



Chi-Square = 167.00, df=141, P-value=0.06665, RMSEA = 0.021

ภาพที่ 2 : โมเดลเชิงสาเหตุ (Path Model) ของความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

จากภาพที่ 2 เมื่อพิจารณาโมเดลการวัด (Measurement model) พบว่าผลการวิจัยยืนยันแนวคิดตามโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี TAM คือ ทักษะที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลของสังคมมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และ อิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

	ทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (AT)			ความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (IN)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
การรับรู้ประโยชน์ (UF)	0.28	-	0.28	-	0.26	0.26
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (EU)	0.30	-	0.30	-	0.29	0.29
อิทธิพลของสังคม (SO)	0.25	-	0.25	-	0.24	0.24
ทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ (AT)	-	-	-	0.94	-	0.94
R^2	0.63			0.78		

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์มีการแยกค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรต่าง ๆ ของการวิจัยครั้งนี้ โดยมีตัวแปรความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นตัวแปรภายใน (Endogenous variable) และมีตัวแปรทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator variable) พบว่าความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับอิทธิพลทางตรงจากทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และ อิทธิพลของสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.94, 0.29, 0.26 และ 0.24 ตามลำดับ และมีค่าสัดส่วนความแปรปรวนของความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรปัจจัยมีค่าเท่ากับร้อยละ 78

เมื่อพิจารณาทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่าได้รับอิทธิพลทางตรงสูงสุดจาก การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน รองลงมาคือ การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลของสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.30, 0.28 และ 0.25 ตามลำดับ โดยมีค่าสัดส่วนความแปรปรวนของทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่อธิบายได้ด้วยปัจจัยดังกล่าวทั้ง 3 ปัจจัย มีค่าเท่ากับร้อยละ 63

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านหรือที่หอพัก มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 7 วันต่อสัปดาห์ ใช้งานในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักศึกษาใช้เวลาว่างในช่วงกลางคืนของทุกวันกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่นิยมใช้เว็บไซต์ Facebook และจากการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา ซึ่งมีประโยชน์กับสถาบันการศึกษาในไปใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนจะสามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาได้ง่ายขึ้น รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือข้อซักถามของนักศึกษา ทำให้นักศึกษาสามารถใกล้ชิดกับอาจารย์ผู้สอนได้ทั้งในห้องเรียน และนอกห้องเรียน

นอกจากนี้ในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นอาจารย์ผู้สอนหรือนักศึกษาคควรคำนึงถึงการรับรู้ประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และความมีอิทธิพลของสังคม เพราะเป็นประเด็นสำคัญที่จะทำให้ผู้ใช้งานมีทัศนคติในทางบวกและจะส่งผลการเรียนรู้การสอนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Agarwal, P., & Prasad, J. (1997). The Role of innovation characteristic and perceived voluntariness in the acceptance of information technologies. *Decision Sciences*, 28, 557-582.
- Ajjan, H., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Ajjan, H., & Hartshorne, R. (2008). Investigating faculty decisions to adopt Web 2.0 technologies: Theory and empirical tests. *The Internet and Higher Education*, 11(2), 179-211.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339.
- Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, P. (1989). User acceptance of computer technology: A Comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35, 982-1003.
- Erickson, T. (2002). Some problems with the notion of context-aware computing. *Communications of the ACM*, 45, 102-104.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An Introduction to theory and research*. MA: Addison-Wesley, Reading.
- Internet Usage Statistics*. (2011). Retrieved June 25, 2012, from <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Jackson, C., Chow, S., & Leitch, R. (1997). Toward an understanding of the behavioral intention to use an information system. *Decision Sciences*, 28, 357-389.
- Kwon, O. (2004). Modeling and generating context-aware agent-based applications with amended colored petri nets. *Expert Systems with Applications*, 27, 609-621.
- Mason, R. (2006). Learning technologies for adult continuing education. *Studies in Continuing Education*, 28(2), 121-133.
- Venkatesh, V. (1999). Creation of favorable uses perceptions: Exploring the role of intrinsic motivation. *MIS Quarterly*, 23, 239-260.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27, 425-478.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row Publication.

Beauty Blogger: ผู้ทรงอิทธิพลด้านความงามบนโลกออนไลน์
Beauty Blogger: An Online Beauty Influencer

นิตนา ฐานิตธนกร*

Nittana Tarnittanakorn*

ปรศนียากรณ์ สายปิมเปง**

Pratsaneeyakorn Saipimpang**

*อาจารย์ประจำ ภาควิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

*Faculty Member, Modern Business Management Department, School of Business Administration, Bangkok University.

**เจ้าหน้าที่ประกันคุณภาพซอฟต์แวร์ บริษัท เฟมโตคอม จำกัด

**Software Quality Assurance Femtocom Company Limited.

บทคัดย่อ

ปัจจุบันบล็อก (Blog) ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทหนึ่ง (Social network) ได้กลายมาเป็นสื่อการตลาดที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และนักเขียนบล็อก (Blogger) มีอาชีพต่างได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตสินค้าหรือบริการต่างๆ รวมถึงสินค้าทางด้านความสวย ความงาม และโดยส่วนใหญ่นักเขียนบล็อกทางด้านความงาม (Beauty blogger) ที่สามารถนำเสนอเนื้อหาที่มีคุณภาพและน่าสนใจจะได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจจากผู้ติดตามอ่านผลงาน และความเชื่อที่สั่งสมมานั้นจะ使得นักเขียนบล็อกทางด้านความงามกลายเป็นผู้ทรงอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับความงามของผู้บริโภคบนโลกออนไลน์ ด้วยเหตุนี้ บล็อกจึงถูกนำไปใช้ในการเพิ่มช่องทางการตลาดของผู้ผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับความงาม เนื่องจากการทำการตลาดที่ต้นทุนต่ำแต่มีประสิทธิภาพที่สามารถโปรโมทสินค้าหรือบริการให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในวงกว้าง รวมทั้งเป็นช่องทางการร่วมสร้างและร่วมแบ่งปันความคิดเห็นต่างๆ ทั้งจากผู้บริโภคถึงผู้บริโภค หรือจากผู้บริโภคถึงผู้ผลิตโดยตรง

คำสำคัญ: บล็อก นักเขียนบล็อก ผู้ทรงอิทธิพล ผู้บริโภคบนโลกออนไลน์

Abstract

Today, blogging which is a form of social networking has become a popular tool for marketing media. Professional bloggers are sponsored by manufacturers of goods, services, or beauty products. Most of the beauty bloggers who write or create qualified and interested contents would gain trust and confidence from those followers who read their blogs. Later on, these accumulated trusts can turn the beauty bloggers into influencers on the online customers' thoughts and decisions to purchase goods and services related to the beauty matters. Because of this, blog can be used to enhance the marketing channels for the manufacturers of beauty products and services. Also, it is considered as a low cost but effective marketing to promote products and services in a wider range of consumers as well as a way to create and share ideas between consumers to consumers or consumers to manufacturers.

Keywords: Blog, Beauty blogger, Influencer, Online customer

บทนำ

เมื่อก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 รูปแบบของการตลาดได้ปรับเปลี่ยนไปสู่ยุคใหม่ ซึ่งได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศด้านอินเทอร์เน็ตมาช่วยในการดำเนินกิจกรรมการสื่อสารการตลาดมากขึ้น และจากความนิยมในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่แผ่กว้างไปทั่วทุกหนทุกแห่ง ทำให้เกิดชุมชนออนไลน์ (Online community) ที่ขยายวงกว้างขึ้นกว่าเก่าหรือที่เรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ซึ่งผู้คนที่อยู่ในเครือข่ายชุมชนดังกล่าวไม่จำเป็นต้องรู้จักกันก็สามารถเข้าไปอยู่ร่วมชุมชนกันได้ โดยที่มีผู้คนหลากหลายที่มา หลากหลายเชื้อชาติ จากทุกมุมทั่วโลกมาอยู่รวมกันโดยไม่จำเป็นต้องรู้จักกัน จากการเปลี่ยนแปลงนี้ก่อให้เกิดการตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้นซึ่งผลต่อการตลาดและการดำเนินธุรกิจเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ต่างๆ มักจะได้รับเงินสนับสนุนในการทำโฆษณาต่างๆ มากมาย เป็นเหตุให้ธุรกิจต่างๆ เริ่มที่จะมุ่งหวังในการที่จะมีส่วนครองตลาดกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในเครือข่ายชุมชนออนไลน์เหล่านี้มากยิ่งขึ้น

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

ในปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่เริ่มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาบริโภคข่าวสารความบันเทิงด้วยสื่อใหม่ๆ บนสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ โทรศัพท์มือถือ เกม เสิร์ชเอนจิน (Search engine) และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ซึ่งจากการรายงานสถิติจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 10.96 ล้านคนในปี 2551 แต่ในปี 2554 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มแบบก้าวกระโดดเป็น 25 ล้านคน (ปิยะ ตันทวิเชียร, 2554) โดยพบว่า อัตราการใช้อินเทอร์เน็ตในต่างจังหวัดการ

ขยายตัวถึง 60% ขณะที่ในกรุงเทพมหานครมีการใช้อินเทอร์เน็ต 40% ซึ่งถือว่ามีสัดส่วนที่สูง และ 78% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีอายุระหว่าง 15-34 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554)

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า โลกออนไลน์ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับสื่อจากที่ไหนเมื่อไหร่ก็ได้ ด้วยความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความบันเทิง จึงมีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การตลาดที่จะเข้าถึงผู้บริโภคจึงต้องมีการเปลี่ยนไปให้มีความเป็นเฉพาะบุคคลมากขึ้น เช่น การส่งข่าวสารถึงผู้บริโภคแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (One by one) และนอกจากนี้ สื่อออนไลน์ยังเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้บริโภคและภาคธุรกิจสามารถติดต่อสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ (Interactive communication) กล่าวคือ ผู้บริโภคสามารถโต้ตอบ มีส่วนร่วม และสะท้อนความคิดเห็นกลับมา โดยถือเป็นการสื่อสารการตลาดแบบ 2 ทาง ซึ่งแต่เดิมนั้น ผู้บริโภคจะเป็นเพียงฝ่ายรับข้อมูลข่าวสารจากการสื่อสารการตลาด แต่โลกออนไลน์ทำให้ผู้บริโภคสามารถมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการตอบคำถาม ตั้งกระทู้ สร้างคอนเทนต์หรือเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ต่างๆ ได้เอง หากผู้บริโภคไม่ชอบสินค้าหรือบริการใดก็มีการเขียนแสดงความคิดเห็น (Comments) ซึ่งสามารถเป็นกระบอกเสียงให้กับผู้บริโภคในการบอกกล่าวให้ทั้งองค์กรธุรกิจและบุคคลทั่วไปได้รับรู้ในวงที่กว้างมากขึ้น

ปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์มีอัตราเติบโตทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปีที่ผ่านมาเว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social media) อาทิเช่น Facebook และ Twitter ได้กลายเป็นช่องทางที่นักการตลาดและผู้ประกอบการธุรกิจ

นำมาใช้ในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อออนไลน์ที่มีการขยายตัวได้มากและรวดเร็ว รายงานจาก Association of National Advertisers (2010) แสดงให้เห็นว่า นักการตลาดทั่วโลกเริ่มใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการทำการตลาดมากขึ้นถึงร้อยละ 66 และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากนักการตลาดมากที่สุด คือ Facebook ร้อยละ 74 รองลงมา ได้แก่ Youtube ร้อยละ 65 และ Twitter ร้อยละ 63 ตามลำดับ

ในอดีตที่ผ่านมา นักการตลาดใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการทำการตลาดเพียง 20% เท่านั้น จึงเห็นได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์เติบโตมากในระยะสามปีที่ผ่านมา และได้มีการพัฒนารูปแบบของการให้บริการ รวมไปถึงกลยุทธ์วิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดทำผ่านสังคมออนไลน์เพื่อเพิ่มฐานลูกค้า สร้างความเชื่อมั่นและสร้างยอดขายให้กับธุรกิจ ซึ่งกิจกรรมที่ผู้ประกอบการนิยมทำนั้นเป็นการทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนได้สนทนาสอบถามกับเจ้าของร้านเหมือนการซื้อขายผ่านหน้าร้านโดยตรง มีการสนทนา การสอบถาม และการโต้ตอบกันแบบปัจจุบันทันด่วน (Real time) ส่วนในรูปแบบของบริษัทหรือธุรกิจใหญ่ๆ ได้มีการนำการตลาดแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร โปรโมชั่น ส่วนลด และกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท อาทิเช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ใช้ Twitter ในการกระจายข่าวสารให้ลูกค้าได้ทราบเป็นต้น ประโยชน์ของการทำการตลาดผ่านสังคมออนไลน์นอกจากที่จะมีต้นทุนในการดำเนินงานที่ต่ำแล้ว (ณัฐสุตา เพ็ญผล, 2551) เครือข่ายสังคมออนไลน์ยังเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดของผู้ผลิตถึงผู้บริโภคได้โดยตรง และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายและรวดเร็ว อีกทั้งยัง

ช่วยในการเพิ่มศักยภาพในการโปรโมทสินค้าหรือบริการให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในวงกว้าง ทำให้เพิ่มโอกาสในการที่ผู้บริโภคจะพบเห็นและรู้จักแบรนด์ของธุรกิจ นอกจากนี้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ยังเป็นช่องทางในการร่วมสร้างและร่วมแบ่งปันความคิดเห็นต่างๆ ทั้งจากผู้บริโภคถึงผู้บริโภคด้วยกัน หรือเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

บล็อก (Blog)

บล็อก (Blog) จัดเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทหนึ่ง ซึ่ง Blog มาจากศัพท์คำว่า WeBlog บางคนอ่านคำๆ นี้ว่า We Blog บางคนอ่านว่า Web Log แต่ทั้งสองคำบ่งบอกถึงความหมายเดียวกัน กล่าวคือ การบันทึกบทความของตนเองเหมือนการเขียนไดอารี่ส่วนตัว (Personal journal) ลงบนเว็บไซต์ โดยเนื้อหาของบล็อกนั้นจะครอบคลุมได้ทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวส่วนตัวหรือเป็นบทความเฉพาะด้านต่างๆ เช่น เรื่องการเมือง กล้องถ่ายรูป กีฬา หรือธุรกิจ เป็นต้น โดยจุดเด่นที่ทำให้บล็อกเป็นที่นิยมก็คือ ผู้เขียนบล็อกจะมีการแสดงความคิดเห็นของตนเองใส่ลงไปในบทความนั้นๆ โดยบล็อกบางแห่งจะมีอิทธิพลในการโน้มน้าวจิตใจผู้อ่านสูงมาก แต่ในขณะเดียวกันบางบล็อกก็จะเขียนขึ้นมาเพื่อให้อ่านกันในกลุ่มเฉพาะ เช่น กลุ่มเพื่อนๆ หรือครอบครัวตนเอง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า บล็อก คือ เว็บไซต์ที่มีรูปแบบเนื้อหาที่เป็นเหมือนบันทึกส่วนตัวออนไลน์ มีส่วนของการแสดงความคิดเห็น (Comments) และมีลิงค์ (Links) ไปยังเว็บอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ในอดีตคนที่เขียนบล็อกนั้นยังทำกันในระบบ Manual คือ เขียนเว็บเองทีละหน้า แต่ในปัจจุบันมีเครื่องมือหรือซอฟต์แวร์ให้ใช้ในการเขียน บล็อกได้

อย่างสะดวกรวดเร็ว เช่น WordPress, Blogger, Bloggang เป็นต้น

เมื่อสองสามปีที่ผ่านมา บล็อกเริ่มต้นมาจากการเขียนเป็นงานอดิเรกของกลุ่มสื่ออิสระต่างๆ หลากหลายแห่งจนกลายเป็นแหล่งข่าวสำคัญให้กับหนังสือพิมพ์หรือสำนักข่าวชั้นนำ จนกระทั่งปี 2004 คนเขียนบล็อกก็ได้รับการยอมรับจากสื่อและสำนักข่าวต่างๆ ถึงความรวดเร็วในการให้ข้อมูล ตั้งแต่เรื่องการเมืองไปจนกระทั่งเรื่องราวของการประชุมระดับชาติ และจากเหตุการณ์ดังกล่าวนี้บ่งบอกว่าบล็อกเป็นสื่อชนิดหนึ่งที่ไม่ต่างจาก วิดีโอ สิ่งพิมพ์ โทรศัพท์ หรือแม้กระทั่งวิทยุ ซึ่งสามารถเรียกได้ว่าบล็อกได้เข้ามาเป็นสื่อชนิดใหม่ที่สำคัญอย่างแท้จริง (สุริรัตน์ โพลีทอง, 2552) ทั้งนี้ ผู้เขียนบล็อก ผู้สร้างบล็อก หรือเจ้าของบล็อกนั้นมักเรียกว่า บล็อกเกอร์ (Blogger) ซึ่งโดยทั่วไปบล็อกเกอร์สามารถจำแนกได้คร่าวๆ ดังนี้

1. บล็อกเกอร์อิสระ นักเขียนบล็อกประเภทนี้จะเขียนบล็อกของตนเอง โดยจำกัดบล็อกของตนเองไว้ว่าเป็นบล็อกส่วนตัว สำหรับเขียนเรื่องราวส่วนตัวหรือความคิดส่วนตัว โดยไม่ได้นำเสนอบล็อกของตนเองเพื่อการอย่างอื่น นอกจากการเขียนเพื่อแบ่งปันประสบการณ์หรือเล่าเรื่องราวต่างๆ เพื่อความบันเทิงหรือความสนุกในหมู่เพื่อนฝูง

2. บล็อกเกอร์ธุรกิจ นักเขียนบล็อกกลุ่มนี้ มักจะเขียนโดยหน่วยงานธุรกิจ ซึ่งเนื้อหาของบล็อกมักเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์หรือบริการของตน กล่าวคือ ใช้บล็อกเป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดให้แก่บริษัทหรือธุรกิจนั่นเอง

3. บล็อกเกอร์แบบองค์กร บล็อกเกอร์กลุ่มนี้ จะใช้บล็อกเพื่อเป็นการสื่อสารภายใน เช่น ภายในองค์กรหรือบริษัท หรือใช้สื่อสารภายในทีมฟุตบอล หรือสโมสรต่างๆ

4. บล็อกเกอร์มืออาชีพ บล็อกเกอร์ประเภทนี้เป็นบล็อกเกอร์ที่เขียนบล็อกอย่างเดียว โดยมีรายได้จากการเขียนบล็อกเพื่อยังชีพ บางคนได้รับค่าจ้างเป็นเงินเดือน ให้เขียนบล็อกอย่างเดียว บางคนเขียนบล็อกของตนเอง โดยได้รับค่าโฆษณาต่างๆ จากผู้สนับสนุน บล็อกเกอร์กลุ่มนี้อาจเป็นบริษัทที่รับจ้างเขียนบล็อกโดยเฉพาะ โดยบล็อกเกอร์มืออาชีพจะเขียนเรื่องราวเฉพาะด้านที่น่าสนใจให้คนบนโลกออนไลน์เข้ามาอ่านมากๆ แล้วใช้โฆษณาของ Google Adsense มาติดไว้ บางคนก็มีรายได้จากการเป็นพรีเซนเตอร์ (Presenter) ให้สินค้าต่างๆ (สุทธิอินทรฤทธิ์, 2551)

เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด (Marketing Tool)

ในปัจจุบันบล็อกเป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทหนึ่งที่มีความนิยมสูงในหมู่นักการตลาด โดยบล็อกถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด (Marketing tool) ที่ต้นทุนต่ำ แต่มีประสิทธิภาพ บล็อกจึงได้เข้ามามีบทบาทต่อการทำงานของสื่อและการตลาดของผลิตภัณฑ์มากขึ้น จุดเด่นที่สำคัญของบล็อก คือ เป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีความเป็นกันเองต่อทั้งผู้เขียนและผู้อ่านโดยมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในแต่ละบล็อกอยู่แล้ว (สุริรัตน์ โพลีทอง, 2552) การเขียนบล็อกการตลาดมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับผู้คนหรือผู้บริโภคในโลกออนไลน์ รวมไปถึงการมองเห็นซึ่งปัญหาต่างๆ เช่น การใช้งานผลิตภัณฑ์ หรือข้อบกพร่องสินค้าหรือบริการต่างๆ และมีการรวมแรงรวมใจกันของผู้คนบนโลกออนไลน์เพื่อแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่างๆ ในการแก้ไขและพัฒนาปัญหาเหล่านั้นให้ดียิ่งขึ้น

ทั้งนี้ การตลาดโดยความจริงแล้วไม่ใช่เพียงการขาย แต่รวมถึงการแลกเปลี่ยน ซึ่งการแลกเปลี่ยนไม่จำเป็นต้องมาในรูปแบบของเงินหรือสิ่งมีค่าเท่านั้น แต่ยังหมายถึงความรู้และแนวทางต่างๆ รวมอยู่ด้วย เมื่อสิ่งต่างๆ เหล่านี้ถูกแลกเปลี่ยนกันก็ถือว่านั้นคือ การตลาดเช่นกัน เจ้าของบล็อกการตลาดหรือบล็อกเกอร์มืออาชีพมักเขียนบล็อกที่มีเรื่องราวน่าสนใจ เมื่อมีคนเข้ามาอ่านเนื้อหาในบล็อก ก็สามารถทำการตลาดกับผู้อ่านได้แล้ว โดยถือเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้อ่านและผู้เขียนและหากจะให้การทำบล็อกสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้อ่านควรจะมีการโพสต์ข้อเสนอแนะหรือคำติชม เพื่อเป็นการพัฒนาข้อมูลความรู้ไปให้เพิ่มยิ่งขึ้นที่เรียกว่า การพัฒนาการผลิตหรือเป็นการพัฒนาความรู้ที่มีอยู่เดิมให้ดียิ่งขึ้นเพื่อก้าวไปอีกระดับ และกลายเป็นรูปแบบการตลาดขนาดใหญ่มากขึ้นนั่นเอง เนื่องจากมีผู้คนบนโลกออนไลน์ทั่วโลกสามารถเข้ามาอ่านเนื้อหาในบล็อก โพสต์ความคิดเห็นหรือแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ (ณัฐสุตา เฟิงผล, 2551)

Beauty Blogger: ผู้เขียนบล็อกทางด้านความงาม ในปัจจุบันวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนทั่วไป มีการดำเนินกิจกรรมติดต่อกับโลกภายนอกมากขึ้น ทั้งการติดต่อเพื่อสังคมและการติดต่อพบปะเพื่อธุรกิจ ดังนั้น รูปร่างหน้าตา ผิวพรรณ รวมทั้งบุคลิกภาพที่ดีจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจเพิ่มขึ้น จึงเห็นได้ว่า ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทั้งวัยรุ่น วัยหนุ่มสาวหรือวัยผู้ใหญ่ ต่างก็สนใจเข้าไปใช้บริการธุรกิจเสริมความงามเป็นอย่างมากตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า เช่น การทำผม ทำเล็บ นวดหน้า นวดตัว รักษาผิว ดูแลผิวพรรณ ไปจนถึงการทำศัลยกรรมตกแต่ง ซึ่ง

กล่าวได้ว่า การเข้าร้านเสริมความงามถือเป็นกิจกรรมสำคัญของคนในยุคปัจจุบัน (ศุภณีย์วิจัย กสิกรไทย, 2553) ทำให้ธุรกิจทางด้านความสวยความงามเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากข้อมูลของผู้ประกอบการในธุรกิจเสริมความงามที่พบว่า ธุรกิจคลินิกรักษาผิว เสริมความงาม และศัลยกรรมตกแต่งมีมูลค่าตลาดในปี 2552 มีประมาณ 11,000 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาซึ่งมีมูลค่าตลาด 10,000 ล้านบาท ในขณะที่ข้อมูลจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ เกี่ยวกับรายได้ของธุรกิจแต่งผมและเสริมสวยในปี 2550 มีประมาณ 28,634 ล้านบาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553)

ปัจจุบันบล็อกการตลาดได้มีการสร้างขึ้นอย่างแพร่หลาย ซึ่งหากมองผ่านๆ ก็อาจคิดว่าเป็นบล็อกธรรมดาทั่วไปที่เจ้าของบล็อกทำขึ้น แต่ในเบื้องลึกยังแฝงการโฆษณาทั้งในตัวสินค้าและบริการด้วย ธุรกิจทางด้านความสวยความงาม ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการหรือบริษัทเจ้าของเครื่องสำอางยี่ห้อต่างๆ สถานเสริมความงาม ลดน้ำหนัก กล่าวรวมคือ กลุ่มสินค้าที่เป็นตัวช่วยเสริมแต่งให้ผู้หญิงดูสวยขึ้นหรือดูดีมากขึ้น ต่างก็เริ่มให้ความสนใจกับการทำการตลาดผ่านบล็อก หรือผ่านการทำการทดลองสินค้าของเจ้าของบล็อก หรือที่เรียกกันว่า บิวตี้บล็อกเกอร์ (Beauty blogger) โดยมีความหมายเริ่มจากคำว่า Beauty ที่แปลว่า สวยงาม และความสวยความงาม และหากจะกล่าวถึงความสวยความงาม โดยส่วนใหญ่มักจะนึกถึงเครื่องสำอาง (Cosmetic) เพราะเครื่องสำอางมีส่วนอย่างมากในการเสริมแต่งให้เกิดความสวยความงามมากยิ่งขึ้น หรืออาจจะอยู่ในรูปแบบของแฟชั่น

(Fashion) และรูปแบบทรงผม (Hair style) เพราะการแต่งกายและการจัดแต่งทรงผมที่ดีเหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลก็จะเสริมบุคลิกภาพของแต่ละคนให้ดูดีและสวยงามได้มากขึ้นเช่นกัน ส่วนบล็อกเกอร์ (Blogger) นั้นหมายถึง เจ้าของบล็อก คนเขียนบล็อก หรือผู้ที่สร้างบล็อกของตนเองขึ้นมาแล้วเขียนเรื่องราวต่างๆ ที่ตนสนใจเพื่อเป็นการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ของตนเองบนโลกออนไลน์ โดยส่วนใหญ่ความหมายของบล็อกเกอร์จะหมายถึงบุคคลที่มีสไตล์ในการเขียนเรื่องราวหรือนำเสนอความคิดเห็นในด้านต่างๆ ที่น่าสนใจออกมาเป็นเอกลักษณ์และมีผู้คนในโลกออนไลน์คอยติดตามอ่านบล็อกอยู่เสมอๆ จนกลายเป็นที่รู้จักในหมู่คนที่สนใจเรื่องเดียวกัน ซึ่งเนื้อหาของเจ้าของบล็อกผู้ใดน่าสนใจ ก็จะมีคนเข้ามาชมเข้ามาอ่านกันมากขึ้น

บิวตี้บล็อกเกอร์ (Beauty blogger) จึงหมายถึง นักเขียนบล็อกทางด้านความงาม บิวตี้บล็อกเกอร์ที่มีนิยมมีผู้ติดตามอ่านเรื่องราวมากๆ นั้น ส่วนใหญ่มักจะเป็นกูรู (Guru) หรือผู้รู้ทางด้านความงาม โดยเจ้าของบล็อกทางด้านความงามจะนำข้อมูลจากประสบการณ์ตรงที่ตนเองได้จากการซื้อผลิตภัณฑ์มาใช้มาเขียนรีวิวการใช้ผลิตภัณฑ์และมีการแบ่งปันประสบการณ์ ให้ข้อมูลแนะนำคนที่สนใจและคนที่โพสคำถาม บทความที่บิวตี้บล็อกเกอร์เขียนขึ้นเกี่ยวกับความงาม เช่น การใช้เครื่องสำอาง การทำผมหรือแต่งเล็บ การแต่งกาย หรือเคล็ดลับการเสริมความงาม ฯลฯ และเผยแพร่ให้คนอื่น ๆ บนโลกออนไลน์ได้อ่าน ซึ่งหากบทความเหล่านั้นเป็นที่ถูกใจของคนทั่วไป จนทำให้มีคนติดตามอ่านบทความอยู่เรื่อยๆ จนบล็อกกลายเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปที่สนใจในเรื่องความสวย

ความงามเหมือนกัน และแบรนด์เครื่องสำอางต่างๆ เริ่มที่จะรู้จักกับบล็อกด้วยแล้วนั้นหมายความว่า บล็อกเกอร์ผู้นั้นได้ก้าวเข้าไปสู่การเป็นบิวตี้บล็อกเกอร์ในระดับหนึ่ง โดยบิวตี้บล็อกเกอร์เหล่านี้ยังจุกปรกฏายให้บรรดานักการตลาดหันมาให้ความสนใจและติดต่อให้มาเป็นโฆษกหรือกระบอกเสียงให้กับผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ (สาลินี ทับพิลา, 2553) ทั้งนี้ เนื่องจากบิวตี้บล็อกเกอร์มักจะเป็นผู้บริโภคสินค้าและบริการทางด้านความงามโดยตรงและได้นำประสบการณ์ที่ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์มาเขียนแสดงความคิดเห็นหรือบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ผ่านบล็อก จึงมีผู้อ่านให้ความสนใจและติดตามอ่านเนื้อหาจำนวนมากเพราะผู้คนส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเชื่อผู้บริโภคด้วยกันเองมากกว่าเชื่อข้อมูลหรือเนื้อหาการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยตรงของทางบริษัทผู้ผลิตสินค้าและบริการ ในปัจจุบันบริษัทผู้ผลิตสินค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมความงามจึงมักจะมองหาบิวตี้บล็อกเกอร์ที่มีผู้ติดตามอ่านบล็อกจำนวนมาก และให้การสนับสนุน (Sponsor) ทำให้บิวตี้บล็อกเกอร์เหล่านี้กลายเป็นบล็อกเกอร์มืออาชีพที่มีรายได้จากการเขียนบล็อก นักการตลาดของผลิตภัณฑ์ความงามจะมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การจัดงานเวิร์คช็อปหรือจัดแถลงข่าวเฉพาะบิวตี้บล็อกเกอร์โดยเฉพาะให้ได้ทดลองสินค้าก่อนที่จะนำไปรีวิวบนเว็บบอร์ดหรือเว็บบล็อกให้ผ่านสายตาคนจำนวนมาก ทำให้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้นซึ่งสามารถส่งผลทั้งทางตรงหรือทางอ้อมต่อยอดขายหรือภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ได้

Influencer Outreach: การทำการตลาดโดยการใช้ผู้ทรงอิทธิพล

จากบทวิจัยของ Nielsen Global Online Consumer Survey (2552) พบว่า ผู้คนเชื่อในสื่อแบบเดิมๆ (Traditional media) อย่างโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุมีจำนวนน้อยลง คือมีเพียงร้อยละ 62, 61 และ 55 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้คนให้ความเชื่อถือคำแนะนำของคนรู้จักถึงร้อยละ 90 และอีกร้อยละ 70 เชื่อความคิดเห็นของผู้คนบนโลกออนไลน์ (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2553) นักการตลาดจึงให้ความสำคัญกับการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Twitter, Youtube, Blog เป็นต้น ซึ่งมีหลากหลายวิธี หนึ่งในเทคนิคการทำการตลาดด้วยสื่อสังคมออนไลน์ ก็คือสิ่งที่เรียกว่า “Influencer Outreach” คำว่า Influencers หมายถึง ผู้มีอิทธิพลต่อแบรนด์และสินค้า ส่วน Outreach หมายถึง การเผยแพร่หรือกระจายข้อมูลสู่สาธารณชนในวงกว้าง ดังนั้น Influencer Outreach จึงหมายถึง การใช้ผู้มีอิทธิพลทางด้านความคิดในโลกออนไลน์ให้เป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลออกไปในวงกว้างนั่นเอง โดยส่วนใหญ่เป็นเทคนิคที่แบรนด์ต่างๆ นิยมใช้ในการเลือกติดต่อกับบล็อกเกอร์ชื่อดังที่มีผู้ติดตามอ่านเป็นจำนวนมากๆ นั่นเอง เพื่อให้บล็อกเกอร์เหล่านั้นช่วยเผยแพร่ข้อมูล บอกต่อ และสร้างความเชื่อถือให้แก่แบรนด์หรือสินค้า ทั้งนี้ เนื่องจากบล็อกเกอร์ชื่อดังมีผู้อ่านมากและได้เขียนบล็อกจนเป็นที่รู้จักมานานแล้ว นั้นหมายถึง การที่แฟนคลับ สมาชิก ผู้ติดตาม หรือผู้อ่านของเขาจะมีโอกาสคล้อยตามหรือเชื่อถือข้อมูลที่บล็อกเกอร์เขียนได้มากเช่นกัน เพราะนักเขียนบล็อกออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อแฟนคลับยาวนานจนสามารถเป็นผู้เชี่ยวชาญทำให้ผู้บริโภคมีความ

เชื่อถือในการจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าใดๆ ของผู้บริโภค ดังนั้น ความน่าเชื่อถือที่สั่งสมมาเป็นเวลานานนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่ง (กติกาสายเสนีย์, 2554)

การเชื่อมความสัมพันธ์กับบล็อกเกอร์

นักการตลาดและแบรนด์สินค้าต่างๆ ในปัจจุบันได้มองหาบล็อกเกอร์ที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดบนโลกออนไลน์ ประกอบกับบล็อกเกอร์ที่สามารถเขียนเรื่องราวที่ดึงดูดความสนใจผู้อ่านได้นั้นจำเป็นที่จะต้องหาข่าวหรือข้อมูลที่ทันสมัยที่สุด เพื่อนำไปเขียนเป็นบทความลงในบล็อกของตน แต่หากมีผู้หยิบยื่นโอกาสที่เขาจะได้ข่าวเป็นคนแรกก่อนสื่ออื่น ๆ นั้นก็ถือเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น แบรนด์สินค้าต่างๆ มักจะใช้โอกาสเหล่านี้แจ้งข่าวบล็อกเกอร์ก่อนเป็นแหล่งข่าวแรก หรือแม้กระทั่งส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้บล็อกเกอร์ไปทดลองใช้และได้รีวิวก่อนใคร ทั้งนี้ แบรนด์ต่างๆ นั้น ได้พยายามที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบรรดาเหล่านักเขียนบล็อกโดยเชิญบล็อกเกอร์ไปร่วมงานเปิดตัวสินค้าหรืองานเลี้ยงต่างๆ ในบางครั้งย่อมมีการแบ่งวัตถุประสงค์บางอย่างไว้ด้วย เช่น แนะนำสินค้า หรือบริการต่างๆ ของผู้สนับสนุน ผู้จัดงานเองจะไม่สามารถบังคับให้บล็อกเกอร์ต้องเขียนในแบบที่ต้องการ ถือเป็นการชวนบล็อกเกอร์มาร่วมงานเพื่อสานสัมพันธ์กันไว้เท่านั้น แต่โดยส่วนใหญ่บล็อกเกอร์จะกลับไปเขียนเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับงานประเพณีนี้ โดยส่วนใหญ่แล้วบล็อกเกอร์ทั้งหลายต่างต้องการที่จะได้รับทราบข้อมูลหรือข่าวเป็นคนแรก แต่ก็ยังต้องการที่จะรักษาความน่าเชื่อถือของบล็อกที่มีคนติดตามอ่านเป็นจำนวนมากไว้อยู่ ซึ่งจะเห็นได้ว่าหลายครั้งบล็อกเกอร์จำเป็นที่จะต้องแสดงให้ผู้อ่านเห็น

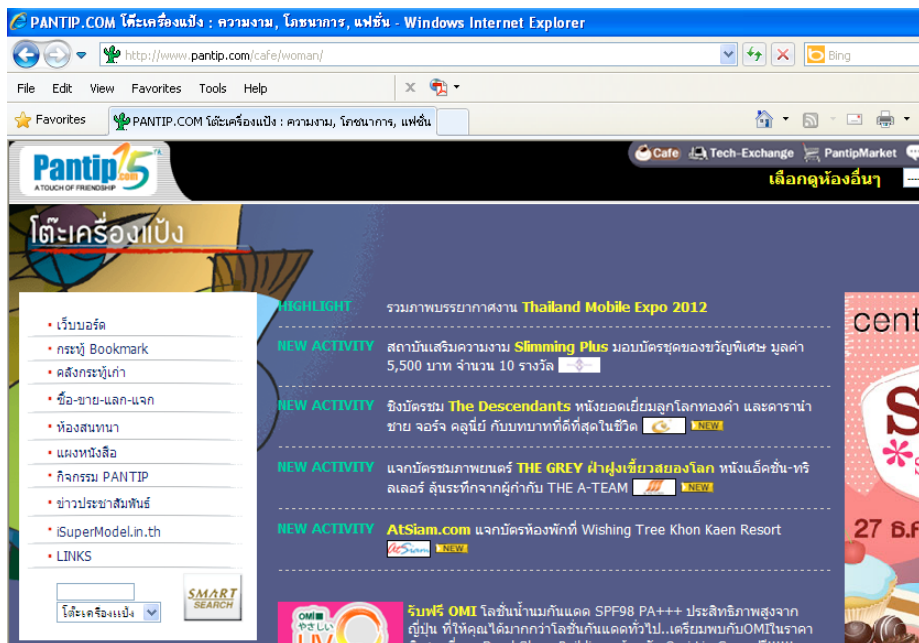
ว่า ตนเองมีความเป็นกลาง ไม่โอนเอียงเข้าไปยังฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด โดยเฉพาะกับผู้ที่ให้สินค้ามาทดลองใช้ เป็นต้น (กติกาสายเสนีย์, 2554)

ทั้งนี้เนื่องจาก ในโลกของสื่อสังคมออนไลน์ บล็อกเกอร์ที่มีบทบาทเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีความน่าเชื่อถือสูง มีผู้คนให้ความเชื่อถือไว้วางใจ มีความสามารถโน้มน้าวให้คนอื่นเชื่อได้ หากบล็อกเกอร์ผู้ทรงอิทธิพลเหล่านั้นมีการเขียนบล็อกที่แอบแฝงโฆษณา โดยปราศจากความจริงใจ เขียนสินค้าออกนอกหน้าหรือเกินความเป็นจริง เมื่อถูกผู้อ่านจับผิดได้ก็จะสูญเสียความน่าเชื่อถือทันที และอิทธิพลที่มีอยู่ก็จะหมดไปกลายเป็นคนที่ไม่น่าเชื่อถืออีกต่อไป (วรวิสุทธิ ภิญาญะ, 2554) นอกจากนี้ ยังมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ที่บล็อกเกอร์เหล่านั้นเขียนถึงสูญเสียภาพลักษณ์หรือความน่าเชื่อถือไปด้วย

เว็บบอร์ด “โต๊ะเครื่องแป้ง” ของพันทิป

ในเว็บชื่อดังอย่าง Pantip.com มีห้องสนทนา (Web board) ที่ชื่อว่า “โต๊ะเครื่องแป้ง” ซึ่งจะเป็นห้องสนทนาเกี่ยวกับความงาม โภชนาการและแฟชั่นต่างๆ ที่เป็นที่ยอมรับอย่างต่อเนื่องมานานแล้ว (ดังภาพ 1) สมาชิกในห้องแปรงเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพในการซื้อ และสรรหาของที่เหมาะกับตนเอง นอกจากนี้ สมาชิกที่เข้ามาติดตามอ่านข้อมูลข่าวสาร หรือเข้ามาตั้งกระทู้ถามหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับความงามไม่ได้จำกัดเพียงกลุ่มหญิงสาวเท่านั้น ยังรวมไปถึงชายหนุ่มและสาวประเภทสองอีกด้วย ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มตลาดเครื่องสำอางของผู้ชายมีการเติบโตอย่างรวดเร็วเช่นกัน (ศศิประภา ชัยประสิทธิ์ และพัทธธีรา สุธยอด, 2554) เว็บบอร์ดโต๊ะเครื่องแป้งได้กลายเป็นสังคมออนไลน์ที่ดึงดูดผู้ที่รักสวย

รักงามจากทั่วประเทศและนอกประเทศเข้ามาหาข้อมูลและแบ่งปันความรู้ ไม่เฉพาะแต่ผู้หญิงเท่านั้นที่เฝ้าตามกระแสการแต่งหน้าแต่งตัว ผู้ผลิตเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ความงามก็เกาะติดสถานการณ์และกระแสมนิยมต่างๆ จากชุมชนออนไลน์เช่นกัน เพราะเสียงบอกต่อของคนที่มีประสบการณ์ตรงจากใช้ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างกระแสและขยายตลาดให้เจ้าของแบรนด์ได้ (สาลินีย์ ทับพิลา, 2553) เพราะหากสินค้าตัวไหนที่สมาชิกในห้องแปรงนำมาบอกเล่าประสบการณ์ในการใช้กันจนเกิดเป็นกระแสฮิต ถูกกล่าวถึงในหลายๆ กระทั่ง กระแสนิยมก็เพิ่ม



ภาพที่ 1 เว็บบอร์ดโต๊ะเครื่องแป้งในเว็บไซต์พันทิปที่โด่งดังด้านความงามในโลกออนไลน์
ที่มา: เว็บบอร์ดโต๊ะเครื่องแป้ง. สืบค้นวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2555, จาก <http://www.pantip.com/cafe/women>

มากขึ้น และในระยะเวลาไม่กี่วัน สินค้าชิ้นนั้นจะขายหมดจากท้องตลาด หาซื้อได้ยากขึ้น และกลายเป็นที่ต้องการของสมาชิกหรือผู้คนบนโลกออนไลน์

ผู้ที่เป็สมาชิกเว็บบอร์ดพันทิปจะมีสิทธิในการสมัครใช้งานเว็บบล็อกโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งมีชื่อว่า “Bloggang” ส่งผลให้นอกจากสมาชิกจะเข้ามาพูดคุยสนทนาในเว็บบอร์ดอย่างเดียว ก็อาจจะมีการเขียนบล็อกเกี่ยวกับเรื่องที่ตนเองสนใจควบคู่ไปด้วย ในปัจจุบันโต๊ะเครื่องแป้งในเว็บบอร์ดพันทิปจึงมีบิวต์บล็อกเกอร์ (Beauty blogger) เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งบล็อกเกอร์แต่ละคนนั้นจะมีแฟนคลับหรือเป็นที่นิยมมากน้อยก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่สื่อออกมา ตรงใจผู้อ่านมากน้อยเพียงใด และบิวต์บล็อกเกอร์ยังสามารถที่จะใช้พื้นที่บล็อกนี้สร้างรายได้ให้ตนเองได้อีกด้วย

ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการเว็บไซต์พันทิปและเว็บบล็อก Bloggang.com ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นนที่เข้ามาใช้พื้นที่เปิดบล็อกเพื่อแสดงความคิดเห็นส่วนตัวหรือเรื่องการใช้ชีวิตทั่วไป ซึ่งข้อมูลและเนื้อหาในบล็อกจะแตกต่างจากการแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดที่มีคนตั้งประเด็นให้ผู้ที่สนใจเข้าไปแสดงความคิดเห็น ปัจจุบันแม้บล็อกจะได้รับความนิยมมากขึ้น เฉพาะบล็อกของ www.bloggang.com ก็มีจำนวนมากมายคือ 2,712,797 บล็อก และมีเนื้อหาหลากหลายโดยจัดเป็นหมวดหมู่ได้ถึง 77 หมวด (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2553) และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสนใจเปิดบล็อกมากขึ้น แต่แนวทางที่จะทำธุรกิจการค้าบนเว็บบล็อก โดยเฉพาะเรื่องการขายพื้นที่โฆษณาทำได้ยาก เนื่องจากเอเยนซี่สนใจที่จะลงโฆษณากับบล็อกที่ได้รับความนิยม

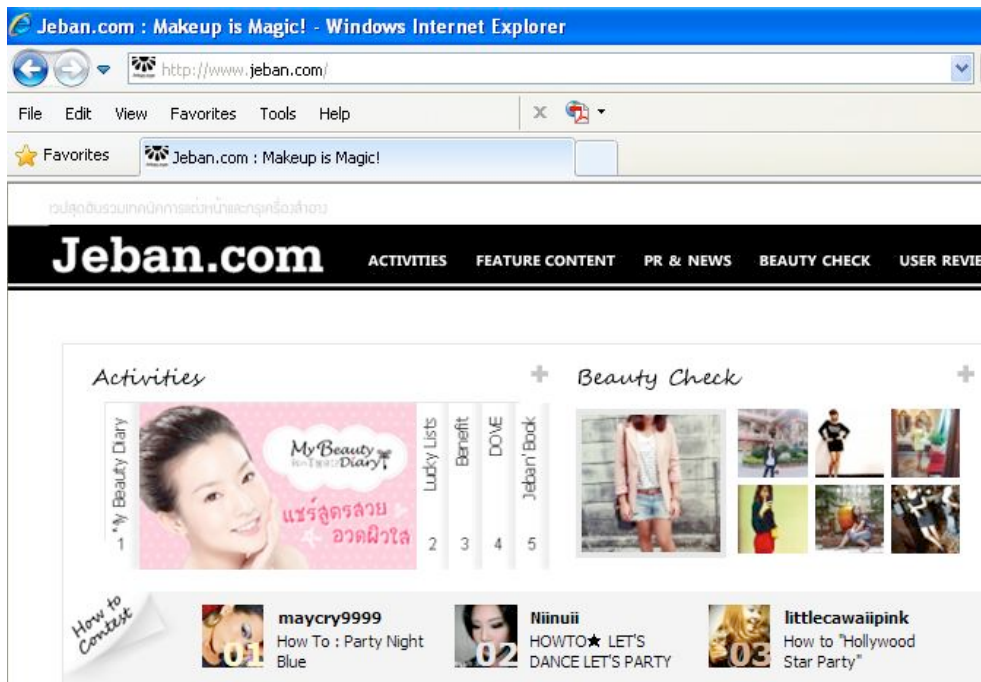
นิยมสูงสุด ซึ่งนำเสนอเรื่องราวที่บุคคลทั่วไปสนใจ จึงเลือกลงโฆษณาโดยตรงกับผู้เขียนบล็อก โดยอาจจะไม่ผ่านเจ้าของเว็บบล็อก (สมคิด เอนกทวีผล, 2548)

Jeban.com: เว็บไซต์ความงามที่มีจุดเริ่มต้นมาจากการเขียนบล็อก

ตัวอย่างบิวตี้บล็อกเกอร์ที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงจนกลายเป็นตำนานบล็อกเกอร์ของเมืองไทยที่เริ่มต้นจากการเขียนบล็อกในบล็อกแก๊ง คือ คุณจิราภรณ์ อริยบุรุษ ผู้ซึ่งเป็นเจ้าของเว็บไซต์ Jeban.com ชุมชนออนไลน์สำหรับคนรักความสวยความงามที่ได้รับความนิยมสูงสุดในเมืองไทย (ดังภาพ 2) ซึ่งเว็บไซต์ดังกล่าวมีจุดเริ่มต้นมาจากการที่เธอได้เข้าไปโพสต์แสดงวิธีการแต่งหน้าลงบนเว็บบอร์ดโต๊ะเครื่องแป้งในพันทิป จนได้รับความนิยมจากคนในชุมชนออนไลน์ จากนั้นเธอจึงแบ่งปันความรู้ด้านการแต่งหน้าผ่านบล็อก Jeban.bloggang.com โดยมีการสาธิตตัวอย่างและวิธีการปฏิบัติอย่างลงรายละเอียด ประกอบกับการรีวิวเครื่องสำอางอย่างมีอาชีพ ทำให้มีผู้ติดตามอ่านเป็นจำนวนมาก เธอได้กลายเป็นบล็อกเกอร์มีอาชีพและเนื้อหาในบล็อกของเธอจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งที่ถูกใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อของบรรดาเหล่าสาว ๆ บล็อกของเธอได้ติดอันดับหนึ่งของ www.bloggang.com สองปีซ้อนและมีจำนวนคนเข้ามาชมถึงกว่า 2 แสนครั้งต่อเดือน (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2553) จนเริ่มมีเจ้าของแบรนด์เครื่องสำอางเริ่มส่งของมาให้เธอทดลองและมีสื่อมวลชนนำเรื่องของเธอบอกต่อ

คุณจิราภรณ์ อริยบุรุษ เริ่มเห็นโอกาสทางธุรกิจจึงเปลี่ยนจากการเขียนบล็อกมาเป็นการสร้างชุมชนออนไลน์ของตัวเอง

Jeban.com ที่ปัจจุบันมีคนเข้ามาเยี่ยมชมมากกว่าวันละ 60,000 Unique IP เธอจึงได้รับความสนใจจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์เข้ามาสัมภาษณ์มากมาย รวมถึงเชิญให้เป็นคอลัมนิสต์ ตลอดจนเป็นพิธีกรของสินค้าเมื่อเธอจัดงานอีเวนท์ก็มีคนนับพันคนไปร่วมงานจนแน่นชนิด (Jakrapong, 2011) ทั้งนี้ การที่เว็บไซต์ Jeban.com จะรักษาตำแหน่งความเป็นอันดับหนึ่งในเว็บไซต์ด้านความสวยความงาม เว็บไซต์ต้องรักษาจุดแข็งของตนเองซึ่งอยู่ที่เนื้อหา (Content) ที่เปี่ยมด้วยคุณภาพ นำเสนอบทความด้านความงามที่น่าสนใจ มีข้อมูลในเชิงวิเคราะห์เครื่องสำอางอย่างเจาะลึก พร้อมแสดงผลของการใช้ให้เห็นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังบอกถึงข้อควรระวังในการใช้เครื่องสำอางประกอบกับเว็บไซต์มีจำนวนผู้ชมจำนวนมากที่เข้ามาเป็นสมาชิกและมีความเหนียวแน่น เป็นผลให้แบรนด์สินค้าต่างๆ เข้ามาขอลงโฆษณาในเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็นไปในรูปแบบของป้ายโฆษณาออนไลน์ (Banner) หรือการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ของทางเว็บไซต์ (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2553)



ภาพที่ 2 โสมเพจของเว็บไซต์ Jeban.com ชุมชนออนไลน์ด้านความสวยความงาม
ที่มา: โสมเพจของเว็บไซต์ปัจจุบัน. สืบค้นวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2555, จาก <http://www.jeban.com>

ปัจจัยที่ทำให้บล็อกเกอร์กลายเป็น Influencer

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้งานเขียนของบล็อกเกอร์มีผลหรือมีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่

(1) ความเชี่ยวชาญของบล็อกเกอร์ ซึ่งเป็นความรู้ลึกและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านจริงๆ โดยบล็อกเกอร์สามารถแสดงความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของตนเองผ่านงานเขียนที่แสดงถึงความรู้ลึกจริงเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่างๆ จนถือเป็นข้อมูลสำคัญที่ผู้บริโภคมีอาจจะเลย

(2) ข้อมูลจากผู้ผลิตสินค้าหรือบริการนั้นไม่น่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นทัศนคติหรือมุมมองของผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีการสั่งสมความเชื่อที่ว่า บริษัทผู้ผลิตสินค้าหรือบริการมักจะนำเสนอ

ข้อมูลคุณสมบัติของสินค้าที่เกินจริง โดยให้ข้อมูลที่พยายามเชียร์สินค้า สร้างกระแสความนิยมหรือหลายครั้งมีลักษณะเป็นการเขียนบทความกึ่งโฆษณาซึ่งต่างจากข้อมูลของบล็อกเกอร์ที่ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลหรือมุมมองจากผู้บริโภคด้วยกัน จึงมีความน่าเชื่อถือมากกว่า เช่น บล็อกเกอร์รีวิวผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมาใช้ และมีการเขียนแบ่งปันประสบการณ์ ให้ข้อมูลแนะนำคนที่สนใจ เป็นต้น

(3) ความเป็นอิสระของบล็อกเกอร์ ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เนื่องจากบล็อกเกอร์ไม่ได้ทำงานภายใต้สังกัดบริษัทผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ และผู้บริโภคเชื่อคำแนะนำของบล็อกเกอร์เพราะเชื่อว่าบล็อกเกอร์นั้นได้ใช้สินค้าหรือบริการนั้นจริงๆ จากนั้นจึงนำเสนอประสบการณ์ที่ได้รับมาเล่าสู่กันฟัง โดยปราศจากสิ่งใดๆ ที่เข้าไป

ควบคุมสิ่งที่พวกเขาเขียน จึงมีความเป็นอิสระที่จะวิพากษ์วิจารณ์สินค้าหรือบริการที่ตนเองเขียนได้อย่างแท้จริง เหมือนเพื่อนที่แบ่งปันความรู้ประสบการณ์บอกเล่าสู่เพื่อน และด้วยความเป็นอิสระนี้เอง ทำให้ข้อมูลที่เขียนโดยบล็อกเกอร์ได้รับความน่าเชื่อถือ ดังนั้น หากบล็อกเกอร์ปราศจากปัจจัยด้านความอิสระแล้วอิทธิพลทางการตลาดของบล็อกเกอร์นั้นจะลดน้อยถอยลง (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2553)

บทสรุป

ปัจจุบันบริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมแพร่หลายจากผู้คนทั่วโลก ประกอบกับการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้โดยตรงได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มที่ราคาสูง สินค้าใหม่ หรือสินค้าที่ต้องการขยายฐานลูกค้าได้ เริ่มมองหาสื่อใหม่มาทดแทนการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเดิมๆ การตลาดความสวยงามผ่านบิวตี้บล็อกเกอร์จึงได้รับความนิยมจากนักการตลาดและธุรกิจต่างๆ มากขึ้น เนื่องจากการทำการตลาดที่ต้นทุนต่ำแต่มีประสิทธิภาพ ยอดขายเครื่องสำอางหลายแบรนด์ที่เพิ่มขึ้นมีผลมาจากผู้คนในเครือข่ายชุมชนออนไลน์ที่ติดตามอ่านบล็อกที่เป็นกระแสและซื้อมาใช้ตามเพื่อนๆ ที่อยู่ในชุมชนดังกล่าว นอกจากนี้ บิวตี้บล็อกเกอร์มักจะเป็นผู้บริโภคสินค้าและบริการทางด้านความงามโดยตรงและได้นำประสบการณ์ที่ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์มาเขียนแสดงความคิดเห็นหรือบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ผ่านบล็อก จึงมีผู้อ่านให้ความสนใจและติดตามอ่านเนื้อหาจำนวนมาก เพราะผู้คนส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเชื่อผู้บริโภคด้วยกันเองมากกว่าเชื่อข้อมูลหรือเนื้อหาการ

โฆษณาประชาสัมพันธ์โดยตรงของทางบริษัทผู้ผลิตสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ ธุรกิจความสวยงามอาจจะต้องพึ่งพาบิวตี้บล็อกเกอร์ไปอีกนาน ตราบใดที่ผู้คนในสังคมยังมีความต้องการที่จะดูสวยดูดีมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือต่อผู้ที่พบเห็น และผู้ผลิตสินค้าและบริการทางด้านความงามต้องการให้ผลิตภัณฑ์ของตนเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งสามารถส่งผลทั้งทางตรงหรือทางอ้อมต่อยอดขายหรือภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ได้ แต่สิ่งสำคัญที่บิวตี้บล็อกเกอร์ต้องรักษาไว้ คือ ความซื่อสัตย์ต่อสินค้าหรือบริการที่นำเสนอและเป็นคนที่มีมุมมองแน่วแน่ว โดยเขียนนำเสนอสินค้าหรือบริการด้วยความเป็นกลาง ซื่อสัตย์ และความจริงใจ เพียงเท่านั้นบิวตี้บล็อกเกอร์ก็จะยังคงเป็นผู้ทรงอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของบรรดาเหล่าผู้รักสวยรักงามบนโลกออนไลน์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กติกาสายเสนีย์. (2554, 15 มิถุนายน). สานสัมพันธ์กับ Influencer. *กรุงเทพธุรกิจออนไลน์*. สืบค้น 28 ธันวาคม 2554, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/details/business/ceoblogs/katika/20110615/Influencer.html>
- ณัฐสุดา เพ็งผล. (2551, 15 ธันวาคม). ดิจิทัล มูฟ ติดอาวุธการตลาด ต้นทุนต่ำ. *กรุงเทพธุรกิจออนไลน์*. สืบค้น 22 ธันวาคม 2554, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/20081215/320B3.html>
- ปิยะ ตันทิวาเจริญ. (2554). สถิติที่น่าสนใจและผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2011. สืบค้น 16 พฤษภาคม 2554, จาก <http://www.it24hrs.com/2012/thailand-internet-user2011/>
- วรวิสุทธิ ภิรมย์. (2554, 15 กันยายน). ความเข้าใจผิดๆ กับการตลาด “ผู้ทรงอิทธิพล”. *กรุงเทพธุรกิจออนไลน์*. สืบค้น 28 ธันวาคม 2554, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/details/business/ceoblogs/worawisut/20110915/409432/%E0%B8%84.html>
- ศศิประภา ชัยประสิทธิ์, และ พัชรธิรา สุธยอด. (2554). อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร. *BU Academic Review*, 10(2), 104-112.
- ศุภณีย์จักษิกรไทย. (2553). *คลินิกวิชาชีพและเสริมความงาม*. สืบค้น 10 กรกฎาคม 2554, จาก <http://www.kasikornresearch.com/>
- สมคิด เอนกทวีผล. (2548). วันฉัตร ผดุงรัตน์ Web Gardener. *Positioning Magazine*. สืบค้น 28 ธันวาคม 2554, จาก <http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=28511>
- สัทธา อินทรฤทธิ์. (2551). *Rich with Blogger.com รายด้วย Google AdSense ง่าย ๆ สไตล์ Blogger.com*. กรุงเทพฯ: TARAD edu.com.
- สาลินีย์ ทับพิลา. (2553, 18 มีนาคม). พันทิปห้องแบ่ง... แรงได้อีก. *กรุงเทพธุรกิจออนไลน์*. สืบค้น 20 ธันวาคม 2554, จาก http://www.bangkokbiznews.com/18/03/2010/news_30534887.php
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2553). *รายได้ของธุรกิจแต่งผมและเสริมสวย*. สืบค้น 10 กรกฎาคม 2554, จาก <http://www.nso.go.th/>

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). *สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2554*. สืบค้น 28 ธันวาคม 2554, จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/ictHSum54.pdf>
- สุมาวลี ศาลาสุข. (2553). *สถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประเทศไทยปี 53. นิตยสาร E-commerce*, กันยายน 2553.
- สุวีรัตน์ โพธิ์ทอง. (2552). *ทำ Blog ยังไง ให้ทำเงิน*. กรุงเทพฯ: วิดีตี้ กรู๊ป.

ดัชนีชี้้นำการเติบโตทางเศรษฐกิจสำหรับประเทศไทย
Leading Index of Economic Growth for Thailand

พฤทธ์สรวค์ สุทธิไชยเมธี*
Pruethsan Sutthichaimethee*

*อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษภูวนารถ

*Lecturer, Faculty of Ministration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok Chakrabongse Bhuvanarth Campus.

บทคัดย่อ

บทความวิชาการฉบับนี้มีจุดประสงค์สำคัญคือ เพื่อสร้างองค์ความรู้ในการจัดทำดัชนีชี้้นำการเติบโตทางเศรษฐกิจสำหรับประเทศไทย จากงานวิจัยประเภทต่างๆ ตลอดจนข้อค้นพบในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำดัชนีชี้้นำการเติบโตทางเศรษฐกิจสำหรับประเทศไทย พบว่า เป็นการสร้างดัชนีเตือนภัยทางด้านเศรษฐกิจให้กับประเทศ และเป็นแนวทางสำหรับปรับปรุงแก้ไขระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายในอนาคตต่อไป

สำหรับการเลือกแนวทางการดำเนินงานนั้น รัฐบาลจะต้องให้ความสำคัญกับการจัดทำดัชนีชี้นำเศรษฐกิจของประเทศเป็นสำคัญ เพื่อให้การวางแผนด้านเศรษฐกิจของประเทศเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลแบบยั่งยืนต่อไป อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการจัดทำดัชนีเตือนภัย ทุกครั้งจะต้องศึกษาตัวแปรสำคัญให้ครบถ้วนและครอบคลุมทั้งในประเทศเองและต่างประเทศ และการเลือกใช้แบบจำลองจะต้องเลือกให้เหมาะสมและเป็นแบบจำลองที่สามารถพยากรณ์ได้อย่างแม่นยำที่สุด

คำสำคัญ: ดัชนีเตือนภัย ดัชนีผสม ดัชนีชี้นำ

Abstracts

This academic article aimed to establish the body knowledge of economic growth leading index for Thailand. The data were compiled from various types of researches including the findings of the researches related.

The economic warning index was established for Thailand. Such index was used as a guideline to improve the economy and also to determine further policy planning.

Selecting the proper operation guidelines, the government should mainly pay importance to the establishment of national economic growth leading index to enhance the efficiency and sustainability of economic planning. However, all major parameters must be completely and carefully studied when the warning index is determined. The established index must cover domestic and international aspects. The models must be also appropriate and can predict the economy most precisely.

Keywords: Warning Index, Composite Index, Leading Indicator

บทนำ

ประเทศไทยมีภาคการผลิตที่ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ การผลิตภาคเกษตรกรรม และการผลิตนอกภาคเกษตรกรรม โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมซึ่งปัจจุบันนี้มีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก โดยพบว่า มูลค่าการผลิตในภาคอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีสัดส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) สูงกว่าภาคเกษตรกรรม และที่ผ่านมามาตราการแห่งประเทศไทย และสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้มีการจัดทำดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (Manufacturing Production Index: MPI) ขึ้น แต่อย่างไรก็ตามการสร้างดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมในประเทศไทยของทั้ง 2 หน่วยงานถือว่าเป็นดัชนีพ้องหรือดัชนีสภาพปัจจุบัน (Coincidental Index) ซึ่งเป็นตัวแปรหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงสภาพปัจจุบันของผลผลิตอุตสาหกรรม แต่ไม่สามารถนำมาใช้ในการเตรียมนโยบายล่วงหน้าเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงหรือวิกฤติเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

การจัดทำดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมนั้นมีประโยชน์อย่างมาก เช่น ช่วยในการกำหนดนโยบายและแผนต่างๆ ของเศรษฐกิจ เป็นตัวชี้วัดระดับการผลิตและทิศทางการผลิตของภาคอุตสาหกรรม เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามการจัดทำดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมจะมีประโยชน์มากยิ่งขึ้นถ้าสามารถที่จะพยากรณ์ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (Manufacturing Production Index: MPI) ในอนาคตได้ ซึ่งพบว่ายังไม่มีหน่วยงานใดจัดทำเครื่องมือในการพยากรณ์ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (Manufacturing

Production Index: MPI) ขึ้น และในปัจจุบันนี้หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการพยากรณ์วิกฤติการณ์ต่างๆ เช่น วิกฤติการณ์ค่าเงิน (Currency Crisis) วิกฤติการณ์ด้านธนาคาร (Banking Crisis) วิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ (Economic Crisis) และวิกฤติการณ์อื่นๆ มากขึ้น และถ้าหน่วยงานต่างๆ สามารถที่จะพยากรณ์วิกฤติการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ ก็จะทำให้สามารถวางแผนและเตรียมนโยบายเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงหรือลดความรุนแรงของวิกฤติการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้ ดังนั้น การสร้างดัชนีชี้นำเศรษฐกิจ (Leading indicator) ของประเทศไทย ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องด้วยวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นยังคงต่อเนื่องมาจนกระทั่งปัจจุบันนี้ ซึ่งเมื่อสามารถสร้าง Leading Indicator แล้วจะต้องนำไปใช้กับ สัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning Signal) ของประเทศได้

อย่างไรก็ตาม หลักสำคัญที่สุดในการสร้างดัชนีชี้นำ (Leading Indicator) นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์และสร้างสมการด้วยเครื่องมือทางสถิติ (Statistical Model Approach) และตัวแปรทุกตัวที่นำมาวิเคราะห์จะต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสมที่สุดเท่านั้น เช่น Vector Autoregressive Model: VAR ซึ่งถือว่าเป็นวิธีที่ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพสูงที่สุดในการวิเคราะห์ ถึงแม้ว่าจะมีวิธีการทำที่ยุ่งยากและซับซ้อนแต่การประมาณค่าพารามิเตอร์และการพยากรณ์นั้นจะให้ความถูกต้องสูง และวิเคราะห์ตัวแปรทางเศรษฐกิจที่ครอบคลุมและมีอิทธิพลต่อระบบเศรษฐกิจมากที่สุด กล่าวคือ ตัวแปรที่มีอิทธิพลทั้งในด้านมหภาคและด้านการผลิต (พฤทธิสรรค์ สุทธิไชยเมธิ, 2553)

การจัดทำดัชนีชี้วัดนั้น หลายประเทศทั่วโลกพยายามสร้างงานวิจัยต่างๆ เพื่อจัดทำขึ้นซึ่งแต่ละประเทศก็ย่อมจะมีเครื่องมือ ตลอดจนแนวคิดที่แตกต่างกันออกไป แสดงดังตัวอย่างต่อไปนี้

กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจ การพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ และฝ่ายวิเคราะห์เศรษฐกิจ ธนาคารแห่งประเทศไทย โดย Meesook (1979) Sahasakul (1987) และ ประโยชน์ พิณสุต (2539) วิเคราะห์ดัชนีชี้ นำภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยจากงานวิจัยของ ผู้เขียนโดยอาศัยผลทางเศรษฐศาสตร์ว่ามีตัวแปร ไตบ้างที่น่าจะมีลักษณะนำภาวะเศรษฐกิจ และ อาศัยวิธีการวิเคราะห์เชิงสถิติของข้อมูลอนุกรม เวลาเพื่อช่วยยืนยันว่าตัวแปรใดที่มีลักษณะ ดังกล่าว โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่พัฒนา โดย NBER หากเราสามารถหาตัวแปรและดัชนี ที่มีลักษณะนำภาวะเศรษฐกิจโดยทั่วไป เรา จะได้ดัชนีที่มีลักษณะเป็นสัญญาณเตือนภัย ทางเศรษฐกิจทั้งในช่วงของการขยายตัวและ การหดตัวทางเศรษฐกิจ เนื่องจากดัชนีชี้ นำจะมีพฤติกรรมที่ขยายตัวหรือหดตัวก่อนภาวะ เศรษฐกิจโดยทั่วไป ซึ่งจะทำให้สามารถดำเนิน การได้อย่างเหมาะสมต่อไป

Alan J. Auerbach (1982) ศึกษาเรื่อง “The index of leading indicator” งานชิ้นนี้มี วัตถุประสงค์ 2 ประการ ประการที่ 1 ทดสอบ ว่าดัชนีชี้ นำของ The U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA) นั้น สามารถชี้ นำตัวแปรวัฏจักร (Cycle Variable) คือ อัตราการว่างงานและ ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมของ The Fedral Reserve Board (FRB) ได้หรือไม่ ประการ ที่ 2 วิธีของ NBER ที่ใช้ในการสร้างดัชนีชี้ นำ ของ BEA นั้นเหมาะสมที่สุดหรือไม่ โดยเหตุผล

ทางสถิติและมีวิธีอื่นอีกหรือไม่ที่จะทำให้ดัชนี ชี้ นำของ BEA มีคุณภาพดีขึ้น ผลการศึกษาพบ ว่า ส่วนที่ 1 ดัชนีชี้ นำของ BEA สามารถชี้ ถึง การเปลี่ยนแปลงในอัตราการว่างงานและดัชนี ผลผลิตอุตสาหกรรม FRB จริง ส่วนที่ 2 การถ่วง น้ำหนักตัวแปรโดยใช้เกณฑ์ทางสถิติเท่านั้น เพื่อเลือกน้ำหนักสำหรับตัวแปรที่ดีที่สุด โดยการ ใช้ Constrained Autoregressive ผลที่ได้ไม่ เหมือนกับน้ำหนักที่ใช้ของ BEA ซึ่งถ่วงน้ำหนัก โดยการเลือกน้ำหนักที่ดีที่สุดทางสถิติจะช่วยให้ ดัชนีชี้ นำของ BEA สามารถอธิบายตัวแปรการ ว่างงาน และดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมของ FRB ได้ดีมากขึ้นในช่วง within sample แต่จะขาด Stability ในช่วง out – of sample ในขณะที่ การถ่วงน้ำหนักแบบเดิมนั้นมีอำนาจการอธิบาย ต่ำในช่วง with – in sample แต่มี stability ใน ช่วง out – of sample ส่วนที่ 3 การตัดตัวแปรที่ พิสูจน์ทางสถิติว่าไม่มีความสามารถชี้ นำออกจาก การจัดทำดัชนีจะทำให้ การชี้ นำในช่วง out – of sample ของดัชนีชี้ นำ BEA เลวลง

ประโยชน์ พิณสุต (2539) ศึกษาเรื่อง ผล การศึกษาและการจัดทำดัชนีนำวัฏจักรเศรษฐกิจ ของประเทศไทย ได้ทำการจัดทำดัชนีชี้ นำ วัฏจักรเศรษฐกิจ (Leading Index for Business Cycle) ส่วนใหญ่จัดทำในประเทศอุตสาหกรรมที่ พัฒนาแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์ คือ ทำการศึกษา ดัชนีชี้ นำวัฏจักรเศรษฐกิจพยากรณ์จุดวกกลับ (Turning Point) ของคลื่นวัฏจักร หรือเพื่อ พยากรณ์จุดเปลี่ยนแปลงภาวะเศรษฐกิจของ ประเทศ โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data) โดยตัวแปรทางเศรษฐกิจที่ใช้ในการจัดทำ ดัชนีชี้ นำวัฏจักรเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ข้อมูล ปริมาณเงินในความหมายแคบ ข้อมูลดัชนีราคา หุ่น ดัชนีราคาหุ้น ข้อมูลพื้นที่ขออนุญาตก่อสร้าง

ใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร พุนจตตะเบียนธุรกิจรายใหม่ มูลค่าการส่งออกและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย โดยการทำดัชนีผลผลิตรวม (Composite Production Index) มาช่วยในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า ตั้งแต่ปี 2513 จนกระทั่งปี 2539 พบว่า ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยผ่านพ้นวัฏจักรมาแล้ว 5 วัฏจักร ระยะเวลาของวัฏจักรเฉลี่ยประมาณ 59 เดือน เป็นระยะเวลาชะลอตัวเฉลี่ยประมาณ 23 เดือน ระยะเวลาของการขยายตัวสั้นที่สุด 12 เดือน และยาวที่สุด 33 เดือน ระยะเวลาขยายตัวเฉลี่ยประมาณ 36 เดือน ระยะเวลาขยายตัวสั้นที่สุด 18 เดือน และขยายที่สุด 53 เดือน ดัชนีชี้ว่าวัฏจักรธุรกิจมีระยะเวลานำ 3.8 เดือน โดยมีระยะเวลานำเฉลี่ยที่ต่ำสุด 1.75 เดือน โดยนำมากที่สุด 1 เดือน และจุดตามอยู่ 4 เดือนด้วย มีระยะเวลาเฉลี่ยสูงสุดที่จุดสูงสุด 5.5 เดือน โดยนำมากที่สุด 11 เดือน และนำสั้นที่สุด 1 เดือน ปราณี ทินกร (2541) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ดัชนีชี้แนวโน้มภาวะทางเศรษฐกิจสำหรับประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวแปรที่เป็นดัชนีชี้แนวโน้มภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยอาศัยเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ในการศึกษาว่ามีตัวแปรทางเศรษฐกิจตัวใดบ้างที่จะมีลักษณะนำภาวะเศรษฐกิจ โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data) ซึ่งมีการศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2523 จนถึงปี พ.ศ. 2540 พบว่า ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาจำนวน 18 ปี ที่ผ่านมามีประเทศไทยได้เกิดวัฏจักรเศรษฐกิจทั้งหมด 3 วัฏจักรแล้ว ระยะเวลาของวัฏจักรเศรษฐกิจจากสูงสุดจุดหนึ่งไปสู่อันดับสูงสุดถัดไป โดยเฉลี่ยแล้วประมาณ 55.7 เดือน โดยมีระยะเฉลี่ยของช่วงชะลอตัว 22 เดือน และมีระยะเฉลี่ยของช่วงขยายตัว 33.7 เดือน โดยทำดัชนีชี้แนวโน้ม (Composite Leading Index)

มาช่วยในการวิเคราะห์ ซึ่งตัวแปรที่ใช้ประกอบด้วย ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ ราคาน้ำมันดิบตลาดโลก (โอมาน) พื้นที่ได้รับอนุญาตก่อสร้างใหม่ทั่วประเทศ มูลค่าพุนจตตะเบียนธุรกิจรายใหม่ มูลค่าเงินลงทุนของกิจการเปิดดำเนินการใหม่ และขยายกิจการที่ได้รับการส่งเสริมจาก BOI ปริมาณเงินที่แท้จริง (M1/CPI) และจำนวนนักท่องเที่ยวจากการศึกษา พบว่า ดัชนีชี้แนวโน้มมีลักษณะนำวัฏจักรอ้างอิงที่จุดสูงสุดประมาณ 8 เดือน และมีการนำที่จุดต่ำสุดประมาณ 4 เดือน ถ้าคิดเฉลี่ยจุดวกกลับทั้งหมดก็จะมีลักษณะนำประมาณ 5 เดือน

Eswar S. Prasad (1999) ศึกษาเรื่อง International Trade and the Business Cycle ในการศึกษาได้อาศัยแนวคิดของ Mundell-Fleming มาใช้ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการค้าระหว่างประเทศกับวัฏจักรเศรษฐกิจ ในกลุ่มประเทศ G-7 ซึ่งประกอบไปด้วย ประเทศแคนาดา ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี ญี่ปุ่น อังกฤษ และสหรัฐอเมริกา ซึ่งตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบไปด้วยรายได้ประชาชาติที่แท้จริง การส่งออกและบริการ การนำเข้าสินค้าและบริการ บัญชีรายได้ประชาชาติ ดอลลาร์ค่าที่แท้จริง ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) และอัตราแลกเปลี่ยน ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า การที่ไม่มีเสถียรภาพของระดับอัตราแลกเปลี่ยนจะเป็นตัวบ่งชี้ในการเกิดความรุนแรง (Shock)

Zenon G. Kontolemis (1999) ศึกษาเรื่อง Analysis of the U.S. Business Cycle with a Vector Markov-Switching Model สำหรับการทดสอบได้นำแบบจำลองของ Markov -Switching ของ Hamilton ทำการศึกษา มีการสร้างดัชนีผสม (Composite Index)

โดยการประยุกต์ตัวแปรสำคัญทางเศรษฐกิจมาใช้ โดยการกำหนดดัชนีพ้องวัฏจักรเศรษฐกิจซึ่งประกอบด้วย ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (Index of Industrial Production) การจ้างงานนอกภาคเกษตร (Non Agricultural employment) รายได้ประชาชาติหักเงินโอน (Personal Income Less Transfers) และ ยอดขายภาคการผลิต (Manufacturing Sales) และได้ทำการพยากรณ์โดยใช้แบบจำลอง Vector Markov-Switching Model ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า ในช่วงที่ทำการพยากรณ์ ระหว่าง In-sample และ Post-sample สามารถนำไปใช้พยากรณ์ได้ในการหาจุดวกกลับ (Turning Points) โดยมีตัวแปร Coincident Indicator อย่างน้อยหนึ่งตัวที่ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้มีนัยสำคัญทางสถิติ

กฤษดา แพทย์หลวง ธนวรรณ พลวิชัย และเสาวนีย์ ไทยรุ่งโรจน์ (2543) ศึกษาเรื่อง โครงการศึกษาผลการจัดทำดัชนีชี้นำวัฏจักรเศรษฐกิจระยะกลางและดัชนีวัฏจักรเงินเฟ้อสำหรับประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อทำการศึกษาและจัดทำดัชนีชี้นำวัฏจักรธุรกิจระยะกลาง เป็นการศึกษาการคาดการณ์ของวัฏจักรเศรษฐกิจไทยไปล่วงหน้าเพื่อเป็นการเตือนภัยที่รวดเร็ว โดยมีการคัดเลือกตัวแปรโดยอาศัยการทดสอบวิธี Cross Correlation และ Causality Test กับดัชนีพ้องวัฏจักรเศรษฐกิจ ทำให้ได้ตัวแปรชี้หน้าเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย อัตราการขยายตัวของดัชนีราคาสินค้าวัตถุดิบอุตสาหกรรมโลก ดัชนีชี้หน้าวัฏธุรกิจประเทศสหรัฐอเมริกา ส่วนกลับของดัชนีชี้หน้าวัฏธุรกิจประเทศญี่ปุ่น อัตราการขยายตัวของปริมาณเงินที่แท้จริงตามความหมายกว้าง (M2) มูลค่าทุนจดทะเบียนธุรกิจรายใหม่ พื้นที่ก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตและส่วนกลับของอัตราดอกเบี้ยระหว่าง

ธนาคารโลกเฉลี่ย โดยทำการสร้างดัชนีผสม (Composite Index) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ โดยข้อมูลที่ใช้เป็นอนุกรมเวลา (Time Series Data) ผลการศึกษา พบว่า ตัวดัชนีชี้หน้าภาวะเศรษฐกิจและส่งสัญญาณล่วงหน้าถึงภาวะแนวโน้มธุรกิจและกิจกรรมทางเศรษฐกิจของไทยได้ประมาณ 10 เดือนล่วงหน้า จุดวกกลับ (Turning Point) ของดัชนีพ้องวัฏจักรเศรษฐกิจประมาณ 12 เดือน ในช่วงเศรษฐกิจกำลังอยู่ในช่วงรุ่งเรือง และประมาณ 8.5 เดือนในช่วงเศรษฐกิจถดถอย สำหรับดัชนีอ้างอิงวัฏจักรเงินเฟ้อและดัชนีนำวัฏจักรเงินเฟ้อ ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า ดัชนีนำวัฏจักรเงินเฟ้อมีระยะนำดัชนีอ้างอิงวัฏจักรเงินเฟ้อโดยเฉลี่ย 4.0 เดือน จุดสูงสุด และ 7.3 เดือน ณ จุดต่ำสุด ทำให้มีระยะเวลานำโดยเฉลี่ยประมาณ 5.8 เดือน

สมศจี ศึกษาเม็ด และคณะ (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ระบบสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าทางเศรษฐกิจ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาเรื่องเครื่องมือสำหรับการพยากรณ์หรือส่งสัญญาณทางเศรษฐกิจ เพื่อให้สอดคล้องในช่วงที่ธนาคารแห่งประเทศไทย ที่มาใช้เป้าหมายอัตราเงินเฟ้อ ในการศึกษาได้จัดทำเครื่องมือชี้วัด 2 ตัว คือ ดัชนีชี้หน้าเศรษฐกิจ (Leading Economic Index: LEI) เป็นการส่งสัญญาณด้านการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และดัชนีชี้หน้าเงินเฟ้อ (Leading Inflation Index: LII) เป็นสัญญาณ เสถียรภาพเศรษฐกิจทางด้านราคา ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาจะเป็นเครื่องมือที่ใช้ควบคู่กับจำลองทางเศรษฐกิจ (Economic Model) และใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาในการวิเคราะห์ โดยการคัดเลือกตัวแปรที่สะท้อนถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจและเงินเฟ้อด้านต่างๆ มาสร้างดัชนีผสม (Composite Index) โดย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ พื้นที่ก่อสร้างที่ได้รับอนุญาต, มูลค่าทุนจดทะเบียนเป็นธุรกิจรายใหม่, ปริมาณเงินตามความหมายกว้างรวม Finance Company (M2a), จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศดัชนีราคาหุ้นในตลาดหลักทรัพย์, ปริมาณการส่งออกและดัชนีน้ำมันดิบโอมาน (ส่วนกลับ) ผลการศึกษา พบว่า ในช่วงเดือนมกราคม 2521 จนถึง ตุลาคม 2542 เศรษฐกิจของประเทศไทยผ่านคลื่นวัฏจักรเศรษฐกิจมาแล้วประมาณ 3 วัฏจักรครึ่ง มีระยะวัฏจักรเฉลี่ย 67 เดือน โดยมีระยะเฉลี่ยของช่วงดำเนินการ (Phase) จากจุดสูงสุด – จุดต่ำสุดถัดไป (Recession Phase) เท่ากับ 26 เดือนและระยะเวลาเฉลี่ยของ Phase จากจุดต่ำสุด- จุดสูงสุดถัดไป (Expansion Phase) เท่ากับ 24 เดือน โดยดัชนีที่สร้างขึ้นมามีระยะเวลานำดัชนีพ้องประมาณ 4.25 เดือน และ ระยะนำดัชนีอ้างอิงวัฏจักรเงินเฟ้อของดัชนีชี้นำวัฏจักรเงินเฟ้อของธนาคารแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมประมาณ 5.4 เดือน

อย่างไรก็ตาม จากการงานวิจัยข้างต้น พบว่า ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศต่างยึดหลักในการปฏิบัติที่คล้ายคลึงกันในการวิเคราะห์ รวมทั้งเครื่องมือที่นำมาวิเคราะห์ เช่น โปรแกรมสำเร็จรูป จะยึดหลักเหมือนกันสิ่งที่ขาดหายของงานที่ได้ทำการศึกษามานั้นซึ่งถือว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สุดคือ หลักทฤษฎี และหลักสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังแสดงให้เห็นจากคำวิพากษ์วิจารณ์เป็นเวลายาวนานและต่อเนื่องว่า : Measurement without theory. “Thirty – five years later.” Review of Economics and Statistics หากการศึกษาใช้แต่โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเศรษฐกิจมหภาคหรือข้อมูลต่างๆ ที่มีความสำคัญและมีช่วงของ

เวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง จะต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับทฤษฎีและสถิติให้มากที่สุด หรือให้มีข้อบกพร่องน้อยที่สุด ตลอดจนการคัดเลือกตัวแปรดัชนีชี้นำจะต้องถูกต้องและเหมาะสมที่สุด ประกอบกับการศึกษาจะต้องมีการกระทำที่ต่อเนื่อง และมีการแยกช่วงวิกฤต (Crisis) ที่เป็นตัวทำให้เกิดการวิเคราะห์ขาดประสิทธิภาพ ดังนั้น ในการวิจัยเพื่อสร้าง Leading Indicator จะต้องยึดหลักว่า ให้เกิดความผิดพลาด (Error) ต่ำที่สุดหรือเกิดช่องว่างให้น้อยที่สุดนั่นเอง ตัวอย่างงานวิจัยที่ดังกล่าวเช่น

พฤทธ์สรรค์ สุทธิไชยเมธี (2553) ได้ศึกษาเรื่อง Leading Indicator for Thailand โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถนำมาใช้เป็นดัชนีชี้นำเศรษฐกิจของประเทศไทย และเพื่อสร้างแบบจำลองที่จะนำมาใช้เป็นดัชนีชี้นำเศรษฐกิจของประเทศไทย และนำไปใช้เป็นดัชนีเตือนภัยของประเทศไทย

ผลการวิจัยความสัมพันธ์ในเชิงเหตุและผลเพื่อคัดเลือกตัวแปรทางเศรษฐกิจที่ใช้เป็นตัววัดวัฏจักรเศรษฐกิจของประเทศไทย พบว่ามีตัวแปรทางเศรษฐกิจ 8 ตัวแปร ที่มีความสัมพันธ์ในลักษณะทิศทางเดียวกับดัชนีพ้อง ได้แก่ ดัชนีราคาหลักทรัพย์ ปริมาณเงินที่แท้จริง (M1/CPI) มูลค่าการนำเข้าสินค้าวัตถุดิบ มูลค่าการนำเข้าสินค้าทุน จำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของประเทศไทย มูลค่าการส่งออกผลผลิตของภาคอุตสาหกรรม ราคาน้ำมันดิบ OMAN ในตลาดโลก และอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมระหว่างธนาคารข้ามคืนเฉลี่ย โดย ตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลที่จะกำหนดการเปลี่ยนแปลงในดัชนีพ้อง

ผลการวิจัยในการสร้างดัชนีผสม (Composite Index) เพื่อหารูปแบบดัชนีชี้นำของประเทศไทย โดยการนำตัวแปรทางเศรษฐกิจ

ที่คัดเลือกโดยความสัมพันธ์ในเชิงเหตุ พบว่ารูปแบบที่ไม่มีการถ่วงน้ำหนักตัวแปรนั้นดัชนีชี้นำจักรเศรษฐกิจของประเทศไทยที่สร้างขึ้นสามารถส่งสัญญาณล่วงหน้า 4.5 เดือนเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับจุดวกกลับ (Turing Point) ของดัชนีพ้อง

ผลการวิจัยการพยากรณ์ดัชนีพ้องล่วงหน้า โดยนำตัวแปรที่ผ่านการคัดเลือกแล้วมาเป็นตัวแปรอิสระ และใช้วิธี Vector Autoregressive Model เพื่อสร้างแบบจำลอง พบว่า สามารถนำมาใช้เป็นดัชนีเตือนภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะผลที่ได้จากการพยากรณ์เกิดความผิดพลาดต่ำ

การจัดทำ Leading Indicator นั้นจะเป็นผลดีและเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติกล่าวโดยสรุปได้ดังนี้

1. เพื่อให้สามารถพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย และคาดการณ์รายได้ประชาชาติรายปี ได้อย่างมีประสิทธิภาพและแม่นยำ
2. เพื่อใช้เป็นดัชนีเตือนภัยที่สำคัญสำหรับประเทศไทย (Early warning signal)
3. เพื่อให้หน่วยงานต่างๆ ของทั้งภาครัฐบาล และภาคเอกชนสามารถปรับตัว และเตรียมนโยบายได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นกับระบบเศรษฐกิจในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. การดำเนินการวิจัยเพื่อจัดทำ Leading Indicator

1.1 กำหนดตัวแปรที่ทำการศึกษา เช่น การกำหนดตัวแทนของรายได้ประชาชาติ คือ ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม เรียกว่า ดัชนีพ้อง (Coincident indicators) ส่วนตัวแปรทางด้าน

Structural Variable แต่ละตัวนั้น เรียกว่า ดัชนีชี้นำ (Leading indicators) และนอกจากนี้อาจจะสร้าง Composite index เพื่อใช้เป็นดัชนีชี้นำ (Leading indicators) ก็ได้

1.2 วิเคราะห์ความสามารถในการชี้นำเศรษฐกิจกับดัชนีพ้องของประเทศไทยโดยใช้วิธี Granger's Causality Test

1.3 สร้างดัชนีผสม (Composite Index)

1.4 นำข้อมูลที่เป็นดัชนีผสม (Composite Index) ไปทดสอบความสามารถการเป็นดัชนีชี้นำและดัชนีพ้องของประเทศ

1.5 พยากรณ์ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมล่วงหน้าเพื่อเป็นดัชนีเตือนภัยสำหรับประเทศต่อไป

2. กรอบแนวคิดสำหรับโครงการวิจัย

สำหรับกรอบแนวคิดควรกำหนดให้ดัชนีพ้อง (Coincident Indicators) คือ ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม และกำหนดดัชนีชี้นำ (Leading Indicators) ได้แก่

- 2.1 คำสั่งซื้อใหม่ของผู้บริโภคในราคาคงที่
- 2.2 คำสั่งและสัญญาซื้อเครื่องมือและสร้างโรงงานในราคาคงที่
- 2.3 ดัชนีใบอนุญาตก่อสร้างบ้าน
- 2.4 ชั่วโมงทำงานเฉลี่ยต่อสัปดาห์ของคนงานในภาคอุตสาหกรรม
- 2.5 สัดส่วนของบริษัทที่ได้รับมอบสินค้าต่ำกว่าเดิม
- 2.6 ดัชนีราคาหลักทรัพย์
- 2.7 การเปลี่ยนแปลงราคาของวัตถุดิบที่ค่อนข้าง
- 2.8 ปริมาณเงิน M1
- 2.9 ปริมาณเงิน M2
- 2.10 ปริมาณเงินที่แท้จริง (M1/CPI)
- 2.11 งบประมาณค่าประกันการว่างงานครั้งแรก
- 2.12 การเปลี่ยนแปลงในเครดิตคงค้างของธุรกิจและผู้บริโภค

2.13 การเปลี่ยนแปลงในสินค้าคงคลัง
ของอุตสาหกรรมในราคาคงที่

2.14 มูลค่าการนำเข้าสินค้าวัตถุดิบ

2.15 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทุน

2.16 ข้อมูลดัชนีราคาหุ้น

2.17 จำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ
ของประเทศไทย

2.18 อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง

2.19 มูลค่าการส่งออกผลผลิตของภาค
อุตสาหกรรม

2.20 อัตราการค้า

2.21 ราคาน้ำมันดิบ OMAN ในตลาดโลก

2.22 อัตราดอกเบี้ยกู้ยืมระหว่าง
ธนาคารข้ามคืนเฉลี่ย

ฯลฯ

จะต้องมีพื้นฐานที่มั่นคงก่อนเสมอ ถ้ารัฐบาลไม่ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว ก็เป็นการยากที่จะสามารถนำพาประเทศให้เจริญทัดเทียมประเทศอื่นๆ ที่เจริญแล้วในโลกได้

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

สำหรับผู้วิจัย: ในการวิจัยในเรื่อง Leading Indicator ของประเทศนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้วิจัยจะต้องศึกษารายละเอียดของข้อมูลที่น่ามาใช้ให้เกิดความถูกต้องและเหมาะสมของแบบจำลองมากที่สุด หากเลือกตัวแปรผิดพลาดจะส่งผลให้การสร้างดัชนีเตือนภัยของประเทศผิดพลาดได้สูง สำหรับการศึกษาที่ผ่านมาเห็นควรว่า แบบจำลองของ Vector Autoregressive Model เป็นแบบจำลองที่เหมาะสมในการนำมาใช้ เพื่อช่วยให้การนำข้อมูลที่ได้ผ่านกระบวนการคัดเลือกแล้วสามารถนำมาสร้างแบบจำลองดัชนีเตือนภัยให้ถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้น

สำหรับรัฐบาล: รัฐบาลควรหันมาให้ความสนใจต่อการจัดทำ Leading Indicator ให้มากและเป็นสำคัญ เพราะว่า ประเทศใดๆ จะเจริญหรือเดินไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงแข็งแรง

เอกสารอ้างอิง

- กฤษดา แพทย์หลวง, ธนวรรธ พลวิชัย, และเสาวนีย์ ไทยรุ่งโรจน์. (2543) โครงการศึกษา และจัดทำดัชนีชี้แนวโน้มวัฏจักรธุรกิจระยะกลางและดัชนีวัฏจักรเงินเฟ้อสำหรับประเทศไทย. ใน *การประชุมและสัมมนาทางวิชาการของกระทรวงพาณิชย์ 2543*.
ประโยชน์ เพ็ญสุต. (2529). ผลการศึกษาและการจัดทำดัชนีชี้แนวโน้มวัฏจักรธุรกิจของประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์*, 14(1).
- ปราณี ทินกร. (2542). การวิเคราะห์ดัชนีชี้แนวโน้มภาวะเศรษฐกิจสำหรับประเทศไทย. *วารสาร เศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์*, 17(3), 5-53.
- พฤตสรรค์ สุทธิไชยเมธี. (2553). *เศรษฐกิจมิติประยุกต์สำหรับการการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สายส่งดวงแก้ว.
- สมศรี ศิกษมัต, และ นกมล บุรณะธำ. (2543). ระบบสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าทาง เศรษฐกิจ. *การประชุมและสัมมนาทางวิชาการของธนาคารแห่งประเทศไทย ประจำปี 2543*.
- Alan J. Auerbach. (1982). The Index of leading indicator. *Journal of the American Statistical Association*, 63.
- Dickey, D. A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometric* (March 1987), 251-76.
- Eswar S. Prasad. (1999). International trade and the business cycle. *Journal of Econometrics*, 53, 323-343.
- Drapper, N. R, and Smith, H. (1981). *Applied regression Analysis* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Hylleborg, S., Engle, R.F., Granger, C.W.J., and Yoo, B.S. (1990). Seasonal integration and Co integration. *Journal of Econometrics*, 200(32), 499-509.
- Zenon G. Kontolemis. (1999). Analysis of the U.S. business cycle with a vector Markov Switching. *Journal of American Statistical Association*, 70, 417-422.

จริยธรรมการวิจัย

Research Ethics

อัศวิน แสงพิกุล*

Aswin Sangpikul*

*อาจารย์ประจำภาควิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*Full-time lecturer, department of Tourism and Hotel Studies, Dhurakij Pundit University.

บทคัดย่อ

แนวทางหนึ่งในการสร้างการรับรู้และการตระหนักถึงเรื่องจริยธรรมการวิจัย คือ การเผยแพร่เรื่องจริยธรรมการวิจัยออกไปสู่สังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงวิชาการ ที่ผ่านมานักวิชาการได้ผลิตผลงานวิจัยและตีพิมพ์เผยแพร่องค์ความรู้จากงานวิจัยไปสู่สังคมอย่างกว้างขวาง แต่ทว่าประเด็นสำคัญอย่างเรื่องจริยธรรมการวิจัยที่หน่วยงานต่าง ๆ พยายามรณรงค์และสร้างจิตสำนึกในเรื่องนี้กลับมีการตีพิมพ์เผยแพร่อยู่น้อย บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้ในเรื่องจริยธรรมการวิจัยเพื่อสร้างการรับรู้และการตระหนักถึงความสำคัญของจริยธรรมการวิจัย เนื้อหาของบทความจะกล่าวถึงประเด็นสำคัญของจริยธรรมการวิจัย และเปรียบเทียบจริยธรรมการวิจัยในบริบทของประเทศไทยและต่างประเทศเพื่อให้เห็นมุมมองที่กว้างขึ้น

คำสำคัญ: จริยธรรมการวิจัย ปัญหาจริยธรรมการวิจัย

Abstract

One approach to create perception and awareness of research ethics is through the publication, particularly the academic community. During many years, scholars have widely conducted research and published their works to the society. However, an important issue such as the research ethics that several parties have encouraged is rarely published. This paper, therefore, has an objective to disseminate the knowledge of research ethics in order to create the perception and awareness of research ethics. The content of the paper will discuss the important of the research ethics and compare it in relation to Thai and international contexts to reflect a wide scope.

Keywords: Research ethics, research ethics problem

บทนำ

การวิจัยประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ มากมาย ตั้งแต่ การกำหนดปัญหา การทบทวนวรรณกรรม การกำหนดประชากร การเลือกตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการแปลความหมายข้อมูล และการสรุปผล ซึ่งขั้นตอนเหล่านี้ นักวิจัยจำเป็นต้องกระทำอย่างถูกต้อง ชัดเจน และไม่ลำเอียง เพื่อให้ได้คำตอบของการวิจัยที่สะท้อนความเป็นจริงรวมทั้งไม่ขัดกับหลักศีลธรรมและบรรทัดฐานของสังคม ทั้งนี้การดำเนินงานดังกล่าวผู้วิจัยจำเป็นต้องอาศัยจริยธรรมเป็นหลักยึดเพื่อให้การทำวิจัยนั้นถูกต้องและเหมาะสม หากนักวิจัยขาดจริยธรรมในการวิจัยแล้ว ปัญหาหรือผลกระทบต่าง ๆ อาจเกิดขึ้นได้ ทั้งต่อตัวนักวิจัยเอง ผลงานวิจัย หรือผู้ให้ข้อมูล ดังนั้นประเด็นเรื่องจริยธรรมจึงมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าเรื่องอื่น ๆ ในกระบวนการวิจัย เนื้อหาในบทความนี้จะนำเสนอความหมายของจริยธรรมการวิจัย ปัญหาการขาดจริยธรรมการวิจัย แนวทางปฏิบัติเรื่องจริยธรรมการวิจัย และจริยธรรมการวิจัยในบริบทของต่างประเทศ

ความหมายของจริยธรรมการวิจัย

จริยธรรมการวิจัย (research ethics) หมายถึง หลักเกณฑ์ที่ควรประพฤติปฏิบัติของนักวิจัยเพื่อให้การดำเนินงานวิจัยตั้งอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมและหลักวิชาการที่เหมาะสม (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2541 อ้างใน สินธวา คามดิษฐ์, 2550: 262)

ข้อสังเกต นอกจากคำว่าจริยธรรมในการวิจัยแล้ว ยังมีคำอื่นที่นักวิจัยกล่าวถึงบ่อยครั้ง เช่น คำว่า ‘จรรยาบรรณในการวิจัย’ หรือ ‘จรรยาบรรณของวิจัย’ อย่างไรก็ตาม หาก

พิจารณาในรายละเอียดของสองคำนี้แล้ว พบว่า คำเหล่านี้มีหลักการและแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน หรือใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ทั้งสองคำข้างต้นจะเน้นในเรื่องหลักเกณฑ์ที่ควรประพฤติปฏิบัติของนักวิจัย (ชาย โพธิ์สิตา, 2547; สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2542; สินธวา คามดิษฐ์, 2550) ดังนั้นบทความนี้จะใช้คำว่า ‘จริยธรรมการวิจัย’ ซึ่งตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า research ethics เพื่อสื่อความหมายในเรื่องการประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้องของนักวิจัยในการทำวิจัย

ปัญหาการขาดจริยธรรมการวิจัย

ในฐานะนักวิจัยและกรรมการพิจารณาผลงานวิจัย ผู้เขียนได้พบเจอปัญหาการขาดจริยธรรมการวิจัยของนักศึกษาและนักวิจัยในหลาย ๆ ประเด็น ซึ่งพอสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

การคัดลอกผลงาน ข้อความ หรือความคิดเห็นของผู้อื่น (บางส่วนหรือทั้งหมด) โดยไม่อ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล หรือบางรายอาจคัดลอกผลงานแล้วนำมาใช้เป็นผลงานของตนเอง

การขโมยความคิดหรือคำพูดของผู้อื่น โดยไม่ได้อ้างอิง (plagiarism)

การเขียนทบทวนวรรณกรรมโดยไม่อ้างอิงเจ้าของผลงานหรือแหล่งข้อมูล

การนำข้อความของผู้อื่นมาดัดแปลง ตัดต่อหรือแก้ไขเพื่อเป็นข้อความของตนเอง แต่ไม่อ้างอิงเจ้าของผลงานเดิม

การแก้ไขผลการวิจัย ตัวเลข หรือข้อมูลบางอย่างที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง

การเปิดเผยหรือไม่เก็บความลับของผู้ให้ข้อมูล รวมทั้งการขาดความรับผิดชอบต่อการรักษาข้อมูล

การปฏิบัติต่อผู้ให้ข้อมูลอย่างไม่เป็นธรรม การสร้างภัยคุกคามให้แก่ผู้ให้ข้อมูล หรือ

การทำให้ผู้ให้ข้อมูลได้รับอันตรายหรืออับอายจากการวิจัย

การเขียนข้อเสนอแนะจากแนวคิดของผู้อื่น แต่ไม่อ้างถึงเจ้าของแนวคิดนั้น

การจ้างวานผู้อื่นทำงานวิจัยหรือวิทยานิพนธ์ให้บางส่วนหรือทั้งหมด

การขาดความรับผิดชอบในการทำวิจัยหรือการดำเนินงานวิจัยให้เสร็จสิ้นตามกำหนดเวลา

จากปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้น สะท้อนให้เห็นความสำคัญของจริยธรรมการวิจัย และเหตุผลที่ว่าทำไมเราต้องมีประเด็นเรื่องจริยธรรมการวิจัย เพราะสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นข้างต้นอยู่ใกล้ตัว และเกี่ยวข้องโดยตรงกับนักวิจัย รวมทั้งอาจสร้างความเสียหายให้แก่งานวิจัย หรือผลกระทบต่อผู้อื่นโดยเฉพาะผู้ให้ข้อมูล ดังนั้น เรื่องจริยธรรมการวิจัยจึงมีความสำคัญเพื่อให้นักวิจัยได้ยึดถือและพึงปฏิบัติในการดำเนินการวิจัยให้ถูกต้อง เหมาะสม และเป็นที่ยอมรับในสังคม ปัจจุบันมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยได้เสนอแนวทางปฏิบัติเรื่องจริยธรรมการวิจัยไว้หลายประเด็นเพื่อให้แนวปฏิบัติเหล่านั้นช่วยลดปัญหาการขาดจริยธรรม และเพื่อให้นักวิจัยยึดถือเป็นข้อควรปฏิบัติในฐานะนักวิจัย ซึ่งจะกล่าวในหัวข้อต่อไป

แนวทางปฏิบัติเรื่องจริยธรรมการวิจัย

แนวทางปฏิบัติเรื่องจริยธรรมการวิจัยในบทความนี้ ผู้เขียนได้รวบรวมประเด็นสำคัญไว้หลายหัวข้อเพื่อให้นักวิจัยได้ทราบ ตระหนักถึง และยึดถือเป็นแนวทางและข้อควรปฏิบัติในการทำวิจัย โดยมีหัวข้อดังนี้

จรรยาบรรณของนักวิจัย

จริยธรรมการวิจัยในสถาบันการศึกษา
ประเด็นจริยธรรมการวิจัยในคน

1. จรรยาบรรณของนักวิจัย

คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยาได้ตระหนักถึงความสำคัญของจรรยาบรรณในการวิจัย จึงได้กำหนดจรรยาบรรณนักวิจัยเพื่อให้นักวิจัยในสาขาต่างๆ นำไปปฏิบัติและเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ โดยมีหลักเกณฑ์ และแนวทางปฏิบัติดังนี้ (อ้างใน สันธะวา คามดิษฐ์, 2550: 264-268)

1.1 นักวิจัยต้องซื่อสัตย์และมีคุณธรรมในทางวิชาการและการจัดการ โดยต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเองไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน ไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น ต้องให้เกียรติและอ้างถึงบุคคลหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิจัย ต้องซื่อตรงต่อการแสวงหาทุนวิจัยและมีความเป็นธรรมเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

1.2 นักวิจัยต้องตระหนักถึงพันธกรณีในการทำงานวิจัย โดยทำตามข้อตกลงที่ทำไว้กับหน่วยงานที่สนับสนุนการวิจัยและต่อหน่วยงานที่ตนสังกัด นักวิจัยต้องปฏิบัติตามพันธกรณีและข้อตกลงการวิจัยที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายยอมรับร่วมกัน อุทิศเวลาทำงานวิจัยให้ได้ผลดีที่สุด และเป็นไปตามกำหนดเวลา มีความรับผิดชอบไม่ละทิ้งงานระหว่างดำเนินการ

1.3 นักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาที่ทำวิจัย โดยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาที่ทำวิจัยอย่างเพียงพอ และมีความรู้ความชำนาญ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวเนื่องกับเรื่องที่ทำวิจัย เพื่อนำไปสู่งานวิจัยที่มีคุณภาพและเพื่อป้องกันปัญหาการวิเคราะห์ การตีความหรือการสรุปที่ผิดพลาด อันอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่องานวิจัย

1.4 นักวิจัยต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ศึกษาวิจัย ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีชีวิต

หรือไม่มีชีวิต นักวิจัยต้องดำเนินการด้วยความรอบคอบระมัดระวัง และเที่ยงตรงในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคน สัตว์ พืช ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม มีจิตสำนึกและมีปณิธานที่จะอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม

1.5 นักวิจัยต้องเคารพศักดิ์ศรีและสิทธิของมนุษย์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัย โดยต้องไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ทางวิชาการจนละเลยและขาดความเคารพในศักดิ์ศรีของเพื่อนมนุษย์ ต้องถือเป็นการระงับหน้าที่ที่จะอธิบายจุดมุ่งหมายของการวิจัยแก่บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่หลอกลวงหรือบีบบังคับ และไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

1.6 นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิด ปราศจากอคติในทุกขั้นตอนของการทำวิจัย โดยต้องตระหนักว่าอคติส่วนตัวหรือความลำเอียงทางวิชาการ อาจส่งผลให้มีการบิดเบือนข้อมูล และข้อค้นพบทางวิชาการ อันเป็นเหตุให้เกิดผลเสียหายต่องานวิจัย

1.7 นักวิจัยพึงนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางที่ชอบ โดยเผยแพร่ผลงานวิจัยเพื่อประโยชน์ทางวิชาการและสังคม ไม่ขยายผลข้อค้นพบจนเกินความเป็นจริง และไม่ใช้ผลงานวิจัยไปทางมิชอบ

1.8 นักวิจัยพึงเคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้อื่น โดยมีใจกว้าง พร้อมที่จะเปิดเผยข้อมูลและขั้นตอนการวิจัย ยอมรับฟังความคิดเห็นและเหตุผลทางวิชาการของผู้อื่น และพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขงานวิจัยของตนให้ถูกต้อง

1.9 นักวิจัยพึงมีความรับผิดชอบต่อสังคมทุกระดับ โดยมีจิตสำนึกที่จะอุทิศกำลังสติปัญญาในการทำวิจัย เพื่อความก้าวหน้าทาง

วิชาการ เพื่อความเจริญและประโยชน์สุขของสังคมและมวลมนุษยชาติ

2. จริยธรรมการวิจัยในสถาบันการศึกษา

นอกจากแนวทางปฏิบัติในเรื่องจริยธรรม (จรรยาบรรณ) สำหรับนักวิจัยในระดับวงกว้างข้างต้นแล้ว นักวิชาการยังได้เสนอแนะแนวทางปฏิบัติในเรื่องจริยธรรมการวิจัยในสถาบันการศึกษาในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับนักวิจัย โดยมีแนวทางปฏิบัติดังนี้ (ปัญญา กุลพงษ์, 2548: 2)

2.1 อบรมให้ความรู้ด้านจริยธรรมการวิจัยแก่นักศึกษาและแนวปฏิบัติแก่ผู้ทำการวิจัย

2.2 ติดตามดูแล ให้คำปรึกษาแก่ผู้ทำการวิจัยเพื่อป้องกันการกระทำที่ละเมิดกฎเกณฑ์จริยธรรม การวิจัย

2.3 พยายามป้องกันและขจัดสถานการณ์ที่มีผลประโยชน์ทับซ้อนไม่ให้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการวิจัย

2.4 การลงโทษจะต้องรุนแรงเพียงพอที่จะเป็นเยี่ยงอย่างป้องกันไม่ให้คนอื่นทำตาม

2.5 ให้ความคุ้มครองผู้ที่นำเรื่องที่มีการละเมิดจริยธรรมวิจัยมาแจ้งกับผู้บังคับบัญชาหรือผู้ดูแล

2.6 สร้างบรรยากาศของการวิจัยที่ดีและเข้มงวด รวมทั้งให้รางวัลแก่นักวิจัยที่ดีและลงโทษผู้กระทำผิดจริยธรรมการวิจัย

3. ประเด็นจริยธรรมการวิจัยในคน

นอกจากหลักจรรยาบรรณของนักวิจัยแล้ว นักวิจัยหลายท่านยังได้กล่าวถึงประเด็นจริยธรรมการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ 'คน' (people) ทางสังคมศาสตร์ ซึ่งงานวิจัยทางสังคมศาสตร์จำนวนไม่น้อยที่เกี่ยวข้องกับ 'คน' ซึ่งอาจเป็น

นักท่องเที่ยว ชาวบ้าน พนักงาน ผู้ประกอบการ หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ เป็นต้น โดยผู้วิจัยจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคคลเหล่านั้นด้วยการสอบถามหรือการสัมภาษณ์ ดังนั้นนักวิจัยทางสังคมศาสตร์จึงควรทราบถึงประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในคนด้วยเช่นกัน ผู้เขียนได้รวบรวมข้อมูลและสรุปเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

3.1 หลักจริยธรรมพื้นฐานในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ได้แก่

(บุปผา ศิริวิศมี, จรรยา เศรษฐบุตร และเบญจา ยอดดำเนิน-แอ็ดติกัจ, 2544)

ผู้ให้ข้อมูล (research participants) เช่น นักท่องเที่ยว ชาวบ้าน พนักงาน เจ้าหน้าที่ ต้องได้รับการบอกกล่าว และให้ความยินยอมโดยสมัครใจที่จะให้ข้อมูลในเรื่องเกี่ยวกับการวิจัย

นักวิจัยต้องรักษาความลับ ความเป็นส่วนตัว และการปิดบังชื่อของผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยต้องไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนทางร่างกายและจิตใจของผู้ให้ข้อมูล

ผลของการวิจัยควรให้ผลดีต่อสังคม

3.2 การปกป้องความเป็นส่วนตัวและการรักษาความลับ

เบญจา ยอดดำเนิน-แอ็ดติกัจ (2553) ได้กล่าวถึงการปกป้องความเป็นส่วนตัวและการรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลว่าเรื่องเหล่านี้ (โดยเฉพาะงานวิจัยเชิงคุณภาพ) ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้วิจัยต้องตระหนักและระมัดระวังเป็นพิเศษ เพราะเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลที่จะได้รับการปกป้อง ซึ่งการปกป้องความเป็นส่วนตัวและการรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลมีแนวทางดังนี้

การออกแบบการวิจัยที่เหมาะสม สอดคล้องกับโจทย์ และผู้เข้าร่วมวิจัยจะช่วยปกป้องความเป็นส่วนตัวและการรั่วไหลของ

ความลับได้ เช่น การตั้งคำถาม ประเด็นที่จะซักถาม และการระมัดระวังเวลาสัมภาษณ์ เป็นต้น

กระบวนการขอความยินยอมเป็นกลไกสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยปกป้องความเป็นส่วนตัวและเป็นหลักประกันการเก็บรักษาข้อมูลเป็นความลับ การขอความยินยอมเป็นช่องทางที่จะช่วยให้ผู้ที่จะให้ข้อมูลสามารถประเมินและชั่งน้ำหนักระหว่างความเสี่ยงและประโยชน์ที่พึงได้ ก่อนการตัดสินใจเซ็นหนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมวิจัย

หากเป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มคนที่หลากหลายและเก็บเพียงครั้งเดียว (cross-sectional survey) การใช้วิธีแบบนิรนามก็ย่อมทำได้ (การไม่ระบุชื่อและตัวบ่งชี้บุคคล) โดยในแบบสำรวจไม่จำเป็นต้องมีชื่อหรือข้อมูลบ่งชี้บุคคลอื่นและควรใช้สถิติวิเคราะห์ที่เป็นภาพรวม ไม่ใช่ข้อมูลรายบุคคล ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงต่อการรั่วไหลของข้อมูลได้

หากเป็นการเก็บข้อมูลในกลุ่มคนเดียวกันตั้งแต่สองครั้งขึ้นไป (longitudinal survey) การใช้วิธีแบบนิรนามอาจไม่เหมาะสม เพราะผู้วิจัยต้องเชื่อมต่อข้อมูลของกลุ่มคนในรอบแรกเข้ากับรอบสองหรือรอบที่สาม ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องหาวิธีการกำหนดรหัสและข้อบ่งชี้บุคคลที่ผู้วิจัยและทีมงานเท่านั้นที่จะเข้าถึงได้ โดยผู้อื่นหากจะนำข้อมูลไปใช้ก็ใช้ไม่ได้แต่จะไม่สามารถระบุหรือเชื่อมโยงถึงผู้ให้ข้อมูลได้

ในกรณีเป็นการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม (focus group) ผู้วิจัยควรระบุให้ชัดเจนในข้อเสนอโครงการวิจัยและชี้แจงต่อผู้เข้าร่วมวิจัยในเรื่องการเก็บรักษาข้อมูล คนที่จะเข้าถึงข้อมูล การไม่ระบุชื่อและข้อบ่งชี้บุคคลที่เชื่อมโยงไปถึงผู้ให้ข้อมูลได้ รวมทั้งการใช้นามสมมติหรือรหัสแทน ตลอดจนควรทำข้อตกลงกับผู้เข้าร่วม

วิจัยว่าข้อมูลที่อภิปรายจะไม่นำไปพูดข้างนอก หากเป็นการเขียนรายงานการวิจัย ผู้วิจัยไม่ระบุสถานที่ที่ทำการศึกษาระบุชื่อของผู้ให้ข้อมูลหรือผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจนเฉพาะเจาะจง ควรใช้นามสมมติแทน ในกรณีที่มีการยกถ้อยคำหรือข้อความของผู้ให้ข้อมูลมาอ้างอิง (quotation) ผู้วิจัยก็เพียงระบุลักษณะทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลก็พอเพื่อให้ผู้อ่านเห็นภาพเจ้าของข้อมูล (ไม่จำเป็นต้องระบุชื่อผู้ให้ข้อมูล) เช่น ชายหรือหญิงอายุเท่าไร อาชีพอะไร เป็นต้น

งานวิจัยบางเรื่อง การใช้แผนที่ในรายงานการวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้อ่านเห็นภาพและรู้จักพื้นที่ที่ทำการศึกษา ทั้งนี้หากมีบางประเด็นที่อ่อนไหวหรืออาจส่งผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยไม่ควรระบุที่ตั้งหรือการเข้าถึงพื้นที่และประชากรกลุ่มที่ศึกษาได้อย่างชัดเจน เช่น การระบุชื่อถนน ชื่อชุมชนหรือหมู่บ้าน

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาทั้งหมด ควรเก็บรักษาไว้อย่างดีโดยทีมนักวิจัย ไม่ควรนำไปเผยแพร่แก่สาธารณชน

การวิเคราะห์ข้อมูล (หากเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ) ควรกระทำในภาพรวมไม่ควรเจาะจงว่าเป็นข้อมูลจากผู้ใดคนใดคนหนึ่ง

ทั้งนี้ เบญจมา ยอดดำเนิน-แอ็ดติภักย์ ยังได้กล่าวถึงการปกป้องความเป็นส่วนตัวและการรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลโดยมีอยู่สองแนวทางที่แตกต่างกัน คือ ข้อมูลแบบนิรนาม (anonymity) และการรักษาความลับ (confidentiality) ทั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้นำแนวทางใดขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นสำคัญ

ข้อมูลแบบนิรนาม (anonymity) หมายถึง การเก็บข้อมูลที่มีการปกปิดชื่อและข้อมูลของบุคคล โดยผู้วิจัยไม่สามารถทราบได้ว่าใครเป็นผู้

ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นแนวทางที่ดีที่สุดในการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล ตัวอย่างเช่น ผู้วิจัยอาจแจ้งผู้อื่นในการเก็บข้อมูล เป็นต้น

การรักษาความลับ (confidentiality) หมายถึง การเก็บข้อมูลที่มีการระบุชื่อหรือตัวบ่งชี้อื่นๆของบุคคล โดยผู้วิจัยจะทราบข้อมูลเหล่านั้นมาจากไหนหรือเป็นของใคร แต่ผู้วิจัยจะยึดกฎการรักษาความลับของข้อมูลอย่างเคร่งครัด ไม่เปิดเผยให้ผู้อื่นทราบ ตลอดจนการวิเคราะห์ผลที่แสดงในภาพรวม ไม่สะท้อนให้เห็นข้อมูลเป็นรายบุคคล รวมทั้งการทำลายแบบสอบถามหรือลบข้อมูลออกจากเทปสัมภาษณ์หลังจากงานวิจัยเสร็จสิ้น

จริยธรรมการวิจัยในบริบทของต่างประเทศ

นอกเหนือจากขอบเขตจริยธรรมการวิจัยในบริบทสังคมไทยแล้ว เราควรทราบถึงประเด็นจริยธรรมในบริบทของต่างประเทศด้วย เพื่อจะได้ทราบว่านักวิจัยในต่างประเทศให้ความสำคัญในประเด็นอะไรบ้าง เหมือนหรือแตกต่างจากบริบทของสังคมไทยหรือไม่ อย่างไร

ขอยกตัวอย่าง จริยธรรมการวิจัยเชิงธุรกิจ ซึ่งนักวิชาการต่างประเทศมักให้ความสำคัญในประเด็นหลักๆ ดังนี้ (Bryman & Bell, 2011)

การวิจัยจะเป็นอันตรายหรือเป็นภัยคุกคามต่อผู้ให้ข้อมูลหรือไม่

ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความยินยอมโดยการบอกกล่าวแล้วหรือไม่

การวิจัยมีการละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลหรือไม่

การวิจัยมีการบิดเบือนข้อมูลใดๆต่อผู้ที่เกี่ยวข้องหรือไม่

การวิจัยมีการรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลหรือไม่

นอกจากนั้น มหาวิทยาลัยในต่างประเทศบางแห่ง (เช่น Oxford Brookes University) ได้กำหนดแนวทางปฏิบัติในด้านจริยธรรมการวิจัยไว้ดังนี้ (อ้างใน Altinay & Paraskevas, 2008)

การวิจัยไม่ควรสร้างอันตรายหรือภัยคุกคามใดแก่ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลควรมีสติได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโครงการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลไม่ตกอยู่ภายใต้การบังคับขู่เข็ญให้เข้าร่วมโครงการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิที่จะให้ความยินยอมก่อนเข้าร่วมโครงการวิจัย

ผู้วิจัยควรมีความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยจะต้องรักษาความลับและข้อมูลแบบนิรนามของผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยมีความรับผิดชอบในการเผยแพร่ผลการวิจัยไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ในส่วนของประเด็นเรื่องการวิจัยในคน นักวิชาการต่างประเทศก็มีการกล่าวถึงประเด็นนี้บ่อยครั้งโดยค่อนข้างให้ความสำคัญในเรื่องของ ‘คน’ ซึ่งหมายถึง ผู้เข้าร่วมการวิจัยหรือผู้ให้ข้อมูลการวิจัย (research participants) โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติเรื่องจริยธรรมที่เกี่ยวกับคนไว้ดังนี้ (Jennings, 2001)

การยินยอมด้วยความสมัครใจของผู้เข้าร่วมการวิจัย

สิทธิของผู้เข้าร่วมการวิจัยในการปฏิเสธที่จะให้คำตอบในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือทั้งหมด

สิทธิของผู้เข้าร่วมการวิจัยในการถอนตัวจากโครงการวิจัยได้ตลอดเวลา

สิทธิของผู้เข้าร่วมการวิจัยที่จะไม่ถูก

ปิดบังข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับการวิจัย

สิทธิของผู้เข้าร่วมการวิจัยในการได้รับการปกป้อง ไม่ให้ได้รับอันตรายใด ๆ ระหว่างการวิจัย หรือภายหลังการวิจัยเสร็จสิ้น

สิทธิของผู้เข้าร่วมการวิจัยที่จะได้รับการปกปิดและรักษาข้อมูลส่วนตัว

สิทธิของผู้เข้าร่วมการวิจัยในการเข้าถึงผลการวิจัย

สืบเนื่องจากเรื่องการวิจัยในคน ยังมีอีกประเด็นหนึ่งที่นักวิชาการต่างประเทศหลายท่าน (Creswell, 2009; Dane, 2011; Finn, Elliott-White, & Walton, 2000) กล่าวถึงเสมอ คือ เรื่องการให้ความยินยอม (consent) ของผู้เข้าร่วมการวิจัย โดยหลักเบื้องต้นคือ หากเป็นการวิจัยที่เก็บข้อมูลจาก ‘คน’ ผู้วิจัยจะต้องให้บุคคลนั้นลงนามยินยอมในการเข้าร่วมการวิจัยก่อนที่จะให้ข้อมูลการวิจัย (Creswell, 2009) โดยเอกสารที่ให้ลงนามอาจเรียกว่า ใบยินยอม หนังสือยินยอม หรือ หนังสือแสดงเจตนายินยอม (informed consent form) โดยประเด็นเรื่องนี้ นักวิชาการต่างประเทศมองว่าการวิจัยใด ๆ ก็ตาม ที่เกี่ยวข้องกับคน ผู้วิจัยควรได้รับความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลเสียก่อน รวมทั้งผู้ให้ข้อมูลควรทราบสิทธิของตนเองในการเข้าร่วมการวิจัย เช่น วัตถุประสงค์การวิจัย ประโยชน์ของการให้ข้อมูล การรักษาข้อมูล และการมีสิทธิถอนตัวออกจากโครงการวิจัยได้ตลอดเวลา เป็นต้น ในแง่ของประเทศไทย ปัจจุบันมีมหาวิทยาลัยหลายแห่ง ที่ให้ความสำคัญในเรื่องนี้โดยงานวิจัยบางเรื่อง นักวิจัยจำเป็นต้องได้รับความยินยอมจากอาสาสมัครเสียก่อนจึงจะลงมือเก็บข้อมูลได้ อย่างไรก็ตามการวิจัยทางสังคมศาสตร์ในบางสาขา (เช่น บริหารธุรกิจ นิเทศศาสตร์ การท่องเที่ยว) อาจไม่ได้เข้มงวดในเรื่องนี้มากเท่าไรนัก (ทั้งของ

ไทยและต่างประเทศ) ด้วยเหตุที่ว่างานวิจัยในบางสาขาไม่ได้เก็บข้อมูลอย่างละเอียดลึกซึ้งหรือมีปฏิสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับผู้ให้ข้อมูล หากเปรียบเทียบกับการวิจัยทางการแพทย์ที่ต้องเก็บข้อมูลจากผู้ป่วยหรือคนไข้ที่จำเป็นต้องมีการกระทำอย่างมีกระบวนการและมีความเข้มงวดในเรื่องนี้มากกว่า โดยทั่วไปการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ผู้วิจัยมักเก็บข้อมูลจากประชาชนทั่วไป ผู้บริโภค นักท่องเที่ยว หรือพนักงานบริษัท โดยใช้การสื่อสารบอกกล่าวเกี่ยวกับโครงการวิจัยให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบก่อนการเก็บข้อมูลทุกครั้ง ซึ่งในทางปฏิบัติหากแจ้งกลุ่มเป้าหมายด้วยการสื่อสารแล้ว และหากได้รับการตอบรับโดยการให้ข้อมูลหรือตอบแบบสอบถาม ก็พออนุมานได้ว่ากลุ่มเป้าหมายให้การยินยอมแล้ว โดยถือว่าเป็นการให้การยินยอมแบบไม่เป็นทางการ (informal consent) โดยอาจไม่จำเป็นต้องมีเอกสารให้ความยินยอมก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามงานวิจัยบางเรื่องอาจมีข้อยกเว้นโดยผู้วิจัยจำเป็นต้องมีเอกสารการให้ความยินยอม ซึ่งต้องพิจารณาเป็นรายกรณีไป

นอกจากนั้น ผู้เขียนขอยกตัวอย่างประสบการณ์โดยตรงเรื่องจริยธรรมการวิจัยในต่างประเทศ โดยขอยกตัวอย่างมหาวิทยาลัยที่ผู้เขียนจบการศึกษาทั้งในระดับปริญญาโทและเอก ซึ่งมหาวิทยาลัยในต่างประเทศได้ให้ความสำคัญในเรื่องจริยธรรมการวิจัยของนักศึกษาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคน โดยทางมหาวิทยาลัยมีการกำหนดแนวทางการทำวิทยานิพนธ์ว่านักศึกษาทุกคนจะต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบเรื่องจริยธรรมเสียก่อน (ethics application) จึงจะสามารถทำวิทยานิพนธ์ได้ โดยทางมหาวิทยาลัยจะตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาเรื่องจริยธรรมการวิจัย

โดยเฉพาะ (ethics committee) โดยผู้วิจัยจะต้องแจกแจงรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับการวิจัยให้คณะกรรมการทราบ เช่น วัตถุประสงค์การวิจัย ประชากรเป้าหมาย วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสอบถาม เอกสารให้ความยินยอม แนวทางปกปิดไม่เปิดเผยข้อมูล และการรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูล เป็นต้น ทั้งนี้หากนักศึกษาค้นคว้าไม่ผ่านเรื่องจริยธรรมการวิจัย ก็จะไม่สามารถทำวิทยานิพนธ์ได้ ซึ่งปัจจุบันมหาวิทยาลัยของไทยหลายแห่งได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาเรื่องจริยธรรมการวิจัยบ้างแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ทั้งสายวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์

อีกประเด็นที่ขอลำเอียงถึง คือ เรื่องการละเมิดผลงานวิชาการ ในต่างประเทศนั้นโดยเฉพาะประเทศทางตะวันตกให้ความสำคัญกับประเด็นการละเมิดผลงานทางวิชาการเป็นอย่างมาก (plagiarism) ปัจจุบันมหาวิทยาลัยในประเทศตะวันตกได้ใช้เครื่องมือเพื่อตรวจสอบการละเมิดผลงานทางวิชาการของนักศึกษาและนักวิจัย ซึ่งเป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น Safe Assign, DocuLoc, Urkund, Ephorus, CopyScape (ฉัตรสุนัน พงศ์นิธิบุญ, 2553) เพื่อใช้ตรวจสอบว่าผลงานวิชาการนั้นได้คัดลอกหรือขโมยความคิดจากแหล่งข้อมูลใดบ้าง มากน้อยเพียงใด ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยลดปัญหาการละเมิดผลงานทางวิชาการได้ระดับหนึ่ง

จากการนำเสนอข้างต้นจะเห็นว่าประเด็นจริยธรรมการวิจัยทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศมีเนื้อหาสาระสำคัญที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ส่วนใหญ่มักจะให้ความสำคัญในประเด็นที่คล้ายๆกัน เช่น การมีจรรยาบรรณของนักวิจัย ความเคารพในบุคคล ความรับผิดชอบ

ขอบในการวิจัย และจริยธรรมในการวิจัยมนุษย์ อย่างไรก็ตามหากพิจารณาในแง่ของความเอาใจจริง เอาใจและความข้มงวดในเรื่องจริยธรรมการวิจัยแล้ว ดูเหมือนว่าในต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศทางตะวันตกจะให้ความสำคัญในเรื่องนี้มากกว่าประเทศไทย แนวทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างการตระหนักถึงและส่งเสริมเรื่องจริยธรรมในการวิจัย คือ การตีพิมพ์เผยแพร่บทความในประเด็นเรื่องจริยธรรมการวิจัยในวารสารวิชาการให้มากขึ้น รวมทั้งการจัดเสวนาในเรื่องดังกล่าวในสถาบันการศึกษาต่างๆ เป็นต้น

สรุป

การวิจัยประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ มากมาย ซึ่งขั้นตอนเหล่านั้นนักวิจัยจำเป็นต้องอาศัยจริยธรรมการวิจัยเป็นหลักยึด เพื่อให้การดำเนินงานวิจัยตั้งอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมและหลักวิชาการที่เหมาะสม ปัจจุบันจริยธรรมการวิจัยถือได้ว่าเป็นประเด็นสำคัญในกระบวนการวิจัย เนื่องจากปัญหาเรื่องการขาดจริยธรรมของผู้วิจัยเกิดขึ้นบ่อยครั้ง เช่น การคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาใช้เป็นผลงานของตนเอง การแก้ไขผลการวิจัยที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง การไม่รักษาความลับของผู้ให้ข้อมูล และการว่าจ้างผู้อื่นทำงานวิจัยให้ เป็นต้น แนวทางหนึ่งที่จะช่วยลดปัญหาการขาดจริยธรรมได้ คือ การกำหนดแนวทางปฏิบัติหรือข้อกำหนดเรื่องจริยธรรมการวิจัย อย่างเช่น การกำหนดจรรยาบรรณของนักวิจัย หรือ การข้มงวดเรื่องจริยธรรมการวิจัยในสถาบันการศึกษา เป็นต้น นอกจากนั้นการตีพิมพ์เผยแพร่บทความเรื่องจริยธรรมการวิจัยให้มากขึ้น ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ช่วยสร้างความตระหนักถึงและกระตุ้นให้นักวิจัยมีความสนใจในประเด็นเรื่องจริยธรรม

การวิจัยให้มากขึ้น ปัจจุบันนักวิจัยในต่างประเทศและในประเทศไทยต่างก็ให้ความสำคัญในเรื่องจริยธรรมการวิจัยกันมากขึ้นโดยเฉพาะประเด็นเรื่องจรรยาบรรณของนักวิจัย ความเคารพในบุคคล ความรับผิดชอบในการวิจัย และจริยธรรมการวิจัยในคน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรสุมน พฤตมิญโญ. (2553). *หลักการวิจัยทางสังคม*. กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- ชาย โพธิ์สีดา. (2547). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุปผา ศิริวัศมี, จรรยา เศรษฐบุตร, และเบญจา ยอดดำเนิน-แอ๊ดติงส์. (2544). *จริยธรรมสำหรับการศึกษาวิจัยในคน*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม.
- เบญจา ยอดดำเนิน-แอ๊ดติงส์. (2553). ประเด็นจริยธรรมการวิจัยในคนทางสังคมศาสตร์. *วารสารเกษตรศาสตร์*, 31, 290-301.
- ปัญญา กุลพงษ์. (2548). จริยธรรมวิจัย. ใน *เอกสารประกอบการประชุมวันวิชาการ ครั้งที่ 1 วิจัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 8-10 ธันวาคม*. (น. 1-2).
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สินธะวา คามดิษฐ์. (2550). *วิธีวิจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Altinay, L., & Paraskevas, A. (2008). *Planning research in hospitality and tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Bryman, A., & Bell, E. (2011). *Business research methods* (3rd ed.). London: Oxford University Press.
- Creswell, J. (2009). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, California: SAGE.
- Dane, F. (2011). *Evaluating research*. Thousand Oaks, California: SAGE.
- Finn, M., Elliott-White, M., and Walton, M. (2000). *Tourism & leisure research methods: data collection, analysis and interpretation*. Essex. England: Pearson Education.
- Jennings, G. (2001). *Tourism research*. Milton, Queensland: John Wiley & Sons.

หนังสืออ่าน : Book Review

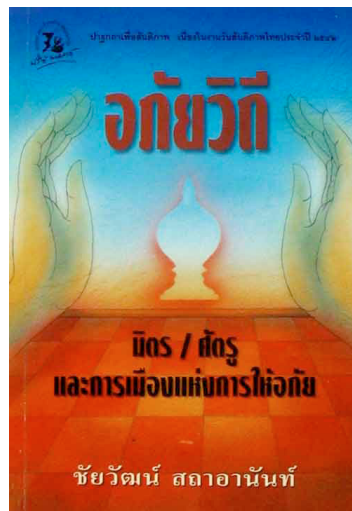
อภัยวิถี: มิตร/ศัตรู และการเมืองแห่งการให้อภัย

ชื่อผู้เขียน: ศ.ดร.ชัยวัฒน์ สถาอานันท์

คณะกรรมการดำเนินงานฉลอง 100 ปี ชาตกาล นายปรีดี พนมยงค์ รัฐบุรุษอาวุโส ภาคเอกชน
ปีที่พิมพ์: 2543

วิไลวรรณ จงวิไลเกษม*

Wilaiwan Jongwilakasaem*



“ข้าพเจ้าคิดว่า ถ้าสังคมไทยไม่สะสมความทรงจำของตนเอง เวลา ก็คงต้องร้องไห้ด้วยความเสียใจ แต่ด้วยความสำคัญครุ่นคิดกับ “อภัยวิถี” ในฐานะหนทางหนึ่งที่จะสะสมอดีต บางทีสังคมไทยอาจชุ่มเย็นด้วยหยาดน้ำค้าง คือในความเศร้าสร้อยเพราะอดีตที่หวนคืนมาได้ ก็แผ่ผิงปิติในอรุณรุ่งไว้ได้ด้วย”

อภัยวิถี: มิตร/ศัตรู และการเมืองแห่งการให้อภัยเป็นหนังสือเกี่ยวข้องกับอำนาจ ความยุติธรรม ความเป็นจริง ความเป็นมิตร เป็นศัตรูและความทรงจำ จากปาฐกถาเนื่องในวัน

สันติภาพไทย ประจำปี 2542 โดย ศ.ดร.ชัยวัฒน์ สถาอานันท์ (ผู้เขียน) เริ่มต้นปาฐกถาด้วยข้อเสนอว่า “หนทางแห่งการให้อภัยนั้นไม่เพียงเป็นข้อกำหนดในทางศีลธรรม (moral imperative)

*อาจารย์ประจำ ภาควิชาสันติศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

*Lecturer at Communication Arts and Information Science Faculty of Humanities, Kasetsart University.

หากในยามนี้คงต้องถือวาคือ ความจำเป็นทางการเมือง (political necessity) ทั้งสำหรับสังคมไทยและสังคมโลก หากมุ่งสร้างสรรค์สังคมการเมืองที่เป็นธรรมและมีสันติในอนาคต”

อภัยวิตินำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ส่วนแรก ขวนให้ผู้ฟัง (ผู้อ่าน) ใช้จินตนาการถึงกรณีที่ทำให้ อภัยแทบจะเป็นไปไม่ได้ ส่วนที่สอง เชื่อมโยงกรณีในจินตนาการกับความเป็นจริงในสังคมไทยที่เคยเกิดขึ้นในช่วงชีวิตของผู้เขียนโดยตั้งคำถามว่า “อดีตเหล่านั้นผ่านไปแล้วหรือไม่” ส่วนที่สาม เป็นการกล่าวถึงกรณีปัญหาในปัจจุบันที่สะท้อนให้เห็นพลังอำนาจของร่องรอยจากอดีตที่ความเป็นมิตร/เป็นศัตรูเข้มข้น ร้อนแรง และอาจเป็นอันตรายต่อการจัดการกับความขัดแย้งในสังคมไทย ส่วนที่สี่ เป็นการนำเสนอคำอธิบายในทางทฤษฎีการเมืองต่อความเป็นมิตร/ศัตรูดังกล่าว ส่วนที่ห้า อาศัยแนวคิดของนักปรัชญาการเมืองสตรีคนสำคัญของคริสต์ศตวรรษนี้คือ Hannah Arendt พิจารณา “สภาวะของมนุษย์” (human condition) ที่สัมพันธ์กับอนาคตของสังคมและอดีตที่ผ่านมา โดยผู้เขียนมองว่าสำหรับสังคมไทยอนาคตของสังคมการเมืองดูจะได้ตราไว้แล้ว ในขณะที่หลายเรื่องยัง “จัดการ” กับอดีตไม่ได้หรือไม่ได้นึก ส่วนที่หก เป็นการวิเคราะห์ “อภัยวิถี” ในทางทฤษฎีที่สัมพันธ์กับเรื่องสำคัญ 3 เรื่องคือ ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ เวลาและความยุติธรรม โดยเชื่อมโยงการ “จดจำ” (re-member) เรื่องเหล่านี้เข้ากับปัญหามิตร/ศัตรูในสังคมการเมือง ส่วนสุดท้าย เป็นการไตร่ตรองถึงคุณูปการของ “อภัยวิถี” สัมพันธ์กับร่องรอยวัฒนธรรมและภูมิปัญญาซึ่งดำรงอยู่ในสังคมไทย

จินตนาการ: เรื่องของ “สมยศ”

ผู้เขียนเบิกโรงด้วยการเล่าถึงเรื่องจริง

ของ “สมยศ” เป็นคนขายของที่ตลาดปิ้งในกรุงเทพมหานครที่เป็นคนหนึ่งในกลุ่มคนเป็นแสนที่ออกมาเรียกร้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองเมื่อเดือนพฤษภาคม 2535 โดยวันที่ 18 พฤษภาคม 2535 สมยศถูกยิง กระสุนหลายนัดทะลุร่าง บางนัดเจาะเข้าไขสันหลัง สมยศต้องนอนห้องไอ.ซี.ยู. ในโรงพยาบาลนาน 15 คืน แม้ไม่ตายแต่เมื่อออกจากโรงพยาบาล เขาต้องเป็นอัมพาตตลอดชีวิต การดำเนินชีวิตปรกติยุติลงทั้งสิ้นนับแต่นั้น เขาควบคุมการขับถ่ายปัสสาวะไม่ได้ ต้องสวนปัสสาวะวันละ 4 ครั้งทุกวัน ต้องใส่ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ตลอดเวลา

ผู้เขียนทิ้งท้ายการเบิกโรงว่า สิ่งที่ยากนอกเหนือจากการพยายามจินตนาการว่า “สมยศ” หรือผู้คนเช่น “สมยศ” จะอยู่ต่อไปอย่างไรในชีวิตที่มีแต่ความเจ็บปวดเป็นเพื่อน น่าจะเป็นคำถามว่า จะมีวันที่ “สมยศ” หรือเหยื่อแห่งความรุนแรงทางการเมืองอย่างเขาจะให้อภัยผู้คนที่มีส่วนทำกับเขาเช่นนี้ได้หรือไม่ นอกจากนี้ คำถามที่อาจจะยากยิ่งกว่าคือ เมื่อผ่านโศกนาฏกรรม ความเจ็บปวด ทุกข์ทรมานมาแล้ว ไม่ว่าจะในกัมพูชา ไรอันดา ปาเลสไตน์ พม่าหรือไทย สังคมมนุษย์จะอยู่กันต่อไปอย่างไร หากไม่ใส่ใจกับ “อภัยวิถี”

การเมืองแห่งการให้อภัย

ผู้เขียนถกเถียงว่า วิธีที่ดีในการเผชิญกับการให้อภัย อาจไม่ใช่เริ่มต้นจากการพยายามถามว่า นิยามของการให้อภัยคืออะไร แต่น่าจะตั้งคำถามว่า การให้อภัยทำงานอย่างไร พร้อมกับเสนอว่า การให้อภัยทำงานโดยเกี่ยวพันกับสามประเด็นสำคัญในทางปรัชญา/วิชาสังคมศาสตร์ คือ ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ เวลากับความทรงจำ และปัญหาเรื่องความ

ยุติธรรม ทั้งสามเรื่องสำคัญกับความเป็นการเมือง เพราะการปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจเกี่ยวข้องโดยตรงกับการกระทำอะไรบางอย่างในปริมนทลสาธารณะ เวลากับความทรงจำแยกแทบไม่ออกจากเสรีภาพของมนุษย์ ที่จะเลือกจดจำและกระทำการบางอย่าง ในขณะที่ปัญหาเรื่องความยุติธรรมเป็นการใคร่ครวญถึงการขยายพื้นที่ทางสังคมเพื่อสร้างความเป็นธรรมในชีวิตทางการเมือง

ผู้เขียนทิ้งท้ายข้อเสนอของเขาเมื่อปี 2543 ที่น่าจะเป็นประโยชน์สำหรับสังคมไทยวันนี้ว่า การให้อภัยเป็นความจำเป็น เพราะการดำรงอยู่ของสถาบันการเมืองเปรียบเสมือนคำสัญญาเพื่อสร้างความแน่นอนในอนาคต แต่มีเพียงการให้อภัยที่จะทำให้มนุษย์ดำรงอยู่กับสิ่งที่หวนคืนมาไม่ได้ในอดีต เพราะเช่นนี้ อภัยวิถีจึงไม่เพียงเป็นการเมืองในตัวของมันเอง หากยังคือความจำเป็นทางการเมืองสำหรับสังคมการเมืองที่ผ่านอดีตแห่งบาดแผลมาด้วยกัน และไม่ประสงค์จะอยู่ด้วยกันต่อไปอย่างศัตรู

ในหนังสือ “อภัยวิถี: มิตร/ศัตรู และการเมืองแห่งการให้อภัย” ยังย้ำอีกว่า ต้องเปลี่ยนความเชื่อที่ว่า “จงให้อภัยและลืมเสีย” (forgive and forget) ให้เป็น “จำเอาไว้และให้อภัย” (remember and forgive)

แนวทางการจัดเตรียมบทความ (Manuscript) สำหรับขอตีพิมพ์ในวารสารสุทธิปริทัศน์

วารสารสุทธิปริทัศน์เป็นวารสารวิชาการของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตซึ่งตีพิมพ์บทความวิชาการและบทความวิจัยจากบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย จัดพิมพ์ราย 3 เดือน ปีละ 4 ฉบับ ประจำเดือนมีนาคม มิถุนายน, กันยายน และธันวาคม ของทุกปี

นโยบายการจัดพิมพ์

- วารสารสุทธิปริทัศน์มุ่งเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่บทความวิชาการและผลงานวิจัยที่มีคุณภาพในสาขาวิชาต่างๆ
- บทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ส่งมาขอตีพิมพ์ต้องไม่อยู่ในระหว่างขอตีพิมพ์หรือเคยได้รับการตีพิมพ์ เผยแพร่มาก่อนในวารสารอื่นๆ
- บทความวิชาการ มุ่งเน้นบทความที่เสนอแนวความคิดทฤษฎีใหม่หรือบทความที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจหรือกระตุ้นการวิจัยต่อเนื่องในหัวข้อวิชาการที่สำคัญต่างๆ
- บทความวิจัย มุ่งเน้นงานวิจัยที่ช่วยทดสอบทฤษฎีหรือผลงานวิจัยที่ช่วยขยายความในแง่มุมสำคัญต่างๆ ของทฤษฎีเหล่านั้นเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจ หรือสามารถนำไปทำวิจัยต่อเนื่องได้
- วารสารยินดีตีพิมพ์งานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยหรือวิธีทดลองทดสอบในหลากหลายรูปแบบที่ช่วยสร้างองค์ความรู้ที่สำคัญหรือที่มีผลกระทบต่อสังคมวิชาการในวงกว้าง

ข้อกำหนดในการส่งบทความสำหรับผู้เขียน

- บทความสามารถจัดทำเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ในกรณีที่เขียนภาษาอังกฤษ บทความดังกล่าวต้องผ่านการตรวจการใช้ไวยากรณ์อย่างถูกต้องมาแล้ว
- ในการจัดทำบทความผู้เขียนจะต้องจัดทำบทความในรูปแบบที่ทาง วารสารสุทธิปริทัศน์ กำหนดไว้ โดยที่ท่านสามารถดาวน์โหลดรูปแบบและส่งบทความได้ทางเว็บไซต์ของวารสาร www.dpu.ac.th/journal/
- การส่งบทความทางไปรษณีย์ ขอให้ท่านส่งต้นฉบับในรูปแบบของ Microsoft Word จำนวนไม่เกิน 15-20 หน้า (พร้อมรูปตารางที่เกี่ยวข้องและเอกสารอ้างอิง) จำนวน 3 ชุด และบันทึกแผ่น CD 1 ชุด ส่งมาที่

กองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ 110/1-4 ถ.ประชาชื่น เขตหลักสี่

กรุงเทพมหานคร 10210 โทรศัพท์ 02-9547300 ต่อ 445 หรือ 690

Fax 02-580-0064 E-mail: dpujournal@hotmail.com

- หากผู้เขียนต้องการส่งบทความสามารถส่งได้ที่ www.dpu.ac.th/journal โดยแนบไฟล์บทความที่ระบุ หัวเรื่อง ชื่อผู้แต่ง และที่อยู่ติดต่อได้ซึ่งรวมถึงอีเมล เบอร์โทรศัพท์และบทคัดย่อ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) คำสำคัญ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) และประวัติของผู้เขียน โดยสังเขป รวมถึงบทความ ข้อความ ตาราง รูปภาพ แผนภูมิและเอกสารอ้างอิง
 - เมื่อบทความได้รับการตีพิมพ์ ผู้เขียนจะได้รับวารสารฉบับที่บทความนั้นตีพิมพ์ 1 ฉบับ
- * สามารถติดตามรายละเอียดและดาวน์โหลดรูปแบบต่างๆ ได้ที่ www.dpu.ac.th/journal/

ใบสมัครสมาชิกวารสาร “สุทธิปริทัศน์”



ชื่อ-นามสกุล

สถานที่ทำงาน

ประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกวารสาร “สุทธิปริทัศน์” ☐ 1 ปี ☐ 2 ปี ☐ 3 ปี

สถานที่ส่งวารสาร.....

สถานที่ติดต่อ.....

โทรศัพท์.....

สถานภาพสมาชิก ☐ สมาชิกใหม่
☐ สมาชิกเก่า หมายเลข.....

อัตราค่าสมาชิก ☐ 1 ปี จำนวน 4 ฉบับ เป็นเงิน 350 บาท
☐ 2 ปี จำนวน 8 ฉบับ เป็นเงิน 700 บาท
☐ 3 ปี จำนวน 12 ฉบับ เป็นเงิน 1,000 บาท

ชำระค่าสมาชิกโดย ☐ ธนาคารดีเอสจีจ่าย "มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต" (ปทจ.หลักสี่)
เจ้าหน้าที่ของ บรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 110/1-4 ถนนประชาชื่น
เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
☐ โอนเงินเข้าบัญชีธนาคารไทยพาณิชย์ เลขที่ 152-206333-6
ชื่อบัญชี "มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต"
สาขามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ประเภทออมทรัพย์
☐ แคชเชียร์เช็ค สั่งจ่ายในนาม "มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต"

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร

()

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

โทร. 02-9547300 ต่อ 445,187

Fax. 02-580-0064, 02-589-2371

E-mail : dpujournal@hotmail.com



มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
โทร. 0-2954-7300 www.dpu.ac.th