



วารสารสิทธิปริทัศน์

SUTHIPARITHAT JOURNAL 1

ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๗๗ กันยายน - ธันวาคม ๒๕๕๔ ISSN 0857-2690

บทความวิจัย (Research Articles)

- การศึกษาปริมาณการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของกระบวนการผลิตอุตสาหกรรม สุรา เบียร์และไวน์
A study of Carbondioxide Gas Emission from alcohol beverage industrial process
ปัญญพัชพร บุญพร้อม, จิรา แก้วดำ 7
Punpaphatpran Bunprom, Jira Kaewdam

- ศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
A Study of Factors of Management Schools for Quality of Learner Under Office of the Basic Education Commissio
วิเชียร เย็นกาย, กมล สุดประเสริฐ, จักรพรรดิ วัฒนา..... 19

- พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง
Foreign Tourists' Behavior and Attitude towards Traveling in Thailand after political crisis
พงศธร จันทวิโรจน์, ณัฏฐ์ กุลสิริ 33
Pongsatom Chanwirot, Nak Guld

- รูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร
A Model of Geographic Information System of small schools in Bangkok Metropolitan Administration
ต้องลักษณ์ จิรวาชรากอร์, นิพนธ์ สุขบริดี, สังวรณ์ จัตุระโท..... 47
Tongluck Jirawatcharakorn, Nipone Sookpreedee, Sungworn Ngudgratoke

- ความพึงพอใจของผู้รับบริการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลบางบัวทอง
The Satisfaction of Bang Bua Thong resident on duties and services by Bang Bua Thong Sub-district Administrative Organization
เฉลิมพร อภิชนาพงศ์..... 63
Chalemporn Apichanapong

- การเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ
The Decision to Utilize K-Mobile Banking
นิตนา ฐานิตธนกร, ภัทรา มหามงคล..... 87
Nittana Tarnittanakorn, Pattra Mahamongkol

- การสืบทอดธุรกิจครอบครัว : กระบวนการแห่งการสร้างความสัมพันธ์ เพื่อการอยู่รอดและยั่งยืน
Family business succession: Process of building relationships. For survival and sustainability
อรุณ ศิริจานุสรณ์..... 107
Arun Sirijanansom

บทความวิชาการ (Academic Articles)

- ความเข้าใจเกี่ยวกับวัจนกรรมกรขอโทษเพื่อการเรียนรู้และการสอนภาษาต่างประเทศ
Understanding Apology Speech Act: Foreign Language Acquisition and Teaching Implications
ฟ้าสว่าง พัฒนะพิเชฐ..... 125
Fasawang Pattanapichet

- เตรียมพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนด้วยความเป็นเลิศทางภาษา
Preparation for ASEAN Community with Language Excellence
เสาวภา วิชาติ..... 141
Saovapa Wichadee

หนังสือแนะนำอ่าน (Book Review)

- Innovation to the Core : A Blueprint for Transforming the Way Your Company Innovates
Peter Skarzynski, Rowan Gibson, Harvard Business Press 2008..... 151

สุทธิปริทัศน์

ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๗๗ กันยายน - ธันวาคม ๒๕๕๔ ISSN 0857-2690

*** เจ้าของ**

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
110/1-4 ถนนประชาชื่น
เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
โทร. 02-954-7300
(อัตราในมติ 30 หมายเลข) ต่อ 361
E-mail : dpujournal@hotmail.com

*** กองบรรณาธิการ**

รศ.พินิจ ทิพย์มณี
ผศ.ดร.นิตย เพ็ชรรักษ์
ผศ.ดร.พริษา พลศิริ
ดร.คม คัมภีรานนท์
ดร.นพพร ศรีวรวิไล
ดร.อดิสร ณ อุบล

*** คณะที่ปรึกษา**

ศ.ดร.บุญเสริม วิสกุล
รศ.ดร.วรากรณ์ สามโกเศศ
ศ.ดร.ไพฑูรย์ สินลารัตน์
รศ.ดร.สมบุญวัลย์ สัตยารักษ์วิทย์
คณบดีทุกคณะ

*** กองจัดการ (ธุรการ การเงินและสมาชิก)**

โชติรส วิวัฒน์ศิลป์ชัย

*** ออกแบบรูปเล่ม-จัดหน้า**

นันทกา สิทธิพฤษ์

*** กำหนดออก**

ราย 4 เดือน ฉบับละ 80 บาท

*** จัดจำหน่าย**

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

*** บรรณาธิการ**

รศ.กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ

*** กองบรรณาธิการบุคคลภายนอก**

ศ.ดร.ทวีป ศิริรัมย์
ศ.ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์
รศ.ดร.พรทิพย์ ดีสมโชค
รศ.ดร.ปรีญา วิบูลย์เศรษฐ์
ผศ.ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล

*** พิมพ์ที่**

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

ทัศนะข้อคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารสุทธิปริทัศน์ เป็นทัศนะวิจารณ์อิสระทางคณะผู้จัดทำไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยกับทัศนะข้อคิดเห็นเหล่านั้นแต่ประการใด ลิขสิทธิ์บทความของผู้เขียนและวารสารสุทธิปริทัศน์ และได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย

SUTHIPARITHAT

Volume 25 Number 77 September - December 2011

* **Owner**

Dhurakij Pundit University
110/1-4 Prachachuen Road
Laksi, Bangkok 10210
Telephone 02-954-7300
(Automatic 30 Number) # 361
E-mail : dpujournal@hotmail.com

* **Editorial Board**

Assoc Prof. Pinit Tipmanee
Asst. Prof. Dr. Nit Petcharak
Asst. Prof. Dr. Piruna Polsiri
Dr. Kom Campiranon
Dr. Nopporn Srivoravilai
Dr. Adisorn Na Ubon
Asst. Prof. Dr. Kita Bunnag

* **Editorial Consultant**

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

* **Assistant Editors**

Chotiros Wiwatsinchai

* **Cover Design**

Nunthaga Sitthipruk

* **Editor - in - Chief**

Assoc. Prof. Kullatip Satararuj

* **Periodicity**

4 month per year issue 80 baht

* **Editorial Consultant Board**

Prof. Dr. Tawee Sirirassamee
Prof. Dr. Parichart Sthapitanon
Assoc. Prof. Pornpip 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](http://www.dpu.ac.th/dpuprinting)

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

มหาวิทยาลัยศิลปากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยนเรศวร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

[illegible]

สารบัญ

บทความวิจัย

การศึกษาปริมาณการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมสุรา เบียร์และไวน์	
บุญจักษ์พัชรกร บุญพร้อม , จิรา แก้วดำ	7
ศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน	
วิเชียร เย็นกาย, กมล สดุดประเสริฐ, จักรพรรดิ วัฒนา.....	19
พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง	
พงศธร จันทรวีโรจน์, ณัฏษ์ กุลิสร์	33
รูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร	
ต้องลักษณะ จิรวรรณกร, ศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์ สุขปรีดี, ดร.สังวรณ์ ังดกระโทก.....	47
ความพึงพอใจของผู้รับบริการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลบางบัวทอง	
เฉลิมพร อภิขินาพงศ์.....	63
การเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ	
นิตนา ฐานิตธนกร, ภัทรา มหามงคล	87
การสืบทอดธุรกิจครอบครัว : กระบวนการแห่งการสร้างความสัมพันธ์ เพื่อการอยู่รอดและยั่งยืน	
อรุณ ศิริจานุสรณ์.....	107

บทความวิชาการ

ความเข้าใจเกี่ยวกับวัจนกรรมการขอโทษเพื่อการเรียนรู้และการสอนภาษาต่างประเทศ	
ฟ้าสว่าง พัฒนะพิเชฐ.....	125
เตรียมพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนด้วยความเป็นเลิศทางภาษา	
เสาวภา วิชาดี.....	141

หนังสือแนะนำอ่าน

Innovation to the Core : A Blueprint for Transforming the Way Your Company Innovates	
Peter Skarzynski, Rowan Gibson, Harvard Business Press 2008.....	151

Contents

Research Articles

A study of Carbondioxide Gas Emission from alcohol beverage industrial process <i>Punpaphatpron Bunprom, Jira Kaewdam</i>	7
A Study of Factors of Management Schools for Quality of Learner Under Office of the Basic Education Commissio	19
Foreign Tourists' Behavior and Attitude towards Traveling in Thailand after political crisis <i>Pongsatorn Chanwirot, Nak Gulid</i>	33
A Model of Geographic Information System of small schools in Bangkok Metropolitan Administration <i>Tongluck Jirawatcharakorn, Nipone Sookpreedee, Sungworn Ngudgratoke</i>	47
The Satisfaction of Bang Bua Thong resident on duties and services by Bang Bua Thong Sub-district Administrative Organization <i>Chalernporn Apichanapong</i>	63
The Decision to Utilize K-Mobile Banking <i>Nittana Tarnittanakorn, Pattra Mahamongkol</i>	87
Family business succession: Process of building relationships. For survival and sustainability <i>Arun Sirjanusorn</i>	107

Academic Articles

Understanding Apology Speech Act: Foreign Language Acquisition and Teaching Implications <i>Fasawang Pattanapichet</i>	125
Preparation for ASEAN Community with Language Excellence <i>Saovapa Wichadee</i>	141

Book Review

Innovation to the Core : A Blueprint for Transforming the Way Your Company Innovates <i>Peter Skarzynski, Rowan Gibson, Harvard Business Press 2008</i>	151
--	-----

บทบรรณาธิการ

วารสารสุทธิปริทัศน์ ฉบับที่ 77 กองบรรณาธิการขอเสนอบทความวิจัยจำนวน 7 เรื่อง อันได้แก่เรื่องที่ 1. การศึกษาปริมาณการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมสุรา เบียร์และไวน์ โดย คุณปัญจภัฏพัชรกร บุญพร้อมและ คุณจิรา แก้วดำ เรื่องที่ 2. การศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยคุณวิเชียร เย็นกาย และคณะ เรื่องที่ 3. พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง โดย นายพงศธร จันทรวิโรจน์ 4. รูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร โดยนางต้องลักษณ์ จิรวชิรากร ศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์ สุขปรีดี และ ดร.สังวร รัตกระโทก 5. ความพึงพอใจของผู้รับบริการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลบางบัวทอง โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์เฉลิมพร อภิขนาพงศ์ 6. การเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โดย อาจารย์นิธนา ฐานิธอนกรและคุณภัทรา มหามงคล 7. การสืบทอดธุรกิจครอบครัว : กระบวนแห่งการสร้างความสัมพันธ์เพื่อการอยู่รอดและยั่งยืน โดย อาจารย์อรุณศิริจานุสรณ์

สำหรับบทความวิชาการในฉบับนี้มีเพียง 2 บทความได้แก่ ความเข้าใจเกี่ยวกับ วัจนกรรมการขอโทษเพื่อการเรียนรู้และการสอนภาษาต่างประเทศ โดย ดร.ฟ้าสว่าง พัฒนะพิเชฐ และบทความที่สองเรื่องการเตรียมพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนด้วยความ เป็นเลิศทางภาษา โดย รศ. เสาวภา วิชาดี นอกจากนี้ยังมีหนังสือที่น่าอ่านที่ ดร.สาวิตรี สุทธิจักร ได้แนะนำหนังสือสำหรับผู้สนใจในนวัตกรรมองค์กรชื่อ Innovation to the Core : A Blueprint for transforming the way your company innovates. แนะนำสำหรับผู้สนใจใช้เป็นหนังสืออ้างอิงในงานวิชาการในด้านนวัตกรรมองค์กร การจัดการได้เป็นอย่างดี สำหรับในฉบับหน้าขอเชิญท่านผู้อ่านเตรียมพบกับบทความ วิจัยที่น่าสนใจทางด้านการบริหาร และการเตรียมความพร้อมสู่สังคมอาเซียนต่อไป

การศึกษาปริมาณการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
จากกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมสุรา เบียร์และไวน์

A study of Carbondioxide Gas Emission from
alcohol beverage industrial process

ปัญญ์พัชรกร บุญพร้อม¹

จิรา แก้วดำ²

Punpaphatpron Bunprom¹

Jira Kaewdam ²

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรมในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกที่ออกมาจากกระบวนการผลิตก๊าซเรือนกระจกที่สำคัญได้แก่ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) ก๊าซมีเทน (CH_4) และก๊าซไนตรัสไดออกไซด์ (NO_2) จากการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการแก้ปัญหาภาวะโลกร้อนที่กรุงโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก ในวันที่ 7 ธันวาคม 2552 พบว่าประเทศไทยปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นอันดับที่ 24 ของโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาประเภทของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำที่มีแอลกอฮอล์ 3 ประเภทคือ สุรา เบียร์ และไวน์ ที่ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต โดยรวบรวมข้อมูลอัตราการผลิตตั้งแต่ปี 2547-2552 และศึกษาแนวโน้มการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอนาคต ผลการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมการผลิตสุรามีการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปี พ.ศ.2552 เท่ากับ 10.10 ล้านตัน/ปี รองลงมาได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตเบียร์ และอุตสาหกรรมการผลิตไวน์ จากการประเมินแนวโน้มปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอนาคตช่วงปี พ.ศ.2553-2557 เปรียบเทียบกับปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำทั้ง 3 ชนิดในช่วงปี พ.ศ.2547-2552 นั้นพบว่าอัตราการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มสูงขึ้น โดย อุตสาหกรรมผลิตสุราเพิ่มขึ้นเท่ากับ 80.08 % อุตสาหกรรมผลิตเบียร์เท่ากับ 82 % และอุตสาหกรรมผลิตไวน์เท่ากับ 75.86 % จะเห็นได้ว่าก๊าซเรือนกระจกมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นทุกปี ดังนั้นผู้ประกอบการควรหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขพัฒนา กระบวนการผลิต เพื่อลดปริมาณการเกิดก๊าซเรือนกระจกต่อไป

คำสำคัญ : อุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำที่มีแอลกอฮอล์, ก๊าซเรือนกระจก, กระบวนการผลิต

Abstract

In present, the industry technologies in Thailand were rapidly developed. The greenhouse gases (GHGs) such as carbon dioxide gas (CO_2), methane (CH_4), and nitrous oxide (NO_2) has been released from production process of numerous types of industry. From The United Nations meeting on December 7, 2009, it was found that Thailand was the 24th of the world GHGs release. The major emission was from the industry sector. In this research, GHGs released from liqueur industry including alcohol, beer, and wine were studied. Based on GHGs emission data during year 2005 and 2009, GHGs emission trend in the future was predicted. From the study, it has been found that the highest amount of GHGs which is 10.10 million tons was released in year 2009 from alcohol industry. From 2010 to 2014, the GHGs emission will be increased 80.08% from alcohol industry, 82% from beer industry, and 75.86% from wine industry. Therefore, this study could be the important guideline for developing technology on production process of the liqueur industry in order to control the GHGs emission.

Key word : Liqueur Industry, Greenhouse gases, Production process

บทนำ

ประเทศไทยกำลังพัฒนาเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในภูมิภาคเอเชีย จึงมีการพัฒนาทางด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมภายในประเทศอย่างจริงจัง พร้อมทั้งความก้าวหน้าของเครื่องจักรที่ทันสมัยขึ้นและการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดนี้เองจึงก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมปัจจุบันปัญหาภาวะโลกร้อน (Global Warming) เป็นหัวข้อที่ได้รับความสนใจและมีการกล่าวถึงเป็นอย่างมาก สังเกตได้จากการรณรงค์จากหน่วยงานต่างๆ ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหานี้ เนื่องจากปัญหาภาวะโลกร้อนนั้นส่งผลกระทบต่อมนุษย์โดยตรงได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate change) ทำให้เกิดความแปรปรวนของสภาพอากาศทำให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ภัยแล้ง ไฟป่า การกัดเซาะชายฝั่งหรือการเพิ่มขึ้นของแมลงพาหะนำโรค เป็นต้น ภาวะเรือนกระจก (Greenhouse Effect) ในปัจจุบันมีสาเหตุหลักเกิดจากก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases; GHG) ที่เพิ่มมากขึ้นซึ่งปกติก๊าซเรือนกระจกอยู่ในชั้นบรรยากาศในปริมาณที่เหมาะสมไม่เกินร้อยละ 1 ของบรรยากาศ ซึ่งทำให้อุณหภูมิบนพื้นผิวโลกอบอุ่น เหมาะสมต่อการดำรงชีวิตประกอบด้วย ไอน้ำ (H_2O) ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) มีเทน (CH_4) และไนตรัสออกไซด์ (N_2O) ⁽²⁾ แต่ในปัจจุบันปริมาณก๊าซเรือนกระจกเพิ่มมากขึ้นโดยก๊าซเรือนกระจกชนิดสำคัญที่มนุษย์ผลิตออกมาเพิ่มขึ้นอย่างมากหลังจากยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมได้แก่ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ⁽³⁾ อีกทั้งความเข้มข้นของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในบรรยากาศมีความ

สัมพันธ์ระหว่างปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในชั้นบรรยากาศกับระดับอุณหภูมิเฉลี่ยบนผิวโลกในอดีตตั้งแต่พ.ศ. 2543-2549 โดยสาเหตุของการเกิดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เพิ่มมากขึ้นเกิดจากการใช้พลังงานในการเผาผลาญน้ำมันเชื้อเพลิง (Fossil Fuels) รองลงมา คือ พลังงานที่นำมาผลิตเป็นกระแสไฟฟ้า ตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์เรือนกระจกคือ ก๊าซเรือนกระจกอินไดแก์คาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) มีเทน (CH_4) ไนตรัสออกไซด์ (N_2O) ก๊าซไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) และก๊าซซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ (SF_6) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสามารถประเมินออกมาได้ในหน่วยของกิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ($kgCO_2$ equivalent) ซึ่งก๊าซเรือนกระจกแต่ละชนิดมีศักยภาพในการดูดกลืนพลังงานความร้อน (Global warming potential หรือ GWP) ไม่เท่ากัน ซึ่งก๊าซเรือนกระจกสามารถเกิดได้จากหลากหลายแหล่งทั้งจากภาคพลังงาน ภาคอุตสาหกรรม ภาคคมนาคมและภาคการเกษตร เป็นต้น ⁽¹⁾

ปัจจุบันประเทศไทยมีโรงงานเครื่องดื่มน้ำที่จดทะเบียนไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรมประมาณ 168 โรง (กรมโรงงานอุตสาหกรรม :2551) แบ่งเป็นโรงงานเครื่องดื่มน้ำไม่มีแอลกอฮอล์ 99 โรง หรือร้อยละ 59 และที่เหลืออีก 69 โรง หรือร้อยละ 41 เป็นโรงงานเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ซึ่งโรงงานส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 72 ของจำนวนโรงงานทั้งหมด รองลงมาเป็นโรงงานขนาดกลางร้อยละ 20 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 8 เป็นโรงงานขนาดใหญ่ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มมีการจ้างงานที่แจ้งไว้ขณะจดทะเบียนโรงงานกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2551 ประมาณ 20,000 คน

โดยแรงงานเหล่านี้กระจายอยู่ใน 3 อุตสาหกรรมสำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมเบียร์ สุรากลั่น และน้ำตาล ในสัดส่วนใกล้เคียงกันประมาณร้อยละ 25 หรืออุตสาหกรรมละ 5,000 คนและแรงงานที่เหลือกระจายอยู่ในอุตสาหกรรมน้ำตาลที่ฆ่าล้างไวน์ หรือสุราแช่ น้ำหวานและอุตสาหกรรมเครื่องดื่มเล็กๆ ในสัดส่วนร้อยละ 5.3,2 และ 17 ตามลำดับ ⁽⁵⁾ ในปี พ.ศ. 2545 ประเทศไทยมีการบริโภคเครื่องดื่มรวมทุกประเภทอยู่ในอันดับที่ 40 ของโลก โดยมีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวน 8.47 ลิตร/คน/ปี แต่ถ้าพิจารณาแยกประเภทพบว่า (1) คนไทยบริโภคเบียร์ (Beer) เป็นอันดับที่ 85 ของโลก โดยมีปริมาณการบริโภคเท่ากับ 1.31 ลิตร/คน/ปี (2) คนไทยมีการบริโภคไวน์ (Wine) เป็นอันดับที่ 124 ของโลก โดยมีปริมาณการบริโภคเท่ากับ 0.04 ลิตร/คน/ปี (3) คนไทยบริโภคเหล้า (Liquor) เป็นอันดับที่ 5 ของโลก โดยมีปริมาณการบริโภคเท่ากับ 7.13 ลิตร/คน/ปี แนวโน้มการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 พบว่า ระยะเวลา 4 ปี คนไทยมีอัตราการบริโภคที่เพิ่มสูงมากขึ้นคือ อันดับที่ 50 ในปี 2542 อันดับที่ 44 ในปี 2543 อันดับที่ 43 ในปี 2544 และอันดับที่ 40 ในปี 2545

(4) ผลของการเพิ่มขึ้นของผู้บริโภคทำให้ภาคอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีการขยายตัวในการผลิตซึ่งบางครั้งขาดการควบคุมที่ดีรวมถึงกระบวนการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมที่จะปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกมาในขณะการผลิต จึงทำให้เกิดปัญหาล้างแวล้อมตามมา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาแนวโน้มอัตราการผลิตและการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกของอุตสาหกรรมประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษากการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกของอุตสาหกรรมประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ได้ทำการศึกษาอัตราการผลิตและจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ผลิตสุรา เบียร์และไวน์ทั้งประเทศไทย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูลอัตราการผลิตเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ประเภทสุรา เบียร์ และไวน์ ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมีย้อนหลัง 6 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2547-2552 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงปริมาณการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของไทย ในปี 2547- 2552 (หน่วย: ล้านลิตร)

ชนิดแอลกอฮอล์	2547	2548	2549	2550	2551	2552
สุราขาว 28 ดีกรี	380.34	353.16	355.38	361.41	272.75	365.78
สุราผสม 28 ดีกรี	12.92	12.80	25.74	72.97	91.76	101.2
สุราปรุงพิเศษ	19.31	6.30	3.93	2.21	15.01	2.66
สุราพิเศษ	39.64	11.55	39.10	44.10	25.45	3.62
สุราสามทับ	27.46	69.00	37.77	48.58	74.74	200.26
ไวน์	27.46	22.31	18.08	21.42	22.47	8.52
เบียร์	1,44.94	1,708.98	1,983.67	2,111.66	2,211.01	2,151.1
อื่นๆ	5.51	76.42	3.7	518.59	4.10	65.94
รวม	1,957.54	2,260.51	2,467.38	3,180.94	2,717.29	2,899.08

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ กรมสรรพสามิต

2. การวิเคราะห์ข้อมูล ก๊าซเรือนกระจก ที่ปลดปล่อยจากกระบวนการผลิตจากโรงงาน อุตสาหกรรมจะถูกนำมาคำนวณตามสมการที่ 1 ดังนี้

ปริมาณการปล่อยก๊าซ (ตัน) = ปริมาณการผลิต (ตัน/ปี) x ค่า Emission Factor (1)

โดยค่า Emission Factor ของเครื่องดื่ม ทั้งสามชนิดมีค่าแตกต่างกันเนื่องจากมีค่า แอลกอฮอล์ผสมที่ต่างกัน โดยนำค่า emission factor ที่ใช้ในการคำนวณมาจากค่ามาตรฐาน ของ IPCC Guideline (1996) ⁽⁷⁾ ค่า Emission Factor ของสุรา = 15 kgco₂/L whisky ค่า Emission Factor ของเบียร์ = 0.035 kgco₂/L beer และค่า Emission Factor ของไวน์ = 0.08 kgco₂/L wine การศึกษาแนวโน้ม การผลิตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2557 โดยการ คำนวณแนวโน้มการผลิตของอุตสาหกรรม คำนวณตามสมการที่ 2 และ 3 (สถาบันวิจัยเพื่อ การพัฒนาประเทศไทย) ดังนี้

แนวโน้มปริมาณการผลิต (ตัน/ปี) = ผลิตรัณฑ์ มวลรวมภายในประเทศ (พันล้านบาท) x อัตรา การขยายตัวทางเศรษฐกิจ(%) x ผลผลิตที่ เพิ่มขึ้น (2)

จากผลิตรัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ จะสามารถนำมาคำนวณค่าแนวโน้มของปริมาณ การผลิตของอุตสาหกรรมแต่ละประเภทโดย ต้องหาค่าผลผลิตที่เพิ่มขึ้นก่อน ซึ่งค่าผลผลิตที่ เพิ่มขึ้นคำนวณได้จากสมการที่ 3

ผลผลิตที่เพิ่มขึ้น = แนวโน้มปริมาณ การผลิต (ตัน/ปี)/ผลิตรัณฑ์มวลรวมภายใน ประเทศ(พันล้านบาท)xอัตราการขยาย ตัวทางเศรษฐกิจ(%) (3)

ค่าผลผลิตที่เพิ่มขึ้นของแต่ละอุตสาหกรรม คิดคำนวณแต่ละปี ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2547-2552 แล้ว จึงนำมาคิดเป็น ผลผลิตที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยเพื่อนำมา ใช้คำนวณกลับไปหาแนวโน้มการผลิตในปีต่อไป

ผลการวิจัย

เครื่องต้มที่มีแอลกอฮอล์ทั้ง 3 ชนิด คือ สຸຣາ เบียร์ และไวน์มีการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่บรรยากาศ ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2547-2552 ซึ่งมีกำลังการผลิตของเครื่องต้มทั้ง 3 ชนิดมีกำลังการผลิตรวมภายในประเทศเฉลี่ย 2,713.19 ล้านลิตรเป็นการผลิตสຸຣາ 479.71 ล้านลิตร การผลิตเบียร์ 2,211.01 ล้านลิตรและการผลิตไวน์ 22.47 ล้านลิตร แสดงดังตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าการผลิตสຸຣามีการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกมามากที่สุด คือ 7,692,335.43 ตัน แสดงดังภาพที่ 1 รองลงมาคือการผลิตเบียร์ซึ่งปลดปล่อยออกมา 67,732.94 ตัน และการผลิตไวน์ปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกมาน้อยที่สุดคือ 1,335.74 ตัน แสดงดังภาพที่ 2 เนื่องจากเป็นการนำเข้ามากกว่าการผลิตเองภายในประเทศ การคาดการณ์แนวโน้มการปลดปล่อย

ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในช่วงปี พ.ศ. 2553-2557 โดยใช้ข้อมูลอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของภาคอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (3) แสดงดังตารางที่ 3 อัตราการผลิตในอนาคตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2557 พบว่ามีอัตราการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นคิดเป็นอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 5 ปี คิดเป็น 4,475.35 ล้านลิตร แบ่งเป็นสຸຣາ 923.48 ล้านลิตร เบียร์ 3,522.56 ล้านลิตร และไวน์ 29.35 ล้านลิตร หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นของสຸຣาร้อยละ 80.08 เบียร์ร้อยละ 82.00 และไวน์ร้อยละ 75.86 ส่วนการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่บรรยากาศการผลิตสຸຣาปลดปล่อยมากที่สุด คือ 13,852,229.8 ตัน รองลงมาคือเบียร์จาก 123,289.70 ตัน และไวน์ 2,348.37 ตัน

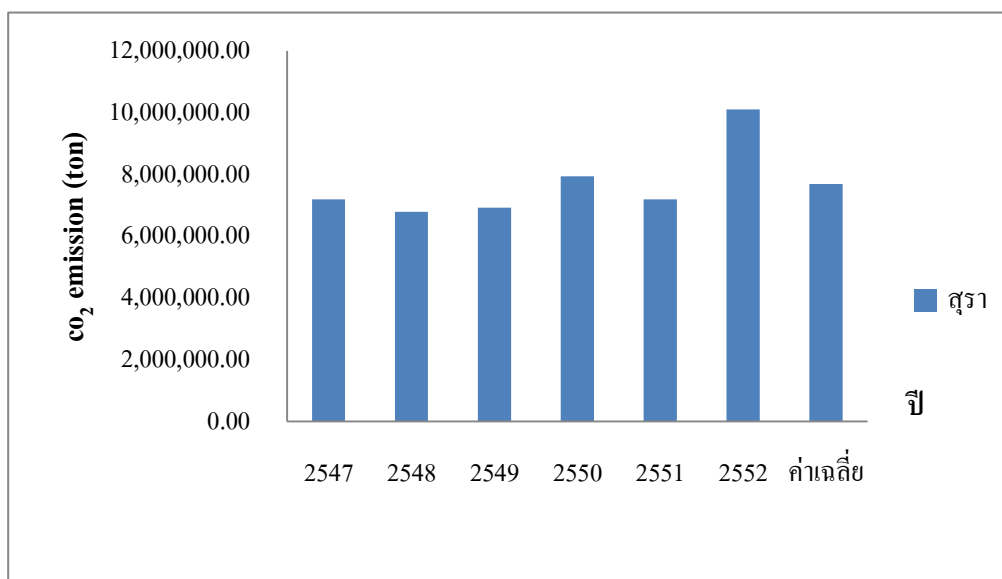
ตารางที่ 2 ปริมาณการผลิตและการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากอุตสาหกรรมเครื่องต้มที่มีแอลกอฮอล์ 3 ชนิดคือ สຸຣາ เบียร์ และไวน์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547-2552

ประเภทเครื่องต้ม	2547	2548	2549	2550	2551	2552	ค่าเฉลี่ย
สຸຣາ (ล้านลิตร)	479.67	452.81	461.92	529.27	479.71	673.55	512.82
CO2 emission (ton)	7,195,033.11	6,792,150	6,928,800	7,939,050	7,195,650	10,103,329.47	7,692,335.43
เบียร์ (ล้านลิตร)	1,444.94	1,708.98	1,983.67	2,111.66	2,211.01	2,151.10	1,935.23
CO2 emission (ton)	50,572.91	59,814.31	69,428.45	73,908.10	77,385.35	75,288.5	67,732.94
ไวน์ (ล้านลิตร)	27.46	2.23	18.08	21.42	22.47	8.52	16.69
CO2 emission (ton)	2,196.80	178.40	1,446.40	1,713.61	1,797.61	681.61	1,335.74

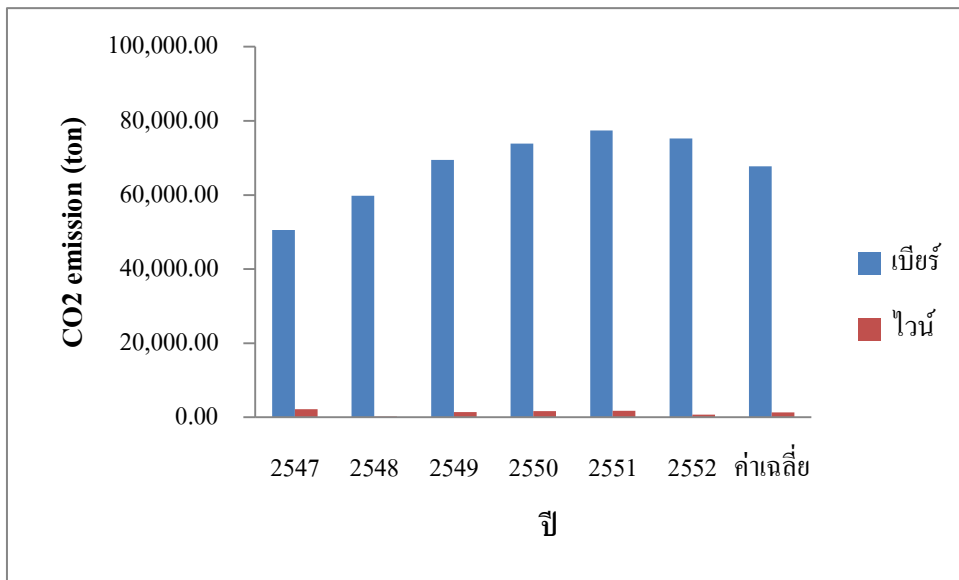
ตารางที่ 3 แสดงอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติภาพที่ 1 การปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของสุรา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547-2552

ปี	อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (%)	ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (พันล้านบาท)
2547	8.2	6,489.5
2548	5.2	7,092.9
2549	5.9	7,850.2
2550	6.3	8,529.8
2551	3.9	9,075.5
2552	4.9	9,047.6
2553	7.9	9,300.9
2554	7.9	9,561.33
2555	8.1	9,829.05
2556	8.1	10,104.26
2557	8.3	10,387.18

ภาพที่ 1 การปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของสุรา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547-2552



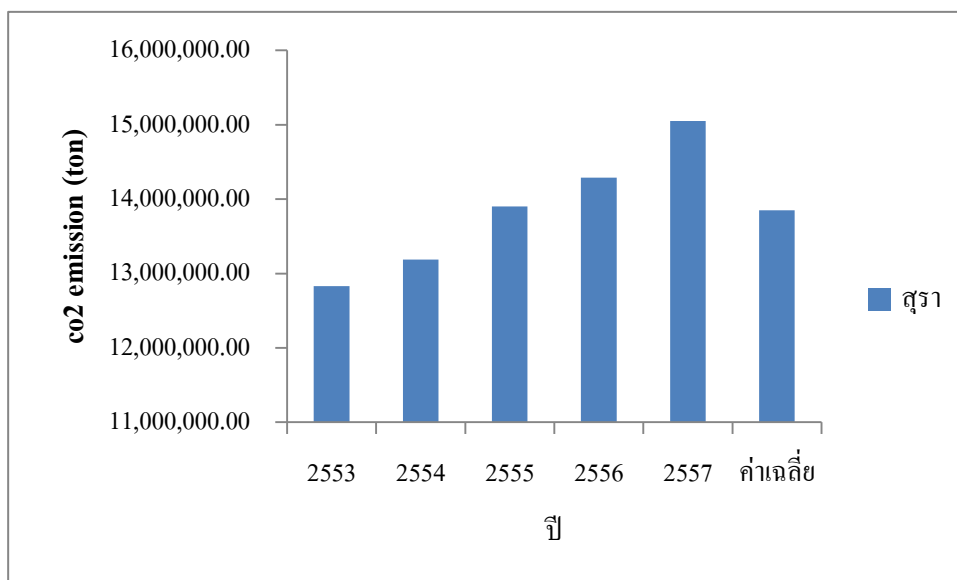
ภาพที่ 2 การปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของ เบียร์ และไวน์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547-2552



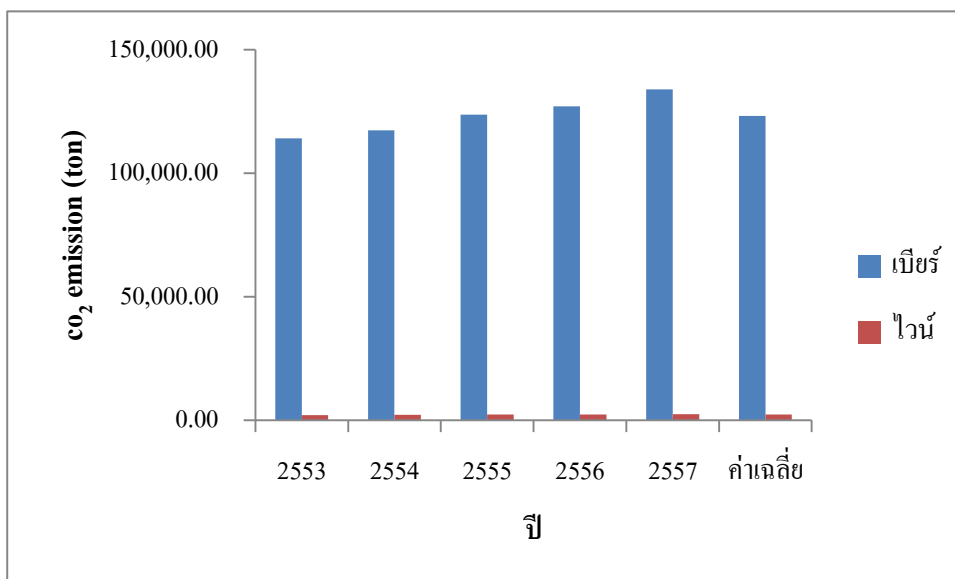
ตารางที่ 4 การคาดการณ์ปริมาณการผลิตและการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ 3 ชนิด คือ สุรา เบียร์ และไวน์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2557

ประเภทเครื่องดื่ม	2553	2554	2555	2556	2557	ค่าเฉลี่ย
สุรา (ล้านลิตร)	855.27	879.22	926.72	952.67	1,003.53	923.48
CO ₂ emission (ton)	12,829,050	13,188,300	13,900,800	14,290,050	15,052,950	13,852,229.8
เบียร์ (ล้านลิตร)	3,262.38	3,353.73	3,534.92	3,633.89	3,827.88	3,522.56
CO ₂ emission (ton)	114,183.42	117,380.62	123,722.18	127,186.36	133,975.93	123,289.70
ไวน์ (ล้านลิตร)	27.18	27.95	29.46	30.28	31.90	29.35
CO ₂ emission (ton)	2,174.91	2,235.82	2,356.61	2,422.59	2,551.92	2,348.37

ภาพที่ 3 การปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของสุรา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2557



ภาพที่ 4 การปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของ เบียร์ และไวน์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2557



สรุปและอภิปรายผล

เครื่องยนต์ที่มีแอลกอฮอล์ทั้ง 3 ชนิด คือ สุรา เบียร์ และไวน์ต่างก็มีการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่บรรยากาศซึ่งเกิดในกระบวนการผลิตขั้นตอนการหมัก $C_6H_{12}O_6$ enzyme $2C_2H_5OH + 2CO_2$ จะปล่อยก๊าซขณะที่เกิดปฏิกิริยาเคมีเปลี่ยนน้ำตาลเป็นแอลกอฮอล์ และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งต้องอาศัยข้อมูลค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor) ที่จัดทำโดยคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยความเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IPCC) เป็นองค์การที่ทำงานฝ่ายวิชาการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เมื่อได้ค่าการปลดปล่อยของทุกอุตสาหกรรมแล้วจึงนำมาคำนวณกับปริมาณการผลิตในแต่ละปีของอุตสาหกรรมประเภทนั้นๆ ก็จะได้ค่าการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากกระบวนการผลิต โดยอุตสาหกรรมสุราเป็นการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศเป็นสำคัญมีการส่งออกเพียงเล็กน้อย จากความต้องการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้มีอัตราการผลิตที่มากขึ้นเช่นกัน อุตสาหกรรมเบียร์ก็เป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศและความต้องการบริโภคเบียร์ภายในประเทศมีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะขึ้นภาษีกรมสรรพสามิตสุราและเบียร์ ก็ยังพบว่าประชากรยังบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เช่นเดิม ซึ่งผู้ประกอบการยังเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคดื่มเบียร์มากขึ้นตลาดเบียร์จึงเติบโตอย่างต่อเนื่องส่วนอุตสาหกรรมไวน์ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศมากกว่าผลิตแนวโน้มการผลิตอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทั้ง 3 ชนิด คือสุรา เบียร์

และไวน์ จะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี แต่ก็อาจมีโอกาสชะลอตัวได้ เนื่องจากปัจจัยด้านราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของภาษีกรมสรรพสามิตและความไม่แน่นอนทางการเมืองภายในประเทศ อย่างไรก็ตามความต้องการของผู้บริโภคจะเพิ่มมากขึ้นในช่วงเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่และเป็นที่น่าสังเกตว่าแม้ภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคจะซบเซาแต่ปริมาณการผลิตเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ก็ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการผลิตที่เพิ่มขึ้นก็ทำให้ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เพิ่มขึ้นตามมาด้วย ทางผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ควรมีการปรับปรุงแก้ไขพัฒนากระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมเพื่อหาแนวทางลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่จะส่งผลให้เกิดภาวะปรากฏการณ์เรือนกระจกต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- (1) ฉันทฐิสา เกศมณี. (2540). การศึกษาปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการอุตสาหกรรมการผลิต. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม คณะพลังงานและวัสดุ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- (2) เพรศแพรว วงศ์วุฒิ. (2536). การเปลี่ยนก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการเผาไหม้เชื้อเพลิงในประเทศไทย วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
- (3) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 4/2552. จาก www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=9.
- (4) ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.). ภาวะอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์. จาก www.cas.or.th/index.php?content=statistic&location=1 & category.
- (5) ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม. จาก www.fic.nfi.or.th/th/thaifood/product52_beverage.aspH.
- (6) องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน), 2554, ก๊าซเรือนกระจก. จาก www.tgo.or.th
- (7) Industrial Process, IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories : Reference Manual, Volume 1, 1996.

ศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษา
เพื่อคุณภาพผู้เรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการ
การศึกษาขั้นพื้นฐาน

A Study of Factors of Management Schools
for Quality of Learner Under Office of the
Basic Education Commissio

วิเชียร เย็นกาย¹
กมล สุดประเสริฐ²
จักรพรรดิ วัฒนา³

1 นิสิตระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

2 ดร. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ซึ่งดำเนินการเป็น 3 ขั้นตอน คือ (1) วิเคราะห์ สังเคราะห์ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 9 ท่าน เพื่อกำหนดองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน (2) สร้างตัวบ่งชี้หรือตัวแปรย่อยขององค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียนแต่ละด้าน แล้วนำไปวิจัยเชิงสำรวจตรวจสอบ (Exploratory) ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของตัวบ่งชี้ขององค์ประกอบ ในรูปแบบสอบถามประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ กับผู้ทรงคุณวุฒิ 60 ท่าน และ (3) ตรวจสอบยืนยัน (Confirmatory) ความเหมาะสมขององค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน กับตัวอย่าง 360 โรงเรียน โดยกำหนดองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษา ผู้อำนวยการโรงเรียน รองผู้อำนวยการโรงเรียนฝ่ายวิชาการ/ครูที่เป็นหัวหน้างานวิชาการ และครูผู้สอน ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ การพัฒนาบุคลากร การสร้างทีมงาน การวิเคราะห์และประเมินองค์กร การวางแผนกลยุทธ์ การประกันคุณภาพ และการนิเทศการศึกษา ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรย่อยขององค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานทั้ง 8 องค์ประกอบ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณค่าสัมประสิทธิ์ (Standardized Coefficient) เพื่อศึกษาน้ำหนักขององค์ประกอบ ตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ปฏิบัติการในสถานศึกษา พบว่า การบริหารจัดการศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียนขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 8 ด้าน สอดคล้องกัน

คำสำคัญ : องค์ประกอบการบริหารจัดการสถานศึกษา การบริหารแบบมีส่วนร่วม คุณภาพผู้เรียน

Abstract

The purpose of this research was to study the school management factors for learner quality under Office of the Basic Education Commission. Three steps of research methodology were implemented as (1) to review and explore the school management factors for learner quality in documents and related research with an interview of 9 educational experts, (2) to develop indicators of the school management factors for learner quality putting into a five-point scale questionnaire implemented to 60 educational experts for exploring the appropriateness and feasibility of such indicators, and (3) to have a confirmatory factor analysis on the appropriateness by testing out to a sample of 360 schools, under the Office of Basic Education Commission, of which 3 persons for one school, namely, a school director, an assistant director concerning educational techniques and a teacher were respondents. Research results were as follows:

It was found that the school management factors for learner quality of the schools under Office of the Basic Education Commission included leadership, human resource development, team building, organizational analysis and assessment, strategic planning, quality assurance and educational supervisor. All indicators or observed variables of the 8 factors or latent variables of the school management for learner quality of the schools Under Office of the Basic Education Commission were rated as the most appropriate items.

It should be informed that all standardized coefficients from multiple regression analysis showed significant contribution to all factors or latent variables of the school management for learner quality of the schools Under Office of the Basic Education Commission in both the exploratory factor analysis to 60 educational experts and the confirmatory analysis to the 1,080 practitioners of 360 schools.

Key word : School management factors, management participation, learner quality

บทนำ

การศึกษาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการที่จะสร้างทรัพยากรมนุษย์ของชาติให้มีคุณภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ ดังที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 49 ระบุไว้ว่า “บุคคลย่อมมีสิทธิเสมอกันในการรับการศึกษาไม่น้อยกว่า สิบสองปีที่รัฐจะต้องจัดให้อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพ” มาตรา 80 (3) ระบุไว้ว่า “รัฐต้องพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการจัดการศึกษาในทุกระดับและทุกรูปแบบ ให้สอดคล้องกับความต้องการเปลี่ยนแปลงทางสังคม” และดังที่นักการศึกษา ได้กล่าวถึงความสำคัญของการศึกษาไว้ว่า “การศึกษาจึงเป็นกลไกที่สำคัญในการช่วยพัฒนาบุคคลในยุคเศรษฐกิจ” (อาชัญญา รัตนอุบล และคณะ, 2549)

แม้สังคมจะเห็นว่าการศึกษามีความสำคัญยิ่ง แต่การศึกษาก็มีปัญหายุ่งยากในตัวเอง โดยเฉพาะการจัดการศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สถานศึกษาที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติเดิม) ซึ่งพบว่า คุณภาพของผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์และคณะ, 2548 : 97 - 144, สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2551, สำนักทดสอบทางการศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2552 : 18 - 24 และสถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2552 : ออนไลน์) และจากผลการประเมินคุณภาพภายนอกสถานศึกษาระดับขั้นพื้นฐาน ของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา

(องค์การมหาชน) (2549 : 18) รอบแรก สะท้อนให้เห็นคุณภาพการศึกษาของประเทศไทยในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ดังนี้ มีสถานศึกษาที่จัดการศึกษาได้มาตรฐานขั้นต่ำในการจัดการศึกษาตามหลักการในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 ประมาณ 1 ใน 3 อีก 2 ใน 3 มีแนวโน้มไม่ได้มาตรฐานขั้นต่ำ (มากกว่า 20,000 แห่ง) และผู้เรียนส่วนใหญ่มีผลสัมฤทธิ์ตามหลักสูตรต่ำ นอกจากนี้จากผลการประเมินคุณภาพภายนอก สถานศึกษาระดับพื้นฐานของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) รอบสอง มาตรฐานด้านผู้เรียน 7 มาตรฐาน ในภาพรวม พบว่า ปรับปรุงร้อยละ 2.47 พอใช้ร้อยละ 17.75 ดี ร้อยละ 50.24 และดีมาก 29.75

จากการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าคุณภาพผู้เรียนยังอยู่ในระดับที่ต้องพัฒนา ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งมีหน้าที่หลักโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพผู้เรียน จึงสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

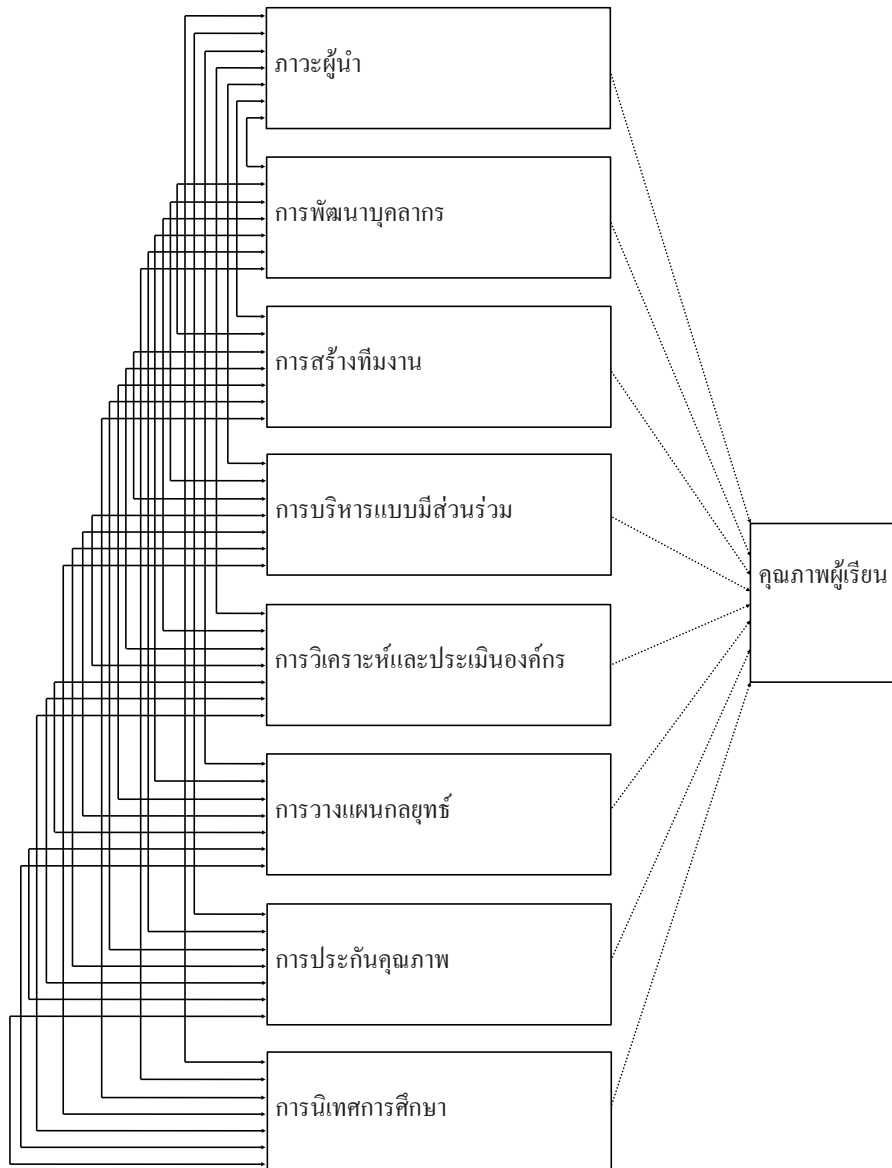
การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

การศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กรอบแนวคิดจากการศึกษา
สังเคราะห์ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
ตลอดจนสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยการ
สัมภาษณ์ สรุปกรอบแนวคิด ได้ 8 องค์ประกอบ
ดังนี้ 1) ภาวะผู้นำ 2) การพัฒนาบุคลากร

3) การสร้างทีมงาน 4) การบริหารแบบมีส่วนร่วม
5) การวิเคราะห์และประเมินองค์กร 6) การ
วางแผนกลยุทธ์ 7) การประกันคุณภาพ และ
8) การนิเทศการศึกษา ดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 องค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน
สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

การดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการตามกระบวนการและขั้นตอน 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เป็นการวิจัยเพื่อสำรวจตรวจสอบ (Exploratory) โดยผู้วิจัยสำรวจศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ สังเคราะห์ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียน โดยกำหนดกรอบแนวคิดได้ 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำ 2) การพัฒนาบุคลากร 3) การสร้างทีมงาน 4) การบริหารแบบมีส่วนร่วม 5) การวิเคราะห์และประเมินองค์กร 6) การวางแผนกลยุทธ์ และ 7) การประกันคุณภาพ ต่อจากนั้นผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Interview) แล้วนำไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 9 ท่าน ซึ่งมีคุณสมบัติสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอกหรือมีตำแหน่งทางวิชาการระดับรองศาสตราจารย์ ดำรงตำแหน่งผู้บริหารการศึกษาหรือผู้บริหารสถานศึกษาหรืออาจารย์สอนระดับอุดมศึกษาและมีความรู้ ความสามารถ เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาตัวบ่งชี้องค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เป็นการวิจัยเพื่อสำรวจตรวจสอบ (Exploratory) โดยผู้วิจัยนำองค์ประกอบ จากขั้นตอนที่ 1 มาร่างตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน โดยนำแนวคิดทฤษฎีของนักการศึกษานักวิชาการ ตลอดจนงานวิจัยต่างๆ มาเป็นกรอบแนวคิดในแต่ละองค์ประกอบ เป็นแบบสอบถาม

ประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบของ ลิกเคิร์ต (Likert) สอบถามความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบ นำแบบสอบถามที่ร่างไปหาคุณภาพเครื่องมือ โดยการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่านพิจารณา ด้วยวิธีการ IOC (Item Objective Congruence) และเลือกเฉพาะข้อที่มี IOC ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป ไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 30 โรงเรียน ในจังหวัดนครปฐม ที่ไม่ใช่ตัวอย่าง ต่อจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนไปวิเคราะห์ โดยใช้วิธีของครอนบาค (Cronbach) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของความเหมาะสมเท่ากับ .974 และความเป็นไปได้ เท่ากับ .985 โดยมีผลรวมความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .987 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปหาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ กับผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเป็นตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) 60 ท่าน ประกอบด้วย 1) ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา 15 คน 2) หัวหน้ากลุ่มนิเทศ ติดตามและประเมินผลการจัดการศึกษา 10 คน 3) อาจารย์ผู้สอนระดับอุดมศึกษา 10 คน และ 4) ผู้อำนวยการโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา 25 คน

ขั้นตอนที่ 3 ตรวจสอบความเหมาะสมองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เป็นการวิจัยเพื่อยืนยัน ความเหมาะสมองค์ประกอบ (Confirmatory Factors) โดยใช้ผู้ปฏิบัติการในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงาน

คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 29,054 แห่ง เป็นประชากร ได้กลุ่มตัวอย่าง 379 แห่ง ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) โดยผู้วิจัย แจกและเก็บแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ได้รับแบบสอบถามคืนจากสถานศึกษาที่เป็นตัวอย่าง จำนวน 360 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 94.97 นำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเปรียบเทียบ

ผลการวิจัย

จากการดำเนินการศึกษาการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัด

สำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผลการวิจัย พบว่า

1. องค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำ 2) การพัฒนาบุคลากร 3) การสร้างทีมงาน 4) การบริหารแบบมีส่วนร่วม 5) การวิเคราะห์และประเมินองค์กร 6) การวางแผนกลยุทธ์ 7) การประกันคุณภาพ และ 8) การนิเทศการศึกษา ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดทุกองค์ประกอบ
2. ตัวบ่งชี้องค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียนในแต่ละองค์ประกอบ ปรากฏผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน ในภาพรวม

การบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน	X	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1. ด้านภาวะผู้นำ	4.62	.346	มากที่สุด
2. ด้านการพัฒนาบุคลากร	4.60	.425	มากที่สุด
3. ด้านการสร้างทีมงาน	4.59	.409	มากที่สุด
4. ด้านการบริหารแบบมีส่วนร่วม	4.64	.383	มากที่สุด
5. ด้านการวิเคราะห์และประเมินองค์กร	4.57	.442	มากที่สุด
6. ด้านการวางแผนกลยุทธ์	4.57	.465	มากที่สุด
7. ด้านการประกันคุณภาพ	4.61	.441	มากที่สุด
8. ด้านการนิเทศการศึกษา	4.55	.495	มากที่สุด
รวม	4.59	3.63	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงว่า ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของการบริหารจัดการสถานศึกษา เพื่อคุณภาพผู้เรียนรายด้าน พบว่า องค์ประกอบทั้ง 8 ด้าน อยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด ทุกองค์ประกอบ

3. ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเปรียบเทียบความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิกับผู้ปฏิบัติการ

เป็นการหาค่าน้ำหนักหรือค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (Standardized Beta) เปรียบเทียบโดยสมการแรกเป็นค่าน้ำหนักหรือค่าสัมประสิทธิ์

มาตรฐานที่ได้จากการสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 60 ท่าน จัดเป็นองค์ประกอบสำรวจ (Exploratory Factors) สมการที่สองเป็นค่าน้ำหนักหรือค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานที่ได้จากผู้ปฏิบัติการในสถานศึกษา จำนวน 360 แห่ง ละ 3 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการโรงเรียน รองผู้อำนวยการโรงเรียนที่รับผิดชอบงานวิชาการ หรือครูที่เป็นหัวหน้างานวิชาการ และครูผู้สอน รวม 1,080 คน จัดเป็นองค์ประกอบยืนยัน (Confirmatory Factors) ผลการวิจัยดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

องค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษา	ผู้ทรงคุณวุฒิ (Beta)	ผู้ปฏิบัติการ (Beta)
1. ด้านภาวะผู้นำ	0.101	0.108
2. ด้านพัฒนาบุคลากร	0.109	0.133
3. ด้านการสร้างทีมงาน	0.150	0.157
4. ด้านการบริหารแบบมีส่วนร่วม	0.131	0.133
5. ด้านการวิเคราะห์และประเมินองค์กร	0.178	0.154
6. ด้านการวางแผนกลยุทธ์	0.159	0.162
7. ด้านการประกันคุณภาพ	0.183	0.169
8. ด้านการนิเทศการศึกษา	0.149	0.155

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่า ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ปฏิบัติการ เห็นว่า การบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียนนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 8 ด้าน สอดคล้องกัน โดยทั้งผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ปฏิบัติการ เห็นว่าองค์ประกอบด้านการประกันคุณภาพ มีค่าน้ำหนักหรือค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน มากที่สุด (Beta = 0.183, Beta = 0.169) ตามลำดับ และเห็นว่าการบริหารจัดการด้านภาวะผู้นำ มีค่าน้ำหนักหรือ

ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน น้อยที่สุด (Beta = 0.101, Beta = 0.108) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบในการบริหารจัดการ ประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่

1) ภาวะผู้นำ 2) การพัฒนาบุคลากร 3) การสร้างทีมงาน 4) การบริหารแบบมีส่วนร่วม 5) การวิเคราะห์และประเมินองค์กร 6) การวางแผนกลยุทธ์ 7) การประกันคุณภาพ และ 8) การนิเทศการศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ สถานศึกษานับว่าเป็นองค์กรหลักที่มีหน้าที่และบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนให้ได้มาตรฐานตามเป้าหมายและภารกิจของการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาระบบการเรียนรู้ให้เกิดประสิทธิภาพ ซึ่งต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ดังนั้น การบริหารจัดการให้สถานศึกษาประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร ซึ่งล้วนมีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลขององค์กรโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สเตียร์ (Steers, 1977) แคมป์เบลล์ (Campbell, 1977) เรโนลด์ และคณะ (Reynold et al, 1994) แมรีย์ (Medly, 1994) นริศ สวัสดิ์ (2550) รุ่ง แก้วแดง (2542) เรณู คุปต์หะฐีเยอร์ (2552) กนกอร ยศไพบูลย์ (2544) พสุ เตชะรินทร์ (2549) สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์ (2549) และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2551) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบในการพัฒนา คุณภาพการศึกษา ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ การพัฒนาบุคลากร การสร้างทีมงาน การบริหารแบบมีส่วนร่วม การวิเคราะห์และประเมินองค์กร การวางแผนกลยุทธ์ การประกันคุณภาพ และการนิเทศการศึกษา สำหรับองค์ประกอบในแต่ละองค์ประกอบ อภิปรายผลได้ดังนี้

1. ภาวะผู้นำ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้บริหารโรงเรียนจัดว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลสูง ต่อคุณภาพทางการศึกษา

ความสำเร็จหรือความล้มเหลวทางการศึกษานั้น ผู้บริหารนับว่าเป็นตัวแปรสำคัญตัวหนึ่ง ผู้บริหารโรงเรียนจะมีประสิทธิภาพในการบริหาร การศึกษาอย่างไร ขึ้นอยู่กับความมีภาวะผู้นำ ซึ่งภาวะผู้นำเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยให้ผู้บริหารประสบความสำเร็จ

2. การพัฒนาบุคลากร เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า บุคลากรในโรงเรียนนับว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่สุด โรงเรียนจะประสบความสำเร็จอยู่ที่บุคลากรนั้น ดังนั้น การพัฒนาบุคลากร จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ การพัฒนาบุคลากรเป็นหน้าที่ของโรงเรียน ต้องดำเนินการในกระบวนการบริหาร ซึ่งบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553

3. การสร้างทีมงาน เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ทีมงานเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง การบริหารโรงเรียนในยุคปฏิรูปการศึกษา ผู้บริหารต้องยึดหลักการบริหารแบบมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้บุคลากรในโรงเรียนมีส่วนร่วมในการบริหารร่วมตัดสินใจ ในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ ร่วมตัดสินใจในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่วางไว้ บุคลากรทุกคนในโรงเรียนต้องรู้สึกร่วมกัน ทีมเดียวกัน ดังนั้น การสร้างทีมงานขึ้นในสถานศึกษา จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

4. การบริหารแบบมีส่วนร่วม เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การมีส่วนร่วมเป็นพลังสร้างสรรค์ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ ความผูกพันของบุคคลในสังคมนั้นๆ ตลอดจนการมีส่วนร่วมยังช่วยยกระดับแรงจูงใจ การสร้างข้อผูกพันของการเปลี่ยนแปลง การให้ความร่วมมือ และคุณภาพการตัดสินใจ อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน

5. การวิเคราะห์และประเมินองค์การ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การวิเคราะห์งานเป็นหน้าที่พื้นฐานและมีความจำเป็นกระบวนการบริหารและการแก้ปัญหา งาน การวิเคราะห์และประเมินองค์การ ทำให้ผู้ดำรงตำแหน่ง และผู้บังคับบัญชาผู้รับผิดชอบหน้าที่และผลการปฏิบัติหน้าที่เป็นเครื่องมือช่วยในการควบคุมงานให้บรรลุผลสำเร็จ นอกจากนี้ การวิเคราะห์งานยังนำไปซึ่งการกำหนดบทบาทหน้าที่ ขอบเขตความรับผิดชอบ สร้างความชัดเจน อีกด้วย

6. การวางแผนกลยุทธ์ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า หลักการบริหารถือว่าการวางแผนเป็นกระบวนการส่วนหนึ่งของการบริหาร ดังนั้นการวางแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน จึงถือว่าเป็นหน้าที่ประการแรกของผู้บริหารต้องดำเนินการ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ก่อนที่จะเริ่มงานใดๆ ถ้าหากขาดการวางแผนที่ดี การปฏิบัติงาน งานอาจมีปัญหาและขาดประสิทธิภาพเท่าที่ควร สรุปก็คือ ความสำเร็จของการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนขึ้นอยู่กับ การวางแผนกลยุทธ์ เป็นปัจจัยหนึ่ง

7. การประกันคุณภาพ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การประกันคุณภาพเป็นกลไกสำคัญที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและผลักดันให้กระบวนการทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ ในทุกระดับของวงการศึกษานับแต่ระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับนโยบายประสานสอดคล้องกันเป็นระบบมุ่งหน้าไปในทิศทางที่ได้ร่วมกันกำหนดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การประกันคุณภาพการศึกษายังกำหนดในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2553 มาตรา 47 ซึ่งระบุให้มีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาเพื่อคุณภาพ และมาตรฐานการศึกษาทุกระดับ

8. การนิเทศการศึกษา เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การพัฒนาการศึกษาที่จะให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องพัฒนาองค์ประกอบและกระบวนการ 3 ประการ คือ กระบวนการบริหาร กระบวนการเรียนการสอน และกระบวนการนิเทศการศึกษา การนิเทศการศึกษาเป็นกระบวนการหนึ่งที่จำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับสถานศึกษา เพราะจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์การ ให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลง ทำให้ครูมีความรู้ช่วยแก้ปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ ในการจัดการศึกษา ฉะนั้นการนิเทศการศึกษาจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย 1) ภาวะผู้นำ 2) การพัฒนาบุคลากร 3) การสร้างทีมงาน 4) การบริหารแบบมีส่วนร่วม 5) การวิเคราะห์และประเมินองค์กร 6) การวางแผนกลยุทธ์ 7) การประกันคุณภาพ 8) การนิเทศการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา และสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน พิจารณาผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางพัฒนาการจัดการศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน 8 ด้าน คือ 1) ภาวะผู้นำ 2) การพัฒนาบุคลากร 3) การสร้างทีมงาน 4) การบริหารแบบมีส่วนร่วม 5) การวิเคราะห์และประเมินองค์กร 6) การวางแผนกลยุทธ์ 7) การประกันคุณภาพ 8) การนิเทศการศึกษา การวิจัยครั้งต่อไป ควรสังเคราะห์แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบอื่นเพิ่มเติม เพื่อจะได้ เปรียบเทียบและได้ข้อมูลหลากหลาย มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ตลอดจนเพื่อให้ได้คำพยากรณ์เพิ่มมากขึ้น

2.2 การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียนด้านอื่นๆ เช่น ด้านบุคลากร ด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการสร้างองค์ความรู้ในสถานศึกษา ฯลฯ เพื่อจะได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

2.3 การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ปฏิบัติการในสถานศึกษาเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาจากบุคคลอื่น ๆ ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เช่น คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้ปกครองนักเรียน เป็นต้น เพื่อที่จะได้ผลการศึกษาที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2.4 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาองค์ประกอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาเพื่อคุณภาพผู้เรียนสังกัดอื่น เช่น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาวิจัย ให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กนกอร ยศไพบูลย์. (2544). “การพัฒนาองค์การสู่การมีประสิทธิผล.” เอกสารประกอบการสอน วิชาพัฒนาองค์การ. ขอนแก่น : ภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ และคณะ. (2548). รายงานการวิจัยการสังเคราะห์องค์ความรู้ เกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ที่เน้นตัวผู้เรียนเป็นสำคัญ ตั้งแต่ พ.ศ. 2542 – 2547 (ฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ : กลุ่มพัฒนานโยบายการเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาและการท่องเที่ยว. สำนักมาตรฐานการศึกษาและพัฒนาการเรียนรู้ สำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษา.
- นริศ สวัสดิ์. (2550). “การวิเคราะห์พหุระดับของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน มัธยมศึกษา.” ดุษฎีนิพนธ์ การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พสุ เทชะรินทร์. (2549). “ปัจจัยแห่งความสำเร็จขององค์กรชั้นนำเลิศ.” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก http://www.vrhris.com/Klc/Article/HR/Manager/KSF_Excellent%200rg.htm. (3 มิถุนายน 2549)
- รุ่ง แก้วแดง. (2542). ปฏิวัติการศึกษาไทย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน.
- เรณู คุปต์ขเจียร. (2552). “ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา.” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก http://ora.kku.ac.th/Res_kku/AbstractView.asp?Qid=1135755958 (30 มีนาคม 2552)
- สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ. (2552). “รายงานผลการทดสอบระดับชาติขั้นพื้นฐาน”. (O-Net). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://niets.or.th>. (24 เมษายน 2552)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2551). คู่มือคำอธิบายตัวชี้วัดการพัฒนาคุณภาพ การบริหารจัดการภาครัฐ ปีงบประมาณ 2552 สำหรับส่วนราชการระดับกรม. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีโน พับลิชชิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด.
- สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน). (2549). บทสรุปสำหรับผู้บริหาร ผลสะท้อนจากการประเมินคุณภาพภายนอก รอบแรก (พ.ศ. 2544 – 2548). กรุงเทพฯ : สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพ การศึกษา (องค์การมหาชน).
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2551). รายงานพิเศษ รายงานสภาวะการศึกษาไทย ปี 2549 – 2550 พบปัญหาหลายด้านที่ต้องแก้ไข วารสารการศึกษาไทย ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 มีนาคม 2551.

- สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์. (2549). “การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการบริหารโรงเรียนที่มีประสิทธิภาพของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน.”
วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อาชัญญา รัตนอุบล และคณะ. (2549). การพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างสารสนเทศสำหรับ
สังคมไทย. คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อำรุง จันทวานิช. (2547). แนวทางการบริหารและการพัฒนาสถานศึกษาสู่...โรงเรียนคุณภาพ.
สำนักงานนโยบายและแผนการศึกษา สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา
กระทรวงศึกษาธิการ. กรุงเทพฯ : บริษัท พริกหวานกราฟฟิค จำกัด.
- Campbell, J.P. (1977). On the nature of organization effectiveness. In New
perspective on Organization effectiveness. San Francisco; Jossey-Bass
- Healy, M. (1994). BSW 5750 and beyond in a secondary school : A change for
the best. In C. Parsons (ed). **Quality improvement in education.** pp. 68 – 69.
London
David Fulton.
- Reynolds D., Bert P.M., Greemers P.S., Nesselrodt E.C., Schaffer S.S., and Charles
T. (1994). **Advance in school effectiveness research and practice.** Oxford
: Elsevier Science.
- Steers R.M. (1977). Organization effectiveness : A behavioral view. Santa Monica
California : Good year.

พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามา
ท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง

Foreign Tourists' Behavior and Attitude
towards Traveling in Thailand after political crisis

พงศธร จันทวิโรจน์¹

ณัฏฐ์ กุลิษฐ์²

Pongsatorn Chanwirot¹

Assoc.Prof. Nak Gulid²

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

² อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ

Ph. D. Candidate in Development Strategy, the Consortium on Doctor of Philosophy,
Phranakhon Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา 1. คุณภาพการบริการที่สามารถทำนายพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทยในช่วงเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมือง 2. ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อประเทศไทยในช่วงเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมือง 3. ข้อมูลส่วนตัวที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมือง 4. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทยในช่วงเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมือง และ 5. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทยในช่วงเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมืองกับแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มากับบริษัทท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเองหลังเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลจากการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ สถานภาพ แตกต่างกันไปมีพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่านิยมของนักท่องเที่ยวและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คุณภาพการบริการสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทยสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทศนคติของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ ความไม่สงบทางการเมือง นักท่องเที่ยว

Abstract

The objective of this research is to study Foreign Tourists' Behavior and Attitude towards Traveling in Thailand after political crisis .

The samples are 400 tourists who are able to communicate in English, from both tour group and self touring. Data was collected through questionnaire. Percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA, Multiple Regression Analysis and Pearson product moment correlation coefficient are applied as statistical analysis tools. The Research findings are as follows: The customers who are from different genders, ages, occupations monthly average incomes and status have different behavior in making decision to travel in Thailand. Perception of the tourists have relation with decision making behavior of tourists to travel in Thailand at a 0.01 statistically significant level. Perception of brand resonance in identity and relationship and response could forecast Total satisfaction at a 0.01 statistically significant level. Value of tourist, To be sufficient, Economy awareness, Local product appreciation, Folk song appreciation, Stability appreciation Lifestyle of tourist, Modern, outgoing, like excitement, Adventure, independent, Demanding, Travel with family have relation with making decision behavior of tourist to travel in Thailand at a 0.01 statistically significant level. Service Quality Tangibles of travel in Thailand, Reliability to travel in Thailand ,Responsiveness to tourism in Thailand ,Assurance to travel in Thailand, Access to the heart of tourism in Thailand could forecast the decision making behaviors of tourist toward traveling in Thailand at a 0.01 Attitude of foreign travel, Country's beauty, Country's Uniqueness Goods & Souvenir. Food and drink, Cost of Traveling in Thailand, Country's cleanness Safety of life and assets, Political unrest, Anxiety about the trip could forecast making decision behaviors of tourist toward traveling in Thailand at a 0.01 making decision behaviors of foreign tourist toward traveling in Thailand have relation behavioral trend in opportunity of revisiting Thailand at a 0.01 statistically significant level.

คำสำคัญ : Tourist's Behavior and Attitude, Political crisis

ภูมิหลัง

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และมีการเติบโตของธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง ในช่วง 4 ทศวรรษที่ผ่านมา มีการเจริญเติบโตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว จากจำนวนนักท่องเที่ยว 80,000 คนต่อปี สร้างรายได้เพียง 196 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2503 เพิ่มขึ้นเป็นเกือบ 10 ล้านบาท และทำรายได้กว่า 3 แสนล้านบาท ในปี พ.ศ. 2546 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)

ในปัจจุบันประเทศไทยมีปัญหาภายในประเทศที่ค่อนข้างรุนแรงคือความไม่สงบทางการเมือง โดยปัญหานี้ได้เริ่มจากมีรัฐประหารขึ้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2549 และมีการเลือกตั้งใหม่เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2550 ประเทศไทยได้ประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการแผ่นดินในภาวะฉุกเฉิน (พ.ร.ก.) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครส่งผลต่อจิตวิทยานักท่องเที่ยวด้านความเชื่อมั่น และการตัดสินใจเดินทางทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในช่วงดังกล่าวลดลงร้อยละ 20-30 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

จากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองต่างๆ ถือเป็นอุปสรรคและภัยคุกคามซึ่งอาจส่งผลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยว ในช่วงที่เกิดเหตุการณ์ความรุนแรงในประเทศ ซึ่งเหตุการณ์ก็ยังไม่ยุติลง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์การภาครัฐและเอกชนในการทราบถึงทัศนคติ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัย ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมแก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อไป

ได้รับจากการวิจัย ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมแก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่สามารถทำนายพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทยในช่วงเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมือง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อประเทศไทยในช่วงเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมือง
3. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนตัวที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมือง
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทยในช่วงเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมือง
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทยในช่วงเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมืองกับแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยว

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มากับบริษัททัวร์และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเอง หลังเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนทำให้จำเป็นต้องใช้กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ

2. กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มากับบริษัททัวร์และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเองหลังเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ขนาดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 385 ตัวอย่าง และสำรวจแบบสอบถามเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นจากความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จำนวน 15 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ

- ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อปี อาชีพ ภูมิลำเนา สถานภาพ
- การรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สื่อบุคคล และ สื่อไม่ใช้บุคคล
- รูปแบบการดำเนินชีวิต
- คุณภาพการบริการ

3.2 ตัวแปรตาม

- พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
- แนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

4. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งสัดส่วน (Proportional sampling) ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย : ยุโรป และอเมริกา : โอเชียเนีย ตะวันออกกลางและแอฟริกา เป็นร้อยละ 60:30:10 9ตามข้อมูลสถิติ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยโดยคิดค่าโดยประมาณ 6:3:1 ใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 7 ตอน คือ แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวนักท่องเที่ยว แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว คำถามเกี่ยวกับค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนผสมการตลาด แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตั้งแต่ .723-.932

6. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ซึ่งจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้จนครบตามจำนวน โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติและวิเคราะห์ข้อมูล และเรียบเรียงแบบสอบถามเพื่อใช้ในการลงรหัสและประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว ได้นำมาบันทึกเข้าไฟล์ (File) โดยใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลในการคำนวณค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยทางเลขคณิต (Arithmetic mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสถิติแบบ t-test ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One way ANOVA) และสถิติแบบ F-Test ใช้วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจ

เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ค่านิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรม การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ สถิติ Regression Analysis วิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการ และทัศนคติของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด คือ ประเทศจีน รองลงมาคือฮ่องกง ประเทศสิงคโปร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ US\$ 2,501 – 3,000 ต่อเดือน เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยตัวเอง มีวัตถุประสงค์ในการมาประเทศไทยเพื่อท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

มีการรับรู้ข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ผ่านทาง หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/พ็อกเก็ตบุ๊ก, เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน, แผ่นพับ/ใบปลิว, ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้ข่าวเกี่ยวกับความไม่สงบในประเทศไทยบ้างเป็นบางครั้ง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวมีค่านิยมด้านการมีความพอเพียง การคำนึงถึงความปลอดภัย ชอบความมั่นคง ชอบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และชอบดนตรีพื้นเมือง และมีรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบความท้าทาย ชอบความตื่นเต้น รักอิสระ ชอบพบปะผู้คน ชอบท่องเที่ยวกับครอบครัว ชอบให้ผู้ให้บริการ และชอบความทันสมัย

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวขึ้นชอบความสวยงามของประเทศ ความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศ สินค้า และของที่ระลึกทั่วประเทศ อาหารและเครื่องดื่ม และต้นทุนในการเดินทางในประเทศไทย แต่ก็มีความวิตกกังวลในการเดินทางท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความสะอาดของประเทศ และความไม่สงบทางการเมืองในระดับปานกลาง

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวมีเกณฑ์การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยด้วยเหตุผลด้านราคา และเหตุผลด้านความปลอดภัยสูงสุดคิดเป็น 90 เปอร์เซ็นต์

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ แฟกซ์ ความสามารถในการใช้บริการ ATM และบัตรเครดิต การให้คำเตือนเรื่องความปลอดภัย และการให้ข้อมูลจากรัฐบาล

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการกลับมาเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

แนวโน้มการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อยู่ในระดับมีแนวโน้มแนะนำผู้อื่นอย่างแน่นอน ได้แก่ การแนะนำให้บุคคลที่เกี่ยวข้องมาเที่ยวประเทศไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (จาก 5 คะแนน) และแนวโน้มการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อยู่ในระดับมีแนวโน้มจะกลับมาอีก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 (จาก 5 คะแนน)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย มีสาระสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยด้านเกณฑ์การตัดสินใจด้านความปลอดภัย พฤติกรรมหลังการใช้บริการด้านประเมินแหล่งท่องเที่ยวด้านความคาดหวัง และด้านความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริอร ทองมั่ง (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะที่มี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพังสุราษฎร์ธานีโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวผ่านโรงแรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านเกณฑ์การตัดสินใจท่องเที่ยวด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ กิจกรรม ความชอบ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยว จะมีผลมาจากการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับรู้ข่าวสารผ่านบริษัททัวร์และหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/ฟ็อกเก็ตบุ๊ก ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าสื่อทั้ง 2 ชนิด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมกมล พวงพรหม (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสารกรุงเทพมหานคร พบว่าการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว และทัศนคติด้านที่พัก แหล่งบันเทิง ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว แหล่งช้อปปิ้ง และร้านอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสาร

3. ข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า ค่านิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจและพฤติกรรมภายหลังการให้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวมีค่านิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิตในลักษณะใด ก็จะมีพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวในลักษณะนั้น เช่น นักท่องเที่ยวที่มีค่านิยมชอบการเปลี่ยนแปลง และมีรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบความท้าทาย ก็จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบกิจกรรมการผจญภัย เช่น การเดินป่า การปีนเขา เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จดลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2548) กล่าวว่า การเลือกบริโภคหรือเลือกซื้อสินค้าและบริการขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตควบคู่ไปกับค่านิยมของแต่ละบุคคล เช่น คนสมถะจะบริโภคสินค้าจำเป็น อ่านหนังสือ แต่คนชอบเที่ยวกลางคืนจะชอบการพักผ่อนหย่อนใจ เที่ยวเตร่ รับประทานอาหารนอกบ้าน ดูภาพยนตร์

4. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทยกับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากผลการศึกษา แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจ และพฤติกรรมภายหลังการให้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งด้าน ด้านเกณฑ์ราคา ด้านเกณฑ์ความปลอดภัย ด้านจำนวนครั้งในการมาประเทศไทย

ด้านความคาดหวัง ด้านความคุ้มค่าในการใช้เวลาและความพยายาม ด้านความพึงพอใจโดยรวม และด้านประเมินแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยเมื่อเทียบกับแหล่งอื่น นั้นหมายความว่าแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งย่อมเกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริอรทองมั่ง (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ทัศนคติด้านร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ด้านร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการบริการการเดินทาง ด้านสถานบันเทิง ด้านแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว (รวมครั้งปัจจุบัน) ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านความตั้งใจในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวเกาะพะงันอีกครั้ง

5. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยกับแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยด้านเกณฑ์การตัดสินใจท่องเที่ยว ด้านราคามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มจะกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีก อาจกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายไปในการท่องเที่ยวย่อมส่งผลให้เกิดความประทับใจและอยากที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภกร ภัทรธนกกุล

(2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ทศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย อันเป็นผลมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง : กรณีศึกษา พ.ศ. 2549-2550 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีความรู้สึกปลอดภัย และความรู้สึกคุ้มค่าด้านราคาในการเข้ามาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

6. ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการกับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะเป็นไปในลักษณะใดนั้น ขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับในทุกๆ ด้าน อาจกล่าวได้ว่า การบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ ส่งผลให้สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ ได้รับการตอบสนอง ส่วนการบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่วิเศษมาก ประทับใจ คุ้มค่าแก่การตัดสินใจ รวมทั้งคุ้มค่าเงิน กล่าวคือ หากคุณภาพการให้บริการในด้านต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับมีคุณภาพสูง จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการกลับมาเที่ยวอีก รวมถึงนักท่องเที่ยวจะมีทัศนคติและความรู้สึกที่ดีภายหลังการใช้บริการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริพร วิษณุมหิมาชัย (2549). กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service quality) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excelent service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (Customer

satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer loyalty)

7. ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยด้านประเมินแหล่งท่องเที่ยว ด้านความคาดหวัง

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านประเมินแหล่งท่องเที่ยว ด้านความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับโอกาสที่จะเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษยา สุธีธร และ ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร (2541) ได้ทำการศึกษา เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย พบว่า สิ่งจูงใจด้านการท่องเที่ยว ก่อนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาหารไทย การจับจ่ายซื้อของที่ระลึก ที่พัก ค่าใช้จ่ายระหว่างอยู่ในประเทศไทย วัฒนธรรมประเพณี ฯลฯ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยมาก่อน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มดังกล่าว เป็นตัวแทนของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้น หน่วยงานและผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลดังกล่าวข้างต้นมาปรับแผนกลยุทธ์ ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้า

มาท่องเที่ยวประเทศไทยได้อย่างเหมาะสมและตรงกับลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่นการนำเสนอรูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ หรือช่องทางการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด โดยอาจนำเสนอโปรแกรมทัวร์ที่เหมาะสม แนะนำเทศกาล ประเพณีของประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรก เป็นต้น

2. จากผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการให้การสนับสนุนจัดทำสื่อในการนำเสนอข้อมูลดังกล่าว เพื่อที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด ในส่วนของสถานทูตไทยในต่างประเทศ นักท่องเที่ยวกลับได้รับข่าวสารในระดับน้อยเมื่อเทียบกับช่องทางอื่นๆ ดังนั้นสถานทูตหรือหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงเรื่องการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยให้มากขึ้น

3. จากผลการวิจัย ทักษะจิตด้านความวิตกกังวลในการเดินทางท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความสะอาดของประเทศ และความไม่สงบทางการเมืองอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งถือว่าเป็นระดับทัศนคติที่ค่อนข้างไปในทางที่ดี หน่วยงานหรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวอาจทำได้โดยการปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัย โดยการจัดสรรบุคลากร เพื่อการควบคุมด้านอาชญากรรม การลักขโมย การดูแลความปลอดภัยในชีวิตของนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทั่วถึง รวมถึงการดูแลความปลอดภัยตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การจัดระบบตำรวจท่องเที่ยวให้ออกตรวจตราตามสถานที่ท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

4. จากผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวโน้มการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยของ

นักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า การแนะนำให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้องมาเที่ยวประเทศไทย และแนวโน้มการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีโอกาสที่จะเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกมีเปอร์เซ็นต์สูงที่สุดคิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นสิ่งที่ควรทำคือควรรักษามาตรฐาน ภาพลักษณ์ของประเทศให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยไว้ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรควบคุมผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในการรักษามาตรฐานการบริการแก่นักท่องเที่ยวในทุกด้าน ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจจนมีแนวโน้มและโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีก

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร (IMC)กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น หรือ ควรศึกษาถึงพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ หรือสื่อที่นำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทยว่าสื่อใดที่มีคุณภาพที่สุดในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาแผนกลยุทธ์เกี่ยวกับช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้นักท่องเที่ยวทราบได้อย่างถูกต้องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสามารถให้ข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรม ความพึงพอใจ หรือความต้องการของนักท่องเที่ยวภายหลังการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านพ้นไปแล้ว เนื่องจากผลการศึกษาที่ได้จะสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวด้านต่างๆ

กิจกรรม รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศ ให้มีความเหมาะสมกับยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

3. ในการวิจัยครั้งต่อไป อาจมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยวิธีการสัมภาษณ์หากนักท่องเที่ยวมีการตอบคำถามที่เป็นประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติม ผู้วิจัยจะสามารถชักถามเกี่ยวกับประเด็นนั้นได้ทันที ซึ่งจะส่งผลให้ทราบรายละเอียดข้อมูลในเชิงลึกอีกด้วย

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2529).รายงานสถิติประจำปี 2529. กรุงเทพฯ : กรมฯ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2548).รายงานสถิติประจำปี 2548. กรุงเทพฯ : กรมฯ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2551).รายงานสถิติประจำปี 2551. กรุงเทพฯ : กรมฯ.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย.
- พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จำเนียร ช่วงโชติ และคนอื่นๆ. (2525). จิตวิทยาการรับรู้และการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ศาสนา.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2548). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จริยทูต บุญแดง. (2546). ทักษะคิดและความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย.กรุงเทพฯ สารະณິພັນ (รัฐศาสตร์) : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดุษฎี หุมสายและอุปพัน พรหมโยธี. (2527). ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). การศึกษาการบริหารพฤติกรรมองค์การเชิงบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- _____. (2535). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). การตลาดสำหรับการบริการแนวคิดและกลยุทธ์, พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รายงานขั้นสุดท้าย. (2545). โครงการ : สำรวจพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย, กรุงเทพฯ : ศูนย์บริการวิชาการสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- บุรพา เลหาะรัตนะวิบูลย์. (2549). ทักษะคิด พฤติกรรม ต่อคลินิกทันตกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้บริการกับคลินิกทันตกรรม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- พงศกร รอดชมภู.พันเอก (2540). การมีส่วนร่วมทางการเมืองไทย : ศึกษากรณีปัจจัยที่ทำให้การประท้วงมีความยาวนาน กรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์. (รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

- พงศกร สมัครสมิสร. (2550). ทักษะคดีและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสายการบิน
ต้นทุนต่ำภายหลังการเกิดอากาศยานอุบัติเหตุของสายการบินวัน-ทู-โก กรุงเทพฯ
: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- เพ็ญแข แสงแก้ว. (2541). การวิจัยทางสังคมศาสตร์ กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์
- เพ็ญพัชร สุวรรณสนธิชัย. (2547). ทักษะคดีและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ที่มีต่อวัดพระศรีรัตนศาสดาราม สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ
: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. (2546). ทักษะคดีและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
การท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นายธฤต บุญพันธ์. (2550). การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการท่าอากาศยาน
ดอนเมืองของผู้โดยสารต่างชาติ สารนิพนธ์ พ กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- เมษยา สดสี. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อทักษะคดีและพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าทดแทนของ
นักท่องเที่ยวต่างชาติในตลาดนัดจตุจักร สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศิริพร ธรรมภักดี. (2539). ผลกระทบของวิกฤติการณ์ทางการเมือง ต่อการท่องเที่ยวของไทย
: กรณีศึกษาพฤษภาคม 2535. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
รามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริพร วิษณุภูมิมาชัย .(2549). การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่าในงาน
บริการ (เอกสารประกอบการสอน). ไม่ปรากฏเลขหน้า.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : A.N การพิมพ์.
_____. (2541) . พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: บริษัท. อีระฟิล์ม และไซเท็กซ์
_____. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : อีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศุภกร ภัทรธนกุล. (2551). ปัจจัยในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ทักษะคดีและความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร อันเป็นผลมาจาก
เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง : กรณีศึกษา พ.ศ. 2549-2550. กรุงเทพฯ
จุฬาลงกรณ์ปริทัศน์ ปีที่ 30 ฉ.115-116 พ.ค.-มิ.ย.51
- สมิต สัณนุกร. (2548) ศิลปะการให้บริการ, พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิญญูชน
สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2551) สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติ2550. กรุงเทพฯ : กรมฯ.
- สุรางค์ จันทรเอน. (2524). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยครูจันทระเกษม.

- สุรพงษ์ โสณะเสถียร. (2533). การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2546). การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bartley,S. Howard. (1969). *Principles of Perception*. New York : Marper & Row.
- Courtland L. Bovee and John V. Thill. (1992). *Marketing*. New York : McGraw-Hill,Inc.
- Eila,D. and G.M. Patrick. (1972,July). "The Determinants of Job Satisfaction Among Beginning Librarians" , *Library Quarterly*. 49(7) : 283-302.
- Engel,James F. Blackwell,Roger D. & Miniard, Paul W. (1993). *Consumer Behavior*. 7thed. Fort Worth : The Dryden Press ,Inc.
- Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. 3rded. New York : McGraw-Hill.
- Gronroos, C. (1990). *Service Management and marketing*. The Nature of Service and Service Quality. Stockholm University, Sweden.
- Kotler, Phillip. (1993). *Marketing Analysis ,Planning ,Implementation and Control*. New Jersey. Prentice Hall ,Inc.
- _____. (2000). *Marketing Management the Millennium Edition*. . New Jersey. Prentice Hall ,Inc.
- _____. (2000). *Marketing Analysis ,Planning ,Implementation and Control*. 8thed. New Jersey. Prentice Hall ,Inc.
- Lovelock, Christopher H, *Services Marketing*, Third Edition. New Jersey : Prentice Hall, Inc.1996.
- Morse, Nancy C. (1958). *Satisfaction in the White Collar Job*. Michigan : University of Michigan Press.
- Munn, Norman L. (1969). *Introduction to Psycology*. Boston : Houghton Mifflin.
- Parasuraman, A.,V.A. Aeithmanl and L. Berry. (1985, February). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Research", *Journal of Marketing*. 49(4) : 79-84.
- Robbins, S.P. (1966). *Organization Behavior : Concept Controversies Applications*. 7thed. New York : Prentice Hall Inc.
- http://www.tourism.go.th/files/international_tourist_stat/International_Country_2007.XLS

รูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษา
ชั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร

A MODEL OF GEOGRAPHIC INFORMATION
SYSTEM OF SMALL SCHOOLS
IN BANGKOK METROPOLITAN ADMINISTRATION

ต้องลักษณะ จีระวัชรกร¹

ศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์ สุขปรีดี²

ดร. สักรณ จัตุระโท³

Tongluck Jirawatcharakorn¹

Prof. Nipone Sookpreedee., Ph.D²

Sungworn Ngudgratoke., Ph.D³

1 นิสิตระดับปริญญาโทชั้นโท สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

2 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท

3 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบริหารงานสถานศึกษา สภาพการจัดระบบสารสนเทศของสถานศึกษา ความต้องการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ และออกแบบรูปแบบระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร วิธีการดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามจากสถานศึกษาขนาดเล็ก 131 แห่ง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับรูปแบบระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษากับผู้เชี่ยวชาญ และการตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้จากผู้ทรงคุณวุฒิโดยวิธีอ้างอิงผู้ทรงคุณวุฒิ (connoisseurship model) และผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 29 ท่าน ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัญหาการบริหารงานสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน งานวิชาการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด

2. สภาพระบบสารสนเทศของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และผลการวิจัยพบว่า ความต้องการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัด กรุงเทพมหานคร ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็น รายด้านงานวิชาการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด

3. รูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัด กรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีการบริหารจัดการตามทฤษฎีระบบที่มีปัจจัยนำเข้า ได้แก่ คณะทำงาน ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ฐานข้อมูลและงบประมาณ มีกระบวนการดำเนินงาน สถานศึกษาสามารถเลือกดำเนินการทั้ง 4 ระบบงานหรือเลือกดำเนินการบางระบบก่อนผลผลิต และผลลัพธ์ สถานศึกษามีระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการบริหารงานด้านต่างๆ และมีข้อมูลสารสนเทศตามความต้องการของผู้ใช้ระบบ และผลย้อนกลับ ข้อมูลย้อนกลับสำหรับสถาน สถานศึกษา คณะทำงานงานส่วนต่างๆและผู้บริหาร ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของ รูปแบบ พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิ ร้อยละ 98.81 เห็นว่ารูปแบบมีความเหมาะสมและสามารถ นำไปใช้ได้จริง

คำสำคัญ : รูปแบบ,ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์, การบริหารสถานศึกษา, สถานศึกษาขนาดเล็ก

Abstract

The purposes of this research were to study the state and problems of small schools to study the state of management Geographic Information System and needs of using information system of small schools in Bangkok Metropolitan Administration and to design a model of Geographic Information System of small schools in Bangkok Metropolitan Administration. The research methodology consisted of prepare to survey the state and problems of school administration and the state of management information system and needs of using Geographic Information System of small schools in Bangkok Metropolitan Administration in operation today. The unit of analysis was 131 small schools. Create a model of Geographic Information System of small schools in Bangkok Metropolitan Administration by interviewing specialists And propose a model of Geographic Information System of small schools in Bangkok Metropolitan Administration by using the connoisseurship model technique to evaluate the model by the judgment of experts and administrators of small schools in Bangkok Metropolitan Administration toward the proposed a model of Geographic Information System of small schools in Bangkok Metropolitan Administration. The instruments consisted of questionnaire, semi-structured interview and model evaluation form.

The results of the research can be summarized as follows.

1. The problems regarding the educational of administration of small schools in Bangkok Metropolitan Administration in operation today were in the moderate on average. The means of administration problems from highest were academic administration
2. The state of the information system implement of small schools in Bangkok Metropolitan Administration in operation today was moderate. The mean of information system from highest to lowest were hardware, software, procedures, data/database and person. And the needs of using Geographic Information System of small schools in Bangkok Metropolitan Administration in operation today were large. The mean of need from highest were academic administration
3. The model of the Geographic Information System for small schools in Bangkok Metropolitan Administration developed according to management system theory including Input factor consisted of person ,hardware, software, data/ database and budgets. The process: schools can choose to operate all four sub-

systems at once or select some subsystems first. Output and outcome consisted of Geographic Information System for administration schools and needs information for individual user, and the feedback consisted of school's feedback data, department's feedback data and administration feedback data. 98.81% of the experts approved the appropriateness and the practicality of the proposed model. Keywords: model, Geographic Information System, school administration, small schools

Key word : Small school

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ประเทศไทยมุ่งพัฒนาสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคนอย่างมีคุณภาพทำให้การจัดการศึกษาจำเป็นต้องพัฒนาให้มีคุณภาพควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านอื่นๆ จึงเกิดการปฏิรูปการศึกษาทั้งระบบสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม(ฉบับที่2) พ.ศ.2545 สถานศึกษาจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปและตอบสนองความต้องการของชุมชนและสังคมจึงถือได้ว่าสามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพ

กรุงเทพมหานครในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบจัดการศึกษาตามหลักสูตรการศึกษาระดับพื้นฐานให้กับสถานศึกษาในสังกัด จึงต้องมีการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การกระจายอำนาจสู่ระดับสถานศึกษา ทั้งด้านงานวิชาการงบประมาณ การบริหารบุคคลและการบริหารงานทั่วไป กรุงเทพมหานครดำเนินการตามนโยบายการยกระดับคุณภาพการศึกษาสถานศึกษาขนาดเล็กมาโดยตลอดแต่ในสภาพความเป็นจริงนั้น สถานศึกษาขนาดเล็กสังกัดกรุงเทพมหานครพบว่ามีปัญหาต่อเนื่องมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันสอดคล้องกับผลการประเมินของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพทางการศึกษา(สมศ.)พบว่าภาพรวมของสถานศึกษาขนาดเล็กการดำเนินการยังไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควรและขาดแนวทางการดำเนินงานพัฒนา

ระบบสารสนเทศที่ชัดเจนและข้อมูลสารสนเทศยังกระจุกกระจายและขาดความเชื่อมโยงกัน

วิธีการหนึ่งที่ผู้บริหารสถานศึกษาจะสามารถบริหารงานได้มีประสิทธิภาพ คือการให้ความสำคัญของการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร (MIS) มาเป็นเครื่องมือกลยุทธ์ทางการบริหารที่สำคัญสามารถช่วงชิงความได้เปรียบทางการแข่งขัน การเพิ่มสมรรถนะในการทำงาน ปัจจุบันระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System) เป็นระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการรูปแบบหนึ่งที่เป็นเครื่องมือที่ทันสมัย ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงพื้นที่ โดยการผสมผสานของข้อมูลเชิงพื้นที่และข้อมูลเก็บไว้เป็นฐานข้อมูล สามารถแก้ไขและวิเคราะห์ แสดงผลและนำเสนอข้อมูลเชิงมิติสัมพันธ์กับข้อมูลพื้นที่ (Burrouh,1986; Star and Estest,1990; Montgomery&Schuch,1993.; Pickles,1995;Rodrigues,1995)

นอกจากนี้สารสนเทศภูมิศาสตร์มาประยุกต์ใช้เพื่อการบริหารจัดการศึกษาจะสามารถแก้ความเสมอภาคและความเป็นธรรมทางการศึกษา เนื่องจากข้อมูลสารสนเทศภูมิศาสตร์ทำให้ผู้บริหารทราบข้อมูลกลุ่มผู้เรียนกลุ่มครู รวมทั้งการแก้ปัญหาการบริหารจัดการอาคารสถานที่ ตลอดจนส่งเสริม สนับสนุนสถานศึกษาสามารถหาข้อมูลทรัพยากรทางการศึกษา เช่น ครูภูมิปัญญา ครูดีเด่นและแหล่งเรียนรู้ภายนอกสถานศึกษา(เกริกไกร แก้วล้วน, 2550) จากความสำคัญและความจำเป็นที่สถานศึกษาขนาดเล็กประสบปัญหาการบริหารจัดการสูง และยังไม่พบการแก้ปัญหาด้วยการใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์กับสถานศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานคร ดังนั้นการประยุกต์ใช้

ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์มาเป็นเครื่องมือหลักในสนับสนุน จะทำให้ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถนำสารสนเทศเชิงพื้นที่ที่จำเป็นประกอบการตัดสินใจวางแผนเพื่อแก้ปัญหาด้านการจัดการศึกษา ท้นเวลา ตรงประเด็น และสามารถดำเนินงานบริหารสถานศึกษาให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความคาดหวังว่ารูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร จะเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการสถานศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานครให้มีระบบที่ดีและมีประสิทธิภาพอันจะส่งผลดีต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัญหาการบริหารงานสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็กสังกัดกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาสภาพการจัดระบบสารสนเทศและความต้องการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร
3. ออกแบบรูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้เป็นโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร ที่มีจำนวนนักเรียนไม่เกิน 400 คน โดยการกำหนดเกณฑ์ตามเกณฑ์การแบ่งขนาดโรงเรียนของสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร

2. ขอบข่ายงานภายในสถานศึกษา ศึกษาตามแนวพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2545 ประกอบด้วย 4 ขอบข่ายงาน ได้แก่ 1)งานวิชาการ 2)งานงบประมาณ 3)บริหารงานบุคคล 4) บริหารงานทั่วไป

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

รูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ หมายถึง แผนผังแสดงระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ซึ่งมีองค์ประกอบของระบบ ดังนี้ ปัจจัยนำเข้า ขั้นตอนการดำเนินการ ผลลัพธ์และผลผลิต และผลป้อนกลับ

ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษา หมายถึง ระบบสารสนเทศที่จัดเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลในรูปของข้อมูลที่สามารถอ้างอิงได้ในทางภูมิศาสตร์ ให้สารสนเทศที่ตอบสนองการบริหารที่ระดับสถานศึกษาสามารถไปใช้วางแผนการตัดสินใจ ดำเนินงาน และติดตามผลงานตามข้อบ่งชี้หรือภารกิจของสถานศึกษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดการพัฒนา รูปแบบระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาเพื่อการบริหารการศึกษา
2. เกิดประโยชน์ในเชิงสหวิทยาการ (Interdisciplinary) โดยเป็นการผสมผสานศาสตร์ทางระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เข้ากับศาสตร์การบริหารการศึกษา

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

แนวคิดในการวิจัยรูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก

เล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีเชิงระบบ (System Theory) ของ Bertalanffy (1968) แนวคิดเชิงระบบของ Campbell (1969) โดยองค์ประกอบของระบบแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ 1.ปัจจัยนำเข้า (input) 2.กระบวนการ (process) 3. ผลผลิตและผลลัพธ์ (output and outcome) 4.ข้อมูลย้อนกลับ (feedback)

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบและขั้นตอนการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ (MIS) และระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) ได้แก่ Senn (1990), Stair (1996), Kaputa (1994), Cassidy (1993), O'Brien (2000), ปทีป เมธาคณวุฒิ (2538), นิตยา ภัสสรศิริ (2546), สุเพชร จิระจกุล (2548), ศรีไพร ตักด้รุ่งพงศากุล และคณะ (2549), ครรชิต มาลัยวงศ์และคณะ (2549), ประสิทธิ์ ทิมพุดิ (2549), ณัฏฐพันธ์ เขจรนันท์และไพบูลย์ เกียรติโกมล (2551) โดยแบ่งองค์ประกอบของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์มี 5 ส่วน คือ 1.ด้านฮาร์ดแวร์ (Hardware) 2.ด้านซอฟต์แวร์ (Software) 3.ด้านฐานข้อมูล (Database) 4.ด้านบุคลากร (Peopleware) 5.ขั้นตอนการปฏิบัติการ (Procedure)

ขั้นตอนการพัฒนาระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษามีดังนี้ ขั้นที่ 1 ศึกษาความต้องการข้อมูลสารสนเทศที่ต้องการใช้ในระบบ ขั้นที่ 2 วิเคราะห์งานระบบ ขั้นที่ 3 ออกแบบระบบขั้นที่ 4 พัฒนาระบบ ขั้นที่ 5 ทดลองใช้ระบบขั้นที่ 6 นำระบบไปใช้ ขั้นที่ 7 บำรุงรักษาระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ สำหรับกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยนำแนวคิดทฤษฎีเชิงระบบ แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบและขั้นตอนการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ (MIS) และระบบสารสนเทศ

ภูมิศาสตร์ (GIS) และการบริหารขอบข่ายสถานศึกษาตามพรบ.การศึกษามาเป็นกรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นเตรียมการ ดำเนินการโดยศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษา เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร (MIS) และระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) โดยกำหนดกรอบแนวคิด ต่อจากนั้นผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับตามแบบของลิคเคิร์ท (Likert) และปลายเปิดเพื่อสำรวจสภาพ ปัญหาการบริหารงานภายในสถานศึกษาและความต้องการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานครที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน โดยการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 ท่านพิจารณา นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงและแก้ไขข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้วมาทดสอบใช้ (pre – test) โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรในการวิจัยจำนวน 30 คน และวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) ด้วยวิธีวัดค่าความคงที่ภายใน (internal consistency) ด้วยวิธี Cronbach's Alpha Coefficient จากนั้น กลุ่มตัวอย่างมีหน่วยของการวิเคราะห์ (unit of analysis) จากผู้บริหารสถานศึกษาและครูจำนวน 131 โรง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามส่งทางไปรษณีย์ ได้รับแบบสอบถามคืน 104 โรง คิดเป็นร้อยละ 79 การวิเคราะห์ข้อมูลแล้วนำผลการเก็บรวบรวมข้อมูล

ที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งคำนวณค่าสถิติด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 2 ร่างรูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ 5 องค์ประกอบ และขั้นตอนการพัฒนาาระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษามาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) แล้วนำไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ซึ่งมีคุณสมบัติ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและ/หรือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อเพื่อการศึกษา ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก หรือมีตำแหน่งทางวิชาการระดับรองศาสตราจารย์ ดำรงตำแหน่งผู้บริหารการศึกษา หรืออาจารย์สอนระดับอุดมศึกษา แล้วนำผลสรุปข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นร่างรูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 3 นำเสนอรูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร โดยตรวจยืนยันรูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร โดยวิธีอ้างอิงผู้ทรงคุณวุฒิ (connoisseurship model) สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่านและผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 24 ท่าน เกณฑ์การกำหนดขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการประเมิน คือผู้บริหารมี

ประสบการณ์บริหารสถานศึกษามากกว่า 5 ปี เพื่อประเมินรับรองความเป็นไปได้ ความถูกต้องตามหลักการ ความเหมาะสม และการนำไปใช้ประโยชน์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เพื่อรับรองรูปแบบสอบถามผู้บริหารสถานศึกษาทั้ง 2 ฉบับให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 ท่าน พิจารณาความตรงตามเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความครบถ้วนสมบูรณ์และความครอบคลุมของคำถามก่อนนำไปจริง ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ 24 โรง ได้รับแบบสอบถามคืนทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100 แล้วนำผลการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอรูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร ในลักษณะการบรรยายและแผนภาพวิเคราะห์

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าสภาพปัญหาการบริหารงานสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานครที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($X = 2.99$, $S.D. = 0.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ งานวิชาการบริหารงานทั่วไป งบประมาณและบริหารงานบุคคล ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการวิจัยพบว่าสภาพระบบสารสนเทศของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานครที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($X = 2.89$, $S.D. = 0.83$) และรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (hard-

ware) ด้านซอฟต์แวร์ (software) และด้านขั้นตอนการปฏิบัติ (procedure) ด้านข้อมูลสารสนเทศ (data)/ฐานข้อมูล (database) ด้านบุคลากร (peopleware) ตามลำดับและผลการวิจัยพบว่าความต้องการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานครที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันพบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($X = 4.02$, $S.D. = 0.62$) และรายด้านอยู่ในระดับมากโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คืองานวิชาการ บริหารงานทั่วไป งบประมาณ และบริหารงานบุคคล ตามลำดับ

3. จากการศึกษาสภาพปัญหาการบริหารงานภายในสถานศึกษาและสภาพการจัดระบบสารสนเทศและความต้องการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัญหาการบริหารงานวิชาการและความต้องการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็กเพื่อบริหารงานวิชาการ อยู่ในระดับมากที่สุด อีกทั้งการบริหารงานวิชาการเป็นภารกิจหลักของผู้บริหารและถือว่าเป็นหัวใจของการบริหารสถานศึกษา ที่จะต้องดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายของการศึกษา แต่อย่างไรก็ตามงานวิชาการ มีความสัมพันธ์กับงานขอบข่ายอื่นๆ ทำให้การดำเนินการบริหารสถานศึกษาให้บรรลุเป้าหมายของการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้วิจัยจึงออกแบบรูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร ให้มีการดำเนินการระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อบริหารครอบคลุมทั้ง 4 ขอบข่ายงานของสถานศึกษา มีองค์ประกอบ 4 ส่วน ดังนี้

3.1 ปัจจัยนำเข้าของระบบ (Input: สิ่งที่ใช้ในขั้นตอนการดำเนินงานของระบบ) ได้แก่คณะทำงานจัดทำระบบ (People), ฮาร์ดแวร์(Hardware), ซอฟต์แวร์(Software), ฐานข้อมูล (Database)

3.2 การดำเนินงานของระบบ (Process: ขั้นตอนในการเปลี่ยนปัจจัยนำเข้าไปสู่ผลของการดำเนินงานที่ต้องการ) ประกอบด้วย

3.2.1 ขั้นตอนการเตรียมการระบบ ประกอบด้วย 1) ศึกษาความต้องการพัฒนาระบบ 2) จัดเตรียมความพร้อมในการจัดทำระบบ 3) แต่งตั้งคณะทำงานระบบ 4) จัดทำโครงการระบบ 5) เลือก/จัดลำดับการพัฒนาแบบย่อย 6) จัดทำแผนดำเนินงานแบบย่อย 7) จัดประชุมชี้แจงแผนงานในโครงการพัฒนาระบบ 8) ปฏิบัติตามแผนดำเนินงานพัฒนาระบบ 9) พิจารณาปรับปรุงแผนดำเนินงานพัฒนาระบบงานย่อย

3.2.2 ขั้นตอนการดำเนินการตามระบบงานตามขอบข่ายสถานศึกษา ได้แก่ งานวิชาการ งานงบประมาณ บริหารงานบุคคล และบริหารงานทั่วไป ประกอบด้วย 1) ศึกษาความต้องการงานด้านที่ต้องการจัดเก็บ 2) รวบรวมข้อมูลงานด้านที่ต้องการจัดเก็บ 3) จัดกลุ่มข้อมูลด้านงานที่ต้องการจัดเก็บ 4) เลือกแหล่งจัดเก็บข้อมูล 5) นำข้อมูลไปจัดเก็บเป็นฐานข้อมูล 6) ทดลองใช้ฐานข้อมูล 7) ออกแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการบริหารงาน 8) พัฒนาระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อบริหารงาน 9) ทดลองใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อบริหารงาน 10) นำระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อบริหารงานไปใช้ 11) บำรุงรักษาระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อบริหารงาน

3.2.3 ขั้นตอนการประเมินผล ประกอบด้วย 1) ระบุงานและบุคคลที่จะประเมิน 2) กำหนดวัตถุประสงค์การประเมิน 3) สร้างเกณฑ์การประเมิน 4) กำหนดวิธีการและสร้างเครื่องมือในการประเมิน 5) ประชุมชี้แจงเกี่ยวกับวิธีการประเมินและเกณฑ์การประเมินให้ผู้ประเมินและผู้รับการประเมิน 6) ดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติงาน 7) รายงานและทบทวนผลการประเมินร่วมกับผู้ปฏิบัติงาน

3.3 ผลผลิตจากการดำเนินงานของระบบ (Output : ผลผลิตที่เกิดจากขั้นตอนการดำเนินงานของระบบโดยตรง) ตัวอย่างเช่น ผลผลิตของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อบริหารงานวิชาการ คือ สถานศึกษามีระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อบริหารงานวิชาการที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานสถานศึกษาให้เป็นระบบและสามารถนำรายงานสารสนเทศไปใช้กับการทำงานได้ง่ายยิ่งขึ้น

3.4 ผลลัพธ์จากการดำเนินงานของระบบ (Outcome: ผลที่เกิดขึ้นตามมาผลกระทบหรือเงื่อนไขที่เกิดจากผลผลิต ผลลัพธ์มีความสัมพันธ์โดยตรงกับผู้ใช้งานหรือผู้ใช้บริการของหน่วยงาน) ตัวอย่างเช่น 1) สถานศึกษามีผลการปฏิบัติงานของคณะทำงานระบบงานย่อยเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาปรับปรุงแผนการดำเนินงาน และพิจารณาตัดสินใจในการจัดสรรงบประมาณมาสนับสนุนการดำเนินงานในครั้ง

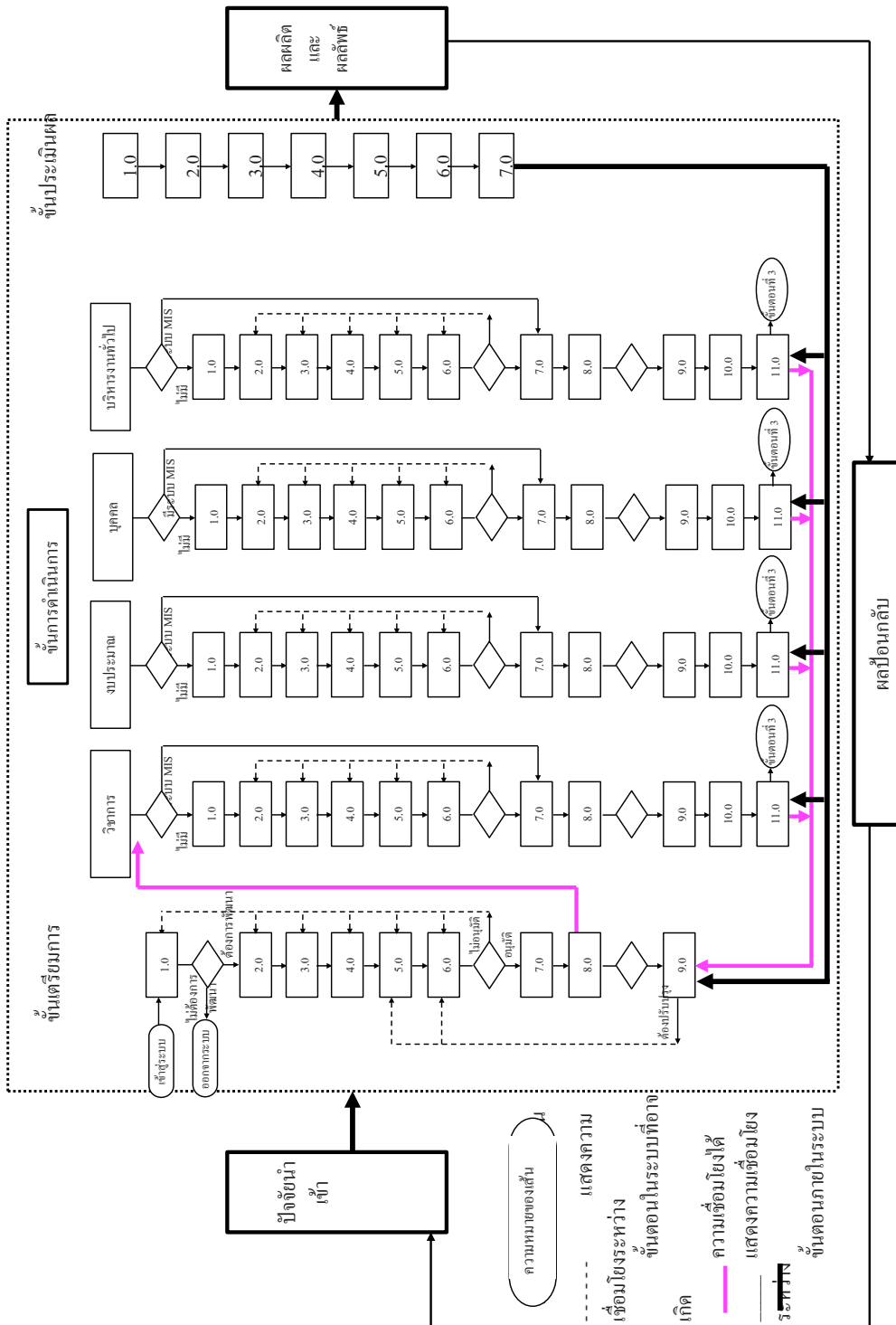
ต่อไปได้ 2) ผู้บริหารและครูได้รับสารสนเทศที่ตรงตามความต้องการจากระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการบริหารด้านงานต่างๆ ที่เหมาะสมนำไปสู่การพัฒนาวิชาการ

3.5 ผลป้อนกลับของระบบ (Feedback: ผลที่เป็นข้อบกพร่อง หรือ ปัญหาอันเกิดมาจากปัจจัยนำเข้า หรือ ขั้นตอนการดำเนินงานระบบที่ส่งผลกระทบต่อผลของการดำเนินงานของระบบซึ่งต้องทำการแก้ไขปรับปรุง) ตัวอย่างเช่น ผลการประเมินความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริหารและครูในสถานศึกษาเกี่ยวกับระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษา โดยนำผลดังกล่าวปรับปรุงแก้ไขต่อไป

สถานศึกษาจัดทำระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อบริหารงานบุคคล คณะทำงานระบบจะต้องนำผลการประเมินไปใช้เพื่อกำหนดแผนหรือวิธีการ ปรับปรุงผลการปฏิบัติงานในอนาคตต่อไป

ผู้ใช้ระบบ ได้แก่ผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากรของสถานศึกษาสังกัดกรุงเทพมหานครที่มีความต้องการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการทางการศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

รูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาชั้นพื้นฐานขนาดเล็กสังกัดกรุงเทพมหานคร แสดงดังแผนภาพ



แผนภาพ รูปแบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขนาดกลาง สังกัดกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

ประเด็นที่ 1 สภาพปัญหาการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร

จากผลวิจัยครั้งนี้ พบว่าสภาพปัญหาการบริหารงานตามขอบข่ายงานสถานศึกษานั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่างานวิชาการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดซึ่งสอดคล้อง ขนิตา รักษ์พลเมืองและคณะ (2548) ที่ศึกษาเรื่องสภาพปัญหาที่เกิดจากโครงการยกระดับคุณภาพโรงเรียนขนาดเล็กตามทฤษฎีของบุคลากรในสถานศึกษา พบว่าปัญหาที่พบมากที่สุดคือปัญหาด้านการบริหารวิชาการและ Hoy & Miskel (2001) กล่าวว่า การบริหารจัดการในโรงเรียนขนาดเล็กจะขาดแคลนทรัพยากรในการบริหารแทบทุกด้านโดยเฉพาะงานวิชาการ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนเป็นสำคัญ อันเป็นผลผลิตที่สำคัญที่สุด

ประเด็นที่ 2 สภาพการจัดระบบสารสนเทศและความต้องการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่าสภาพการจัดระบบสารสนเทศของสถานศึกษาที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันพบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ข้อมูลสารสนเทศมาใช้แต่ปริมาณและคุณภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ และพบว่าความต้องการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ของสถานศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพราะผู้บริหารจำเป็นต้องมีข้อมูลสารสนเทศอย่างเพียงพอในการวางแผน การตัดสินใจและสามารถใช้

ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดสอดคล้องกับ Drucker (1993) กล่าวว่า สารสนเทศที่ได้จากระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ จะสนับสนุนให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจวางแผน ประสานงาน และควบคุมการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นที่ 3 รูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร

3.1 รูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานครเป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ มีความถูกต้องและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ใช้การพัฒนาจากแนวคิดทฤษฎีระบบ (System Theory) Bertalanffy (1968) และนิศา ชูโต (2548) ที่ว่าวิธีการมองและคิดอย่างเป็นระบบของทฤษฎีระบบมีอิทธิพลต่องานวิจัยและพัฒนา โดยจะก่อให้เกิดการวิจัยที่มองรอบด้านในทุกองค์ประกอบของระบบในสภาพธรรมชาติ ก่อให้เกิดการปรับและแก้ไขปัญหาต่างๆ อยู่ตลอดเวลา ทำให้เชื่อถือได้ว่ารูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานครสามารถนำไปใช้ในสภาพพื้นที่ปฏิบัติงานจริงได้อย่างเป็นระบบ

3.2 รูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ปัจจัยนำเข้า 2) การดำเนินงาน 3) ผลผลิตและผลลัพธ์ 4) ผลย้อนกลับ สอดคล้องกับแนวคิดของ O'Brien (2000) ระบบข้อมูลย้อนกลับที่ดีมีส่วนปรับปรุงและพัฒนาระบบให้ดีขึ้น ทำให้เกิดความพึงพอใจและยังเป็นการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ระบบด้วยกัน นอกจากนี้

Montgomery (1993), Loudon&Loudon (2002) ที่กล่าวว่าระบบสารสนเทศที่ดี เกิดจากฐานข้อมูลมีการออกแบบที่ดี นับตั้งแต่การเตรียมการนำไปใช้ และการสรุปรายงานก็จะทำให้เกิดความสะดวกตรงต่อความต้องการ มีความถูกต้อง มีความสมบูรณ์ ชัดเจนและเรียกใช้ง่าย

ประเด็นที่4 เงื่อนไขสำคัญของการใช้รูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัดกรุงเทพมหานคร

4.1 ผู้บริหารสถานศึกษา ต้องมีวิสัยทัศน์ และกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงการบริหารสถานศึกษา สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีไร้ระเบียบ (Chaos Theory) ของ Lawrence(1948) อ้างในเมธาวิเลิศรตนา (2549) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเพียงเล็กน้อย อาจส่งผลกระทบอันใหญ่หลวง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดด คือ ก้าวสู่ระบบใหม่ มิติใหม่ (New Order)

4.2 การจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดทำระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาตามความต้องการของสถานศึกษาอย่างเพียงพอ และเหมาะสม ทั้งด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการปฏิบัติงานซึ่งอาจจะเป็นการลงทุนค่อนข้างสูงในระยะเริ่มต้น แต่จะเป็นผลดีต่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการศึกษา ซึ่งในข้อนี้ย่อมขึ้นอยู่กับนโยบายของหน่วยงานต้นสังกัดที่จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาในเรื่องดังกล่าวมากน้อยเพียงใดสอดคล้องกับงานวิจัยของวรกาญจน์ สุขสดเขียว (2550) พบว่าการขาดแคลนงบประมาณของสถานศึกษาจะทำให้เกิดปัญหาต่อเนื่องหลายประการ เช่น ปัญหานักเรียนออกกลางคัน ปัญหานักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน ปัญหาการ

ขาดแคลนครูและบุคลากรทางการศึกษาและปัญหาขาดแคลนอาคารสถานที่ สื่อการเรียนการสอน ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อปัญหาการพัฒนาคุณภาพการศึกษาทั้งสิ้น

4.3 การเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรภายในสถานศึกษาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษา เพื่อให้บุคลากรมีแนวปฏิบัติที่เป็นไปในแนวทางเดียวกันและที่เห็นความจำเป็นของการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ มีทัศนคติที่ดีเพื่อให้สามารถดำเนินการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพส่งผลกระทบต่อคุณภาพการศึกษาที่ดีขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของธีระพร อายุวัฒน์ (2552) พบว่าแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศในการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาควรได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่องทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการศึกษา สื่อ วัสดุ อุปกรณ์เพื่อการจัดเรียนการสอนที่ทันสมัย ตลอดจนเครื่องมือสำหรับการแสวงหาด้านแหล่งเรียนรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อมาจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ เพราะเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษามีความสำคัญต่อการบริหารสถานศึกษาและทำให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ควรพิจารณารูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก ไปเผยแพร่และใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาการบริหารสถานศึกษา

1.2 รูปแบบระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ สำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานขนาดเล็ก สังกัด กรุงเทพมหานครที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นนี้ ผู้วิจัย ได้นำเสนอปัจจัยนำเข้าของระบบสารสนเทศ ภูมิศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย คณะทำงานจัดทำ ระบบ (People), ฮาร์ดแวร์ (Hardware), ซอฟต์แวร์ (Software), ฐานข้อมูล (Database) สถานศึกษาสามารถเลือกนำไปใช้กับบริบท ของตน ในทำนองเดียวกับการดำเนินงานของ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ เป็นนำเสนอแนวทาง ให้สถานศึกษา สามารถเลือกดำเนินการระบบ อย่างหนึ่งอย่างใดก่อนหรือดำเนินการทุกระบบ

ทั้งหมด ได้แก่ งานวิชาการ งานงบประมาณ งานบุคลากร และบริหารงานทั่วไป โดยใช้ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและข้อจำกัด แต่ละแห่ง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนา ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ สำหรับสถานศึกษา สังกัดอื่น

2.2 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนา โปรแกรมสำเร็จรูประบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ สำหรับการบริหารสถานศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ . 2546. คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล. กรุงเทพฯ: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- เกริกไกร แก้วล้วน. 2550. ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการบริหารการศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ครรชิต มาลัยวงศ์ และคณะ. รายงานสำรวจสถานภาพและความพร้อมในการใช้งานคอมพิวเตอร์และระบบอินเทอร์เน็ตของโรงเรียนมัธยมศึกษาทั่วประเทศ. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2549.
- ชนิตา รัชพลเมืองและคณะ. 2548. รายงานการวิจัย สภาวะการขาดแคลนครูในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศมาเลเซีย. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.
- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์และไพบูลย์ เกียรติโกมล. ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- ธีระ ลาภิชชาญกุล. 2549. “การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อสนับสนุนการจัดการดำเนินงานอาคารของสถานศึกษา” วารสารการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (พฤษภาคม-สิงหาคม 2549)
- นิศา ชูโต .2548. การวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: บริษัท พรินต์โพร จำกัด.
- นิตยา ภัสสรศิริ. รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน . สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2546
- ปทีป เมธาคณวุฒิ. เทคโนโลยีสารสนเทศการบริหารสถาบันการศึกษา. กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์ประพันธ์สุริหาร, 2544.
- ประสิทธิ์ ทิมพุดิ และคณะ. 2549. การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ.กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์ดอกหญ้ากรุป.
- เมธาวี เลิศรัตน. 2549. ทฤษฎีไร้ระเบียบ. กรุงเทพฯ : โครงการสรรพสาส์น สำนักพิมพ์มูลนิธิเด็ก.
- สมยศ นาวิการ. 2544. การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ .
- สุเพชร จิระจกุล. ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์และการใช้โปรแกรม ArcGIS desktop เวอร์ชัน 9.1 .นนทบุรี : บริษัท เอส อาร์ พรินต์, 2549.
- ศรีไพร ตักดีรุ่งพงศ์กุลและคณะ. 2549. ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีการจัดการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.

วรกาญจน์ สุขสดเขียว. 2550. รูปแบบภาษีเพื่อการศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญา
ดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Hoy& MisKel. Educational administration : theory, research, and practice.
Boston : Mcraw-Hill. ,2001.

Bertalanffy,V.L. General system theory. New York : George Braziller, 1968.

Borrough,P.A. Principle of Geograhic Information Systems for Land Resources
Assesment .London: Oxford University,1986.

Campbell,R.F., Cobally, J.B. and Samseeyer,J.A. Introduction to Education
Administration. 3rded. Boston : Allyn and Bacon.,1969.

Cassidy,,T.J.Data for decisions in Development Education System : Analysis of
a Computer - Based Education Management Information System in the
area Republic of Egypt. Dissertation Abstracts International. ,1992.

Drucker,P. The coming of the New Organization. Harvard Bussiness Review
(Jan-Feb) :45-53.,1993.

Loudon, K.C.& Laudon, J. P.. Management Information System 5 ed .
Prectice-Hall,2002.

Montgomery, G.&Schuch,H. GIS Data Conversion and book. Fort Collins,,CO
: GIS World. ,1993.

Pickles,J. In Grand Truth:The Social Implicational of Geograhic Information
Systems. New York,1995.

Rodrigues,M.D. Application of geographic information systems in school
administration: A teaching case of school redistricting Ed.D.Columbia
University Teachers College. ,1995.

Senn,J.A. Information System in Mangement .Belment : Wedworth Publishing
Co, 1990.

Star,J.and Estes,J.E. Geographic Information Systems : An Introduction. Upper
Saddle River : Prentice – Hall.,1990.

Stair,R. M. and Reynolds.. Principles of Information Systems: A Managerial
Approach. Cam -bridge : course technology, 1994

O'Brien,J.A .Infrmion System:Essentials for the Internetworked Enterprise
(Irwin McGraw- Hill, 2000.

ความพึงพอใจของผู้นับบริการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลบางบัวทอง

The Satisfaction of Bang Bua Thong resident on
duties and services by Bang Bua Thong Sub-district
Administrative Organization

เฉลิมพร อภิชนาพงศ์ *

Chalernporn Apichanapong *

* บทความนี้เขียนเมื่อเป็นอาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ และปัจจุบันสังกัดคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
Full-time Faculty of Economics.

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการสรุปผลที่ได้มาจากการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบางบัวทองประจำปีงบประมาณ 2553 ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายและใช้เครื่องมือทางสถิติหาค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ยหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสถานภาพของประชาชนในตำบลบางบัวทองโดยวิธีการทดสอบสมมติฐาน t -test และ ANOVA ภายใต้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % โดยทำการสอบถามผู้รับบริการที่อาศัยในตำบลบางบัวทองหมู่ที่ 1-14 ยกเว้นหมู่ 2 จำนวน 404 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดระดับและลำดับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการในตำบลบางบัวทองที่มีต่อกระบวนการขั้นตอนการให้บริการจำนวน 5 ด้าน เพื่อวัดระดับและลำดับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการในตำบลบางบัวทองที่มีต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เพื่อวัดระดับและลำดับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการในตำบลบางบัวทองที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้ตอบ กับความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านต่างๆ ซึ่งผลการสำรวจสรุปได้ดังนี้

ผู้รับบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบางบัวทองมีความพึงพอใจลำดับแรก ได้แก่ ด้านการให้บริการจากเจ้าหน้าที่ รองลงมา ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ในสำนักงาน ด้านการบริหารจัดการของเจ้าหน้าที่ ด้านการดูแลผู้สูงอายุ ด้านการจัดเก็บขยะมูลฝอย ด้านงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านการส่งเสริมศาสนา และวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น ส่วนความพอใจลำดับสุดท้าย ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมภาคประชาชน

ส่วนการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ตอบกับความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านต่างๆ พบว่า ก) เพศ และระดับรายได้มีความพึงพอใจต่างกันในการจัดเก็บขยะมูลฝอย ข) อายุ อาชีพและระดับรายได้มีความพึงพอใจต่างกันในการดูแลผู้สูงอายุ ค) อาชีพและระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่างกันในงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ง) ประเภทชุมชน ระดับการศึกษาและเพศชายมีความพึงพอใจต่างกันในการมีส่วนร่วมภาคประชาชน และ จ) เพศมีความพึงพอใจต่างกันในการส่งเสริมศาสนาและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น

สำหรับข้อเสนอแนะนั้น เห็นว่าส่วนกลางควรกระจายอำนาจไปยังท้องถิ่นให้มากกว่าเดิม ให้เงินอุดหนุนเพิ่มมากขึ้น เพื่อจะได้ทำกิจกรรมต่างๆ ได้หลากหลาย มีคุณภาพ และเห็นด้วยกับข้อเสนอของคณะกรรมการปฏิรูปประเทศ (คปร.) ซึ่งมีนายอานันท์ ปันยารชุน อดีตนายกรัฐมนตรีเป็นประธานที่ได้ออกแถลงการณ์ต่อสื่อมวลชน พรรคการเมือง ว่าด้วยแนวทางปฏิรูปโครงสร้างอำนาจจากส่วนกลางไปสู่ท้องถิ่นเมื่อ 18 เมษายน 2554

คำสำคัญ ความพึงพอใจ องค์การบริหารส่วนตำบล อำนาจหน้าที่อบต.

Abstract

The objective of the article entitled “The Satisfaction of Bang Bua Thong resident on duties and services by Bang Bua Thong Sub-district Administrative Organization : BSAO” is to measure and rank the level of satisfaction on duties and services by BSAO and to study the relation between duties and services with the characteristics of Bang Bua Thong resident. The tools of descriptive statistic used to analyze the data are frequency, percentage and arithmetic mean. And inferential statistic used to test the hypothesis is t-test and ANOVA principle under 95 % confidential.

The first impressive satisfaction of Bang Bua Thong resident is the BSAO officer’s hospitality and followed by the modern of office automation, office management, aged care program, garbage management, prevention program on public hazard, local cultural and religious promotion and social participation respectively.

The relation between the residential characteristics and BSAO services found that 1) gender and level of income are significant on garbage management satisfaction, 2) age, occupation and level of income are significant on aged care program satisfaction, 3) occupation and background of education are significant on prevention program on public hazard satisfaction, 4) community and background of education are significant on social participative satisfaction, and 5) gender is significant on local cultural and religious promoting satisfaction.

The suggestion to increase the level of resident satisfaction in Sub-district administrative organizations is that more authority and budgeting from central government should allocated to SAO, and it also coincides with the idea of Reform Thailand Committee to decline provincial power and increase SAO authority.

Key word : Satisfaction Sub-district administrative organization Duties and services on BSO

บทนำ

แนวคิดในการจัดการปกครองส่วนท้องถิ่น เกิดขึ้นเพื่อส่งเสริมให้ท้องถิ่นมีอิสระในการปกครองตนเอง มีส่วนร่วมในการบริหาร มีสิทธิมีเสียงดำเนินการปกครองตนเอง อันเป็นรากฐาน และวิถีทางของการปกครองตามระบอบประชาธิปไตยทำให้ประชาชนรู้สึกว่าการตนเองได้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารที่ตนเองได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมือง เช่น ไปเลือกตั้ง ไปหาเสียงสนับสนุนผู้สมัครรับเลือกตั้ง เป็นต้น ทำให้เกิดความรับผิดชอบ เกิดความหวงแหน และปกป้องสิทธิผลประโยชน์ที่พึงจะได้รับ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ดีในการพัฒนาการเมืองระดับชาติต่อไป แต่ประโยชน์ของการปกครองส่วนท้องถิ่นที่เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมก็คือเหตุผลที่ว่าไม่มีผู้ใดจะรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการของท้องถิ่นได้ดีที่สุดเท่าที่ประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ เอง ซึ่งในการนี้จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของตนเอง ได้เรียนรู้กระบวนการทางการเมือง การปกครอง และการบริหารท้องถิ่น อันจะก่อให้เกิดผู้นำท้องถิ่นที่จะก้าวมาเป็นผู้นำระดับชาติต่อไป และยังเป็น การแบ่งภาระของรัฐบาล สอดคล้องกับแนวความคิดของนักรัฐศาสตร์เสรีนิยม ซึ่งสนับสนุนการปกครองตนเอง และท้องถิ่นด้วยทัศนะที่ว่า เป็นการสนับสนุนประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง มีสิทธิมีเสียงดำเนินการปกครองตนเอง อันเป็นรากฐานและวิถีทางการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย (ประหยัด หงษ์ทองคำ และอนันต์ เกตุวงศ์, 2524:14)

รูปแบบปัจจุบันขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ประชาชนมีสิทธิมีเสียงในการปกครองตนเอง ในการบริหารจัดการดูแลท้องถิ่นของ

ตัวเองมีตั้งแต่กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลซึ่งเป็นรูปแบบการกระจายอำนาจที่เล็กที่สุดเพื่อดูแลระดับตำบลให้มีการพัฒนาและเจริญก้าวหน้าทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเป็นไปตามหลักที่ว่า ส่วนรวมเกิดจากองค์ประกอบส่วนย่อย ถ้าส่วนย่อยเจริญก้าวหน้าส่วนรวมก็ย่อมเจริญตามไปด้วย โดยการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลจะมีกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรองรับความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นซึ่งทั้งนี้ เป็นไปตามอำนาจหน้าที่ที่ระบุไว้ใน พรบ.สภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 และอำนาจหน้าที่ตามพรบ.กำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 ซึ่งสรุปได้ว่าส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมบริการ (Service Activities) ที่มีทั้งหมดเป็น 2 ส่วน คือ 1. บริการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค (Public Utility Service) หมายถึง บริการที่ให้แก่ประชาชนทั่วไปอันเป็นการให้บริการที่กระจายกันไปทั้งพื้นที่ โดยผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาขอรับบริการโดยตรง ที่องค์การบริหารส่วนตำบลก็สามารถรับบริการได้ เช่น กิจกรรมการป้องกันน้ำท่วม การระบายน้ำ การซ่อมแซมถนนทางเท้า การบริการจัดเก็บขยะ การดูแลรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยของทางเท้า งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ฯลฯ 2. บริการเฉพาะด้าน (Specific Services) ซึ่งเป็นการให้บริการแก่ประชาชนแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความต้องการโดยเฉพาะ มีข้าราชการของหน่วยงานต่างๆ เป็นผู้คอยให้บริการ ณ ที่สำนักงานเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล เช่น ศูนย์บริการสาธารณสุข งานทะเบียนราษฎร งานโรงเรียนและงาน

ขออนุญาตก่อสร้างอาคาร ฯลฯ

งานดังกล่าวข้างต้นล้วนแล้วแต่เป็นงานให้บริการแก่ประชาชนและเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนทั้งสิ้น และจากลักษณะงานในองค์การบริหารส่วนตำบลจะเห็นว่าผู้ที่มีบทบาทสำคัญมากในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์คือ พนักงานเจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนตำบลที่จะต้องปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบายที่ผู้บริหารกำหนดเพื่อให้การบริการประชาชนได้ลุล่วง เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความพึงพอใจแก่ประชาชนสูงสุดด้วย จึงเป็นที่มาของบทความวิจัยนี้ที่ต้องการทราบความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี เพราะมีความเห็นว่าการบริการถือว่าเป็นด้านหน้าของการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดระหว่างหน่วยงานท้องถิ่นกับประชาชน เพราะถ้ามีบริการที่ดีย่อมทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อเจ้าหน้าที่ของรัฐและต่อหน่วยงานด้วย และสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวัดระดับและลำดับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการในตำบลบางบัวทองที่มีต่อกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ
2. เพื่อวัดระดับและลำดับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการในตำบลบางบัวทองที่มีต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. เพื่อวัดระดับและลำดับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการในตำบลบางบัวทองที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก

4. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแห่งสถานภาพส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ได้รับบริการในตำบลบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีประจำปีงบประมาณ 2553 โดยเก็บข้อมูลใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) กระจายไปตามสัดส่วนประชากรทุกหมู่ในตำบลบางบัวทองจำนวน 400 คนจากประชากร 43,000 คน ซึ่งตัวเลขดังกล่าวได้มาจากตารางสุ่มสำเร็จที่กำหนดประชากร 40,000 คน จำนวนตัวอย่าง 380 คน (Krejcie and Morgan 1970:608) เครื่องมือในการเก็บข้อมูลได้แก่แบบสอบถามอันประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับการให้บริการด้านต่างๆ และข้อเสนอแนะให้กับผู้บริหาร และเครื่องมือที่ใช้ในการเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปช่วยในการวิเคราะห์ ซึ่งสอบถามความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการในด้านต่างๆ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ เป็นสถิติเชิงพรรณนาคือความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปช่วยในการวิเคราะห์ และสถิติเชิงอนุมานหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสถานภาพของประชาชนในตำบลบางบัวทองโดยวิธีการทดสอบสมมติฐาน t -test และ ANOVA ภายใต้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 %

ผลการศึกษา

ลักษณะทั่วไปของตำบลบางบัวทอง

องค์การบริหารส่วนตำบลบางบัวทอง มีภารกิจที่สำคัญคือการดูแลทุกข์สุขของประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลบางบัวทอง อำเภอ บางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีให้มีความสุข ความสะดวก ความสบาย ความปลอดภัยในชีวิต

และทรัพย์สิน มีการบริหารจัดการจากเจ้าหน้าที่ที่ได้อำนาจจากกฎหมายโดยมีนายกองค์การบริหารส่วนตำบลและทีมผู้บริหารซึ่งได้มาจากการเลือกตั้ง เป็นผู้ดูแล กำกับ ซึ่งตำบลนี้ประกอบด้วยหมู่บ้าน 13 หมู่ มีจำนวนประชากร 43,000 คน (มีนาคม 2553) โดยรายละเอียดเป็นไปตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรจำแนกตามหมู่และชื่อหมู่บ้าน

หมู่	ชื่อหมู่บ้าน	จำนวนประชากร (คน)
1	บ้านหนองเชียงโคตร	9177
3	บ้านสามค่าย	3593
4	บ้านโรงสวด	3423
5	บ้านโสนลอย	2199
6	บ้านปากคลองตาคล้าย	4032
7	บ้านคลองตาคล้าย	1280
8	บ้านคลองเจ๊ก	908
9	บ้านคลองเจ๊กเล็ก	160
10	บ้านปลายคลองลำรี	616
11	บ้านคลองเจ๊กใหญ่	3583
12	บ้านคลองลำรี	2054
13	บ้านคลองสามวัง	6137
14	บ้านคลองลำรืตอนล่าง	5838
		43000

จากสภาพภูมิศาสตร์ แต่เดิมพื้นที่ในตำบลบางบัวทองนี้ เหมาะสมสำหรับเกษตรกรรม เนื่องจากเป็นที่ราบลุ่ม มีลำคลองหลายสาย ไหลผ่านโดยเฉพาะคลองบางบัวทอง ซึ่งเป็นลำคลองที่เชื่อมต่อกับแม่น้ำเจ้าพระยา บ้านเรือนราษฎรกระจายกันอยู่ตามริมคลอง การสัญจรแต่เดิมใช้เรือเป็นส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่มีบ้านเรือนตั้งอยู่กระจัดกระจายตามลักษณะของชุมชน

เกษตรดังจะเห็นจากตัวเลขในตารางที่ 1 ซึ่งจำนวนประชากรแต่ละหมู่บ้านมีจำนวนไม่มาก เป็นไปตามลักษณะของชุมชนเกษตรที่พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเรือสวน ไร่นา สอดคล้องกับการเข้าไปสำรวจพื้นที่จริง โดยหมู่บ้านที่มีลักษณะเป็นชุมชนเกษตรนั้นประกอบด้วย หมู่ที่ 7 8 9 10 และ 12 ต่อมา มีการตัดถนน บางกรวย-ไทรน้อย ประชาชนจึงหันมาใช้รถยนต์

มากขึ้น ประกอบกับการขยายตัวของประชากร และอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครมีการคมนาคมที่สะดวก และอนาคตมีสถานีรถไฟฟ้าวัดใหม่ใกล้จากบางหมู่บ้านในตำบลบางบัวทอง จึงมีการก่อสร้างที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น สภาพชุมชนก็เริ่มเปลี่ยนแปลงจากชุมชนเกษตรที่มีบ้านเรือนกระจัดกระจายมาเป็นชุมชนเมือง อาทิเช่น หมู่ 1 3 4 5 6 11 13 14 ตำบลดังกล่าวมีบ้านเรือนกระจุกตัวหนาแน่นทั้งเป็นหมู่บ้านจัดสรรและอาคารพาณิชย์มีตลาดสด สถานีรถไฟประจำทางขสมก. ระหว่างบางบัวทองกับกทม. พื้นที่ดังกล่าวจึงมีสภาพกลายเป็นชุมชนเมืองแทนชุมชนเกษตร ดังนั้นภารกิจขององค์การบริหารส่วนตำบลบางบัวทองจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถของผู้บริหารและทุกฝ่ายเนื่องจากสภาพที่แตกต่างกันทางเศรษฐกิจและสังคม จะต้องบริหารอย่างมีความรับผิดชอบมากขึ้น เพื่อให้บริการแก่ประชาชนไม่ว่าจะเป็นงานด้านโยธา สาธารณสุข สังคม การศึกษาและการเกษตร โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนได้รับความพอใจมากที่สุด

ความหมายความพึงพอใจ

ก่อนที่จะรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของประชาชนที่ได้จากงานภาคสนาม ขอกล่าวถึงความหมายของความพึงพอใจก่อน เพราะความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในมนุษย์ตั้งแต่ต้นจนสิ้นอายุขัย แต่ละคนได้รับความพึงพอใจจากสิ่งที่เข้ามาสัมผัสกับอารมณ์ของตนเองในระดับต่างๆ บางคนมีความพึงพอใจมาก บางคนน้อยทั้งๆ ที่เป็นการได้รับหรือมีประสบการณ์ในสิ่งเดียวกันการที่เป็นเช่นนี้เพราะขึ้นอยู่กับสถานะสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันไป โดยเปรียบเทียบกับความพอใจที่คาดหวัง

(Expectation) กับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง (Actual) เพื่อให้เห็นถึงความหมายของความพึงพอใจ จึงขอนำคำอธิบายจากนักวิชาการหลายท่านที่ได้ให้นิยามความหมาย ของความพึงพอใจซึ่งพอจะสรุปให้เห็นดังนี้

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จ ตามความมุ่งหมาย (goals) ความต้องการ (need) หรือแรงจูงใจ (motivation) (Wolman, 1973) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึที่ดีมีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ (Quirk, 1987) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ (Hornby, 2000) ความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542, หน้า 775) ความพึงพอใจ (satisfaction) เป็นความรู้สึก (feeling) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลนั้นได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการ ได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นไปตามเป้าหมายที่ตนเองต้องการ ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกันย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ต่างกันแล้วแต่บุคคล (กุลเกิลกูรู วันที่สืบค้น 27/04/54) ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลง และความตึงเครียดนี้เป็นผลมาจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์มีความต้องการมากจะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้องเมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนอง ความตึงเครียดจะน้อยลงหรือหมดไป ทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจ (Morse, 1955, p.27 อ้างใน วรณี บันเทิง และคณะ, 2533, หน้า 24) ความพึงพอใจ หมายถึง เป็นการให้ค่า

ความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับระบบโนทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมค่าของความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมซึ่งจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี เลว พอใจ ไม่สนใจ เป็นต้น (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร 2536) ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน (basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ (McCormic, 1965 อ้างถึงใน สุวัฒน์ บุญเรือง, 2545, หน้า 9)

จากความข้างต้นอาจจะสรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความพอใจ ชอบใจ และมีความสุข ที่ความต้องการ หรือเป้าหมาย ที่ตั้งใจไว้บรรลุผลหรือสมหวัง เป็นความพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับทั้งทางกายและใจ และการได้รับความพอใจนั้นเกิดขึ้นได้หรือเป็นผลมาจากความต้องการของบุคคล ถ้าไม่มีความต้องการในสิ่งนั้นความพอใจคงจะไม่มีหรือไม่เกิดขึ้นอย่างแน่นอน แต่เมื่อมีความต้องการและได้รับการสนองตอบ ก็เป็นที่แน่นอนว่าความพอใจย่อมจะเกิดขึ้น แต่ระดับความพอใจมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของบุคคลนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ตลอดจนสภาพท้องถิ่นที่อาศัยซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในการวิจัยครั้งนี้และจะได้นำเสนอต่อไป

เนื่องจากความพึงพอใจเป็นผลมาจากมนุษย์มีความต้องการในสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการมาบริโภคผ่านอวัยวะสัมผัสต่างๆ ของร่างกายไม่ว่าจะเป็นปาก ตา หู มือ หรือจิตใจ เพื่อสนองความต้องการของตนไม่มีที่สิ้นสุดความพึงพอใจเป็นผลมาจากความต้องการดังนั้นเพื่อความสมบูรณ์ของงานชิ้นนี้จึงขอนำความรู้เกี่ยวกับความต้องการที่นักจิตวิทยาผู้มี

ชื่อเสียงหลายท่านได้อธิบายซึ่งเป็นที่ยอมรับเป็นทฤษฎีนำมาใช้ในปัจจุบันดังนี้

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์

อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน เป็นผู้วางรากฐานจิตวิทยามนุษยนิยม ทฤษฎีของเขามีพื้นฐานอยู่บนความคิดที่ว่า การตอบสนองแรงขับเป็นหลักการเพียงอันเดียวที่มีความสำคัญที่สุดซึ่งอยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ มาสโลว์มีหลักการที่สำคัญเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยเน้นในเรื่องลำดับขั้นความต้องการเขามีความเชื่อว่ามนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้นแรงจูงใจของคนเรามาจากความต้องการพฤติกรรมของคนเรา มุ่งไปสู่การตอบสนองความพอใจ มาสโลว์ แบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับด้วยกัน (http://web.rmut.ac.th/larts/phy/module7/unit7_7.html) ได้แก่

1. มนุษย์มีความต้องการ และความต้องการมีอยู่เสมอ ไม่มีที่สิ้นสุด
2. ความต้องการที่ได้รับการสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจสำหรับพฤติกรรมต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการสนองเท่านั้น ที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม
3. ความต้องการของคนซ้ำซ้อนกัน บางทีความต้องการหนึ่ง ได้รับการสนองแล้วยังไม่สิ้นสุดก็เกิดความต้องการด้านอื่นขึ้นอีก
4. ความต้องการของคนมีลักษณะเป็นลำดับขั้น ความสำคัญกล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนอง
5. ความต้องการเป็นตัวตนที่แท้จริงของตนเอง

ลำดับความต้องการพื้นฐานของ Maslow เรียกว่า **Hierarchy of Needs** มี 5 ลำดับขั้น ดังนี้

1. ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นต้องการในปัจจัย 4 เพื่อความอยู่รอด ได้แก่ ที่อยู่อาศัย ยา อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ความต้องการเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคน จึงมีความต้องการพื้นฐานขั้นแรกที่มนุษย์ทุกคนต้องการบรรลุให้ได้ก่อน

2. ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety needs) ได้แก่ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินซึ่งจะเกิดหลังจากที่มนุษย์บรรลุความต้องการด้านร่างกาย ทำให้ชีวิตสามารถดำรงอยู่ในขั้นแรกแล้ว

3. ความต้องการความรักและการเป็นเจ้าของ (Belonging and love needs) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากการที่มีชีวิตอยู่รอดแล้ว มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแล้ว มนุษย์จะเริ่มมองหาความรักจากผู้อื่น ต้องการที่จะเป็นเจ้าของสิ่งต่างๆ ที่ตนเองครอบครองอยู่ตลอดไป เช่น ต้องการให้พ่อแม่ พี่น้อง คนรัก รักเราและต้องการให้เขาเหล่านั้นรักเราคนเดียว ไม่ต้องการให้เขาเหล่านั้นไปรักคนอื่น โดยการแสดงความเป็นเจ้าของ เป็นต้น

4. ความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น (Esteem needs) เป็นความต้องการอีกขั้นหนึ่งหลังจากได้รับความต้องการทางร่างกาย ความปลอดภัย ความรักและเป็นเจ้าของแล้ว จะต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น ต้องการได้รับเกียรติจากผู้อื่น เช่น ต้องการการเรียกขานจากบุคคลทั่วไปอย่างสุภาพ ให้ความเคารพนับถือตามควรไม่ต้องการการกดขี่หมิ่นเหม่งจากผู้อื่น เนื่องจากทุกคนมีเกียรติและศักดิ์ศรีของความ

เป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน

5. ความต้องการความเป็นตัวตนอันแท้จริงของตนเอง (Self-actualization needs) เป็นความต้องการขั้นสุดท้าย หลังจากที่ผ่านมาความต้องการความเป็นส่วนตัว เป็นความต้องการที่แท้จริงของตนเอง ลดความต้องการภายนอกลงหันมาต้องการสิ่งที่ตนเองมีและเป็นอยู่ ซึ่งเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ แต่ความต้องการในขั้นนี้มักเกิดขึ้นได้ยาก เพราะต้องผ่านความต้องการในขั้นอื่นๆ มาก่อนและต้องมีความเข้าใจในชีวิตเป็นอย่างดี

ทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factors Theory)

เป็นทฤษฎีที่ Frederick K. Herzberg นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ได้ศึกษาทำการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคล โดยศึกษาถึงความต้องการของคนในองค์กร หรือการจูงใจจากการทำงาน โดยเฉพาะเจาะจงโดยศึกษาว่าคนเราต้องการอะไรจากงานคำตอบก็คือ บุคคลต้องการความสุขจากการทำงาน ซึ่งสรุปได้ว่า ความสุขจากการทำงานนั้น เกิดมาจากความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในงานที่ทำ โดยความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจในงานที่ทำนั้น ไม่ได้มาจากกลุ่มเดียวกัน แต่มีสาเหตุมาจากปัจจัยสองกลุ่ม คือ ปัจจัยจูงใจ (Motivational Factors) และปัจจัยค้ำจุนหรือปัจจัยสุขศาสตร์ (Maintenance or Hygiene Factors)

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivational Factors)

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เพื่อจูงใจให้คนชอบและรักงานที่ปฏิบัติเป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดความพึงพอใจให้แก่บุคคลในองค์กร ให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในของบุคคลได้ด้วย อันได้แก่

1.1 ความสำเร็จในงานที่ทำของบุคคล (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้น และประสบความสำเร็จอย่างดี เป็นความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น เมื่อผลงานสำเร็จ จึงเกิดความรู้สึกพอใจและปลาบปลื้มในผลสำเร็จของงานนั้นๆ

1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชา จากเพื่อน จากผู้มาขอรับคำปรึกษาหรือ จากบุคคลในหน่วยงาน การยอมรับนี้อาจจะอยู่ในรูปของการยกย่องชมเชย แสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการแสดงออกอื่นใดที่ก่อให้เกิดถึงการยอมรับในความสามารถ เมื่อได้ทำงานอย่างหนึ่งอย่างใด บรรลุผลสำเร็จ การยอมรับนับถือจะแฝงอยู่กับความสำเร็จในงานด้วย

1.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (The Work Itself) หมายถึง งานที่น่าสนใจ งานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ท้าทายให้ลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพังแต่ผู้เดียว

1.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมาย ให้รับผิดชอบงานใหม่ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ที่ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

1.5 ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง ได้รับเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้นของบุคคลในองค์การ การมีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มหรือได้รับการฝึกอบรม

2. ปัจจัยด้านทุนหรือปัจจัยสุขศาสตร์ (Maintenance or Hygiene Factors) หมายถึง ปัจจัยที่จะช่วยให้แรงจูงใจ ในการทำงานของ

บุคคลมีอยู่ตลอดเวลา ถ้าไม่มีหรือมีในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์การบุคคลในองค์การจะเกิดความไม่ชอบงานขึ้น และเป็นปัจจัยที่มาจากภายนอกตัวบุคคล ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่

2.1 เงินเดือน (Salary) หมายถึง เงินเดือน และการเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้นๆ เป็นที่พอใจของบุคลากรที่ทำงาน

2.2 โอกาสได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility of Growth) หมายถึง การที่บุคคลได้รับการแต่งตั้งเลื่อนตำแหน่งภายในหน่วยงานแล้ว รวมถึง สถานการณ์ที่บุคคลสามารถได้รับความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพด้วย

2.3 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relation Superior, Subordinate and Peers) หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาจา ที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี

2.4 สถานะทางอาชีพ (Status) หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคมที่มีเกียรติและศักดิ์ศรี

2.5 นโยบายและการบริการ (Company Policy and Administration) หมายถึง การจัดการและการบริหารขององค์การ การติดต่อสื่อสารภายในองค์การ

2.6 สภาพการทำงาน (Working Conditions) หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้ง ลักษณะของสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้

2.7 ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal life) ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี อันเป็นผลที่ได้รับจากงาน ในหน้าที่ เช่น การที่บุคคลถูกย้ายไปทำงานใน

ที่แห่งใหม่ ซึ่งห่างไกลจากครอบครัว ทำให้ไม่มีความสุข และไม่พอใจกับการทำงานในที่แห่งใหม่

2.8 ความมั่นคงในการทำงาน (Security)

หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์กร

2.9 วิธีการปกครองบังคับบัญชา (Supervision-Technical) หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการทำงาน หรือความยุติธรรมในการบริหาร

จากทฤษฎีสองปัจจัย สรุปได้ว่าปัจจัยทั้ง 2 ด้านนี้ เป็นสิ่งที่คนต้องการ เพราะเป็นแรงจูงใจในการทำงาน องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยจูงใจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ทำให้คนเกิดความสุขในการทำงาน โดยมีความสัมพันธ์กับกรอบแนวคิดที่ว่า เมื่อคนได้รับการตอบสนองด้วยปัจจัยชนิดนี้ จะช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน ผลที่ตามมาก็คือ คนจะเกิดความพึงพอใจในงาน สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนปัจจัยค่าจูน หรือสุขศาสตร์ทำหน้าที่เป็นตัวป้องกันมิให้คนเกิดความไม่มีความสุข หรือไม่พึงพอใจในงานขึ้น ช่วยทำให้คนเปลี่ยนเจตคติจากการ ไม่อยากทำงานมาสู่ความพร้อมที่จะทำงาน

นอกจากนี้ Herzberg ยังได้อธิบายเพิ่มเติมอีกว่า องค์ประกอบทางด้านการจูงใจจะต้องมีค่าเป็นบวกเท่านั้น จึงจะทำให้บุคคลมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานขึ้นมาได้ แต่ถ้าหากว่ามีค่าเป็นลบ จะทำให้บุคคลไม่พึงพอใจในงาน ส่วนองค์ประกอบทางด้านการค่าจูน ถ้าหากว่ามีค่าเป็นลบ บุคคลจะไม่มีความรู้สึกไม่พึงพอใจในงานแต่อย่างใดเนื่องจากองค์ประกอบทางด้านปัจจัยนี้ มีหน้าที่ค่าจูนหรือบำรุงรักษาบุคคลให้มีความพึงพอใจในงานอยู่แล้ว สรุปได้

ว่า ปัจจัยทั้งสองนี้ ควรจะต้องมีในทางบวก จึงจะทำให้ความพึงพอใจในการทำงานของบุคคลเพิ่มขึ้น จากทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg เป็นทฤษฎีที่ศึกษาเกี่ยวกับขวัญโดยจะขวัญมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับความพึงพอใจและการจูงใจ ซึ่งเกิดจากปัจจัยจูงใจและปัจจัยค่าจูนนั่นเอง

ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer (ERG Theory)

ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ แต่ไม่คำนึงถึงขั้นความต้องการว่าความต้องการใดเกิดขึ้นก่อนหรือหลัง และความต้องการหลายอย่างอาจเกิดขึ้นพร้อมกันได้ ความต้องการตามทฤษฎี ERG จะมีน้อยกว่าความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

1. ความต้องการเพื่อความอยู่รอด (Existence needs (E)) เป็นความต้องการพื้นฐานของร่างกายเพื่อให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ เช่น ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น เป็นความต้องการในระดับต่ำสุดและมีลักษณะเป็นรูปธรรมสูงสุด ประกอบด้วยความต้องการทางร่างกายบวกด้วยความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคงตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารสามารถตอบสนองความต้องการในด้านนี้ได้ ด้วยการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม มีสวัสดิการที่ดี มีเงินโบนัส รวมถึงทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชารู้สึกมั่นคงปลอดภัยจากการทำงาน ได้รับความยุติธรรม มีการทำสัญญาว่าจ้างการทำงาน เป็นต้น

2. ความต้องการมีสัมพันธภาพ (Relatedness needs (R)) เป็นความต้องการที่จะให้และได้รับไมตรีจิตจากบุคคลที่แวดล้อม เป็น

ความต้องการที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมน้อยลง ประกอบด้วยความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรในองค์การมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลภายนอกด้วย เช่น การจัดกิจกรรมที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม เป็นต้น

3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth needs (G)) เป็นความต้องการในระดับสูงสุดของบุคคลซึ่งมีความเป็นรูปธรรมต่ำสุด ประกอบด้วยความต้องการการยกย่องบวกด้วยความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเองให้เจริญก้าวหน้าด้วยการพิจารณาเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง หรือมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานกว้างขึ้น โดยมีหน้าที่การงานสูงขึ้น อันเป็นโอกาสที่พนักงานจะก้าวไปสู่ความสำเร็จ

ภารกิจที่องค์การบริหารส่วนตำบลต้องทำและอาจทำ

ต่อไปนี้จะเป็นการนำผลการสำรวจมาทำการวิเคราะห์ โดยเริ่มต้นจะอธิบายถึงภารกิจหลักขององค์การบริหารส่วนตำบลทุกแห่งในประเทศไทยต้องปฏิบัติก่อน ภารกิจขององค์การบริหารส่วนตำบลทุกแห่งมีทางเลือกสองประการคือภารกิจที่ต้องทำและอาจจัดทำในเขตของตนเองซึ่งเป็นไปตามอำนาจของกฎหมาย การจัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 โดยกิจการต้องทำมีอยู่ 9 ประการซึ่งครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ได้แก่

1. จัดให้มีและบำรุงรักษาทางน้ำและทางบก

2. รักษาความสะอาดของถนน ทางน้ำ ทางเดิน และที่สาธารณะ รวมทั้งกำจัดมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล

3. ป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ

4. ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

5. ส่งเสริมการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม

6. ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

7. คุ้มครอง ดูแลและบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

8. บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น

9. ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ทางราชการมอบหมาย โดยจัดสรรงบประมาณหรือบุคลากรให้ตามความจำเป็นและสมควร

ส่วนกิจการที่องค์การบริหารส่วนตำบลอาจจัดทำในเขต อบต. มีอยู่ 13 ประการได้แก่

1. ให้มีน้ำเพื่อการบริโภค อุปโภค และการเกษตร

2. ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าหรือแสงสว่างโดยวิธีอื่น

3. ให้มีและบำรุงรักษาทางระบายน้ำ

4. ให้มีและบำรุงสถานที่ประชุม การกีฬา การพักผ่อนหย่อนใจ และสวนสาธารณะ

5. ให้มีและส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรและกิจการสหกรณ์

6. ส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมในครอบครัว

7. บำรุงและส่งเสริมการประกอบอาชีพของราษฎร

8. การคุ้มครองดูแลและรักษาทรัพย์สินอันเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดิน

9. หาผลประโยชน์จากทรัพย์สินของ อบต.

10. ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือ และท่าข้าม
11. กิจกรรมเกี่ยวกับการพาณิชย์
12. การท่องเที่ยว
13. การผังเมือง

โดยองค์การบริหารส่วนตำบลใดที่มีศักยภาพเพียงพอก็สามารถที่จะดำเนินกิจกรรมทั้งในส่วนภาคบังคับและสมัครใจ

สำหรับกิจกรรมเพื่อขจัดทุกข์บำรุงสุขให้กับประชาชนในเขตการบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลบางบัวทอง พบว่าในปีงบประมาณ 2553 ภารกิจส่วนใหญ่จะเป็นไปในสิ่งที่ อบต. ต้องทำและฝ่ายบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลบางบัวทองมีความต้องการจะทราบความพึงพอใจในด้านหลักๆ ที่ได้ดำเนินการไปแล้วและเพื่อให้สอดคล้องกับการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานราชการเพื่อกำหนดผลประโยชน์ตอบแทนอื่นเป็นกรณีพิเศษ ซึ่งเป็นการวัดด้านคุณภาพการ

ให้บริการ โดยพิจารณาจากความพึงพอใจด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จึงกำหนดให้มีการสำรวจความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ 5 ด้านหลัก ซึ่งเป็นไปในกิจกรรมที่อบต. ต้องทำ ได้แก่ ด้านการจัดเก็บขยะ ด้านการดูแลผู้สูงอายุ ด้านงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านการมีส่วนร่วมภาคประชาชน และด้านการส่งเสริมศาสนาและวัฒนธรรมส่วนท้องถิ่น

ผลการประเมินความพึงพอใจและการอภิปรายผล

ก) ผลการสำรวจความพึงพอใจของประชาชนในตำบลบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี พบว่าร้อยละ 66.66 มีความพึงพอใจรวมในการให้บริการด้านต่าง ๆ (หรือคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรวมเท่ากับ 2.00 จาก 3.00) ซึ่งรายละเอียดเป็นไปตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของประชาชนตำบลบางบัวทองที่มีต่อบริการด้านต่าง ๆ

	มาก	ปานกลาง	น้อย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ลำดับ
ภาพรวมด้านการจัดเก็บขยะมูลฝอย	23.32	49.52	27.16	1.96	ปานกลาง	5
ภาพรวมด้านการดูแลผู้สูงอายุ	35.22	30.95	33.83	2.01	ปานกลาง	4
ภาพรวมด้านงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย	19.92	32.53	47.55	1.72	ปานกลาง	6
ภาพรวมด้านการมีส่วนร่วมภาคประชาชน	15.42	31.06	53.52	1.62	น้อย	8
ภาพรวมด้านการส่งเสริมศาสนาและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น	19.68	29.21	51.11	1.69	ปานกลาง	7
ภาพรวมด้านเจ้าหน้าที่	47.53	34.45	18.02	2.30	ปานกลาง	1
ภาพรวมด้านการจัดการ	30.51	44.79	24.70	2.06	ปานกลาง	3
ภาพรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของสำนักงาน อบต.	42.30	39.97	17.73	2.25	ปานกลาง	2
ภาพรวมทุกด้าน	2.00				ปานกลาง	

โดยความพึงพอใจลำดับแรกได้แก่การให้บริการจากเจ้าหน้าที่ ซึ่งมีอรรถาศัยดี สุภาพ มีความเต็มใจให้บริการ ลำดับความพอใจรองลงมาได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ในสำนักงาน ด้านการบริหารจัดการของเจ้าหน้าที่ ด้านการดูแลผู้สูงอายุ ด้านการจัดเก็บขยะมูลฝอย ด้านงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ด้านการส่งเสริมศาสนาและวัฒนธรรมประจำ

ท้องถิ่น และด้านการมีส่วนร่วมภาคประชาชน สำหรับรายละเอียดของความพึงพอใจแต่ละด้านซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในงานวิจัยดังต่อไปนี้

ข) ผลการสำรวจเพื่อวัดระดับและลำดับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการในตำบลบางบัวทองที่มีต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ตารางที่ 3 ลำดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

การให้บริการ	มาก	ปานกลาง	น้อย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ลำดับ
เจ้าหน้าที่ (คน/ร้อยละ)						
- ความเต็มใจในการให้บริการ	197	132	69	2.32	ปานกลาง	1
	49.50	33.17	17.33			
- ความมีน้ำใจ	172	153	73	2.25	ปานกลาง	3
	43.22	38.44	18.34			
- ความสุภาพ อธิยาศัยดี หน้าตา ยิ้มแย้ม แต่งกายเหมาะสม	198	126	73	2.31	ปานกลาง	2
	49.87	31.74	18.39			
ภาพรวมด้านเจ้าหน้าที่	47.53	34.45	18.02	2.30	ปานกลาง	

จากการสำรวจพบว่าประชาชนมีความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่โดยเฉพาะความเต็มใจในการให้บริการเป็นลำดับแรกและตามด้วย ความสุภาพ อรรถาศัยดี หน้าตายิ้มแย้ม

แต่งกายเหมาะสม และมีความเต็มใจในการให้บริการ ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าประชาชนมีความพอใจด้านนี้มากกว่าด้านอื่นๆ ซึ่งจะได้อธิบายสาเหตุต่อไป

ค) ผลการสำรวจเพื่อวัดระดับและลำดับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการในตำบลบางบัวทองที่มีต่อกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ

ตารางที่ 4 ลำดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ

การให้บริการ	มาก	ปานกลาง	น้อย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ลำดับ
ด้านการจัดการ						
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	162	144	88	2.19	ปานกลาง	1
	41.12	36.55	22.33			
- ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก	137	168	86	2.13	ปานกลาง	2
	35.04	42.97	21.99			
- การให้บริการตรงต่อเวลา	86	196	99	1.97	ปานกลาง	3
	22.58	51.44	25.98			
- ให้บริการตามขั้นตอน ไม่มีการเลือกที่รักมักที่ชัง	90	186	110	1.95	ปานกลาง	4
	23.32	48.19	28.49			
ภาพรวมด้านการจัดการ	30.51	44.79	24.70	2.06	ปานกลาง	

สำหรับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อขั้นตอนการให้บริการนั้น พบว่าความรวดเร็วในการให้บริการเป็นที่พอใจลำดับแรกรองลงมา คือ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก มีการให้บริการตรงต่อเวลาและให้การบริการโดยเสมอภาค

ง) ผลการสำรวจเพื่อวัดระดับและลำดับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการในตำบลบางบัวทองที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 5 ลำดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกของ อบต.

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	มาก	ปานกลาง	น้อย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ลำดับ
- อาคารสถานที่สวยงาม เรียบร้อย ดูสะอาดตา	260	97	36	2.57	มาก	1
	66.16	24.68	9.16			
- มีที่จอดรถเพียงพอ	218	102	73	2.37	มาก	2
	55.47	25.95	18.58			
- การดูแลความปลอดภัยใน ทรัพย์สินของผู้มาติดต่อ	119	205	69	2.13	ปานกลาง	7
	30.28	52.16	17.56			
- การอำนวยความสะดวก ในการจราจรในอบต.	148	165	75	2.19	ปานกลาง	6
	38.14	42.53	19.33			
- มีที่นั่งเพียงพอสำหรับรอรับ การให้บริการ	186	132	76	2.28	ปานกลาง	3
	47.21	33.5	19.29			
- มีป้ายประกาศระบุข้อความชัดเจน	155	161	70	2.22	ปานกลาง	4
	40.16	41.71	18.13			
- จำนวนห้องน้ำเพียงพอ	105	193	94	2.03	ปานกลาง	8
	26.79	49.23	23.98			
- ความสะอาดของห้องน้ำ	134	196	62	2.18	ปานกลาง	5
	34.18	50	15.82			
ภาพรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	42.30	39.97	17.73	2.25	ปานกลาง	

เนื่องจากอบต.แห่งนี้เพิ่งจะย้ายที่ทำการใหม่ ดังนั้นความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกของ อบต. นั้นเป็นลำดับแรก ได้แก่ อาคารสถานที่สวยงามเรียบร้อยดูสะอาดตา รองลงมา ได้แก่ สถานที่ที่มีที่จอดรถเพียงพอ มีการดูแลความปลอดภัยในทรัพย์สินของผู้มาติดต่อ มีการอำนวยความสะดวกในการจราจรใน อบต. มีที่นั่งเพียงพอสำหรับรอรับการให้บริการ มีป้ายประกาศ

ระบุข้อความชัดเจนจำนวนห้องน้ำเพียงพอ และลำดับสุดท้ายคือความสะอาดของห้องน้ำ

ผลจากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับจากการให้บริการของ อบต. บางบัวทองนั้น เป็นที่น่าสังเกตว่าความพึงพอใจจากการให้บริการจากเจ้าหน้าที่ซึ่งอยู่ในลำดับแรก จะสอดคล้องกับงานวิจัยจากขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเทศบาล

องค์การบริหารส่วนจังหวัดหรือส่วนตำบล เช่น การสำรวจความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของพนักงานส่วนตำบล ศึกษาเฉพาะที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแลง (ทิวา ประสุพรรณ 2547) การสำรวจความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการของเทศบาลเมืองศรีราชา (วรรณิ์ เดียวอิสเรศ 2548) รายงานการวิจัยการประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา (สโรชา แพร่ภาษา 2549) การสำรวจและประเมินคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลท่าซุง(จุมล ระบอบ 2551) ที่ทุกผลการสำรวจจะบ่งชี้ว่าความพึงพอใจของประชาชนที่เข้ามาใช้หรือรับบริการด้านต่างๆ จาก อบต. นั้น ประชาชนมีความพึงพอใจด้านการให้บริการจากเจ้าหน้าที่มากกว่าด้านอื่น ๆ

ความเห็นของผู้วิจัยที่ได้มาจากการค้นพบจากการสำรวจและค้นคว้างานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องลักษณะนี้ คิดว่าการที่ประชาชนในท้องถิ่นมีความพึงพอใจต่อการให้บริการจากเจ้าหน้าที่ของอบต.มากกว่าด้านอื่นๆนั้น เป็นเพราะ อบต.เป็นองค์กรระดับรากหญ้าที่สามารถเข้าใจ เข้าถึงและรับรู้สภาพปัญหาและ

ความต้องการของท้องถิ่นได้รวดเร็ว และนอกจากนั้นเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในอบต. ส่วนใหญ่มักจะเป็นคนในพื้นที่ หรือเป็นคนของตำบลนั้น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ประชากรไม่หนาแน่น รู้จักกันเป็นอย่างดีว่าเป็นลูกเต้าเหล่าใคร อาศัยอยู่ที่ใด มีความสนิทสนมเหมือนเพื่อนฝูงญาติมิตร จึงมีจิตใจที่พร้อมจะให้บริการ ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่ควรจะต้องรักษาไว้

จ) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะกับความพึงพอใจต่อบริการด้านต่างๆ

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับรู้หรือมีประสบการณ์จากสิ่งนั้นๆ แล้ว ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งนั้นจะแตกต่างกันไปตามคุณลักษณะของผู้ตอบ อันได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ อายุ การศึกษา สถานภาพครอบครัวหรือแม้กระทั่งลักษณะของชุมชน อบต. บางบัวทอง ประกอบขึ้นมาจากประชาชนที่มีคุณลักษณะต่างๆ กันอาศัยอยู่ด้วยกัน ดังนั้นผู้บริหารต้องตระหนักถึงความรู้สึกให้ชัดเจนและถูกต้อง เพราะสามารถนำผลที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงงานบริการด้านต่างๆ ให้เป็นไปอย่างเหมาะสมตรงกับความต้องการของประชาชนได้เป็นอย่างดี ซึ่งผลการทดสอบความสัมพันธ์นี้มีรายละเอียดดังตารางที่ 6 โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตารางที่ 6 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านต่างๆ กับคุณลักษณะ

บริการด้าน	คุณลักษณะผู้ตอบ						
	เพศ	อาชีพ	รายได้	อายุ	การศึกษา	ครอบครัว	ชุมชน
การจัดเก็บขยะมูลฝอย	***	-	***	***	-	-	-
การดูแลผู้สูงอายุ	-	***	***	-	-	-	-
งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย	-	***	-	-	***	-	-
การมีส่วนร่วมภาคประชาชน	-	-	***	-	***	-	***
การส่งเสริมศาสนาและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น	***	-	-	-	-	-	-

*** มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 6 มีผลการทดสอบความพึงพอใจด้านต่างๆ ที่สัมพันธ์กับคุณลักษณะของผู้ตอบเป็นดังนี้

1. สถานภาพทางเพศ ผลการทดสอบพบว่า สถานภาพทางเพศมีความพึงพอใจต่างกัน ในบริการ 2 ด้านได้แก่ ด้านการจัดเก็บขยะมูลฝอยซึ่งเพศชายมีความพึงพอใจในบริการด้านนี้มากกว่าเพศหญิง และด้านการส่งเสริมศาสนาและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น โดยเพศชายมีความพึงพอใจน้อยกว่าเพศหญิง

2. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านต่างๆ กับอาชีพของผู้รับบริการ พบว่า ผู้มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่างกัน ในบริการ 2 ด้าน คือด้านการดูแลผู้สูงอายุ โดยพนักงานเอกชนพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอื่น และรับราชการพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่น และด้านงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ที่พนักงานลูกจ้างเอกชนมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอื่นและผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่น

3. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านต่างๆ กับรายได้ของผู้รับบริการ พบว่าผู้มีรายได้ระดับต่างๆ กันมีความพึงพอใจในบริการด้านต่างๆ แตกต่างกัน 3 ด้านได้แก่ ด้านการจัดเก็บขยะมูลฝอย โดยผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาทมีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีรายได้ระดับอื่นและผู้มีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาทมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่น ด้านการดูแลผู้สูงอายุ ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอื่นและผู้มีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่น ด้านการมีส่วนร่วมภาคประชาชนผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอื่นและผู้มีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาทมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่น

4. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านต่างๆ กับอายุของผู้รับบริการ พบว่าผู้มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่างกัน ในด้านการจัดเก็บขยะมูลฝอย โดยผู้มีอายุมากกว่า

51 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจด้านนี้มากกว่าผู้มีอายุน้อยกว่า

5. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านต่างๆ กับสถานภาพทางการศึกษาพบว่าผู้รับบริการที่มีความรู้มีความพึงพอใจต่างกันในการบริการ 2 ด้านคือด้านงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ซึ่งผู้รับบริการที่มีความรู้ระดับอุดมศึกษาจะพึงพอใจน้อยกว่าผู้มีความรู้ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา และการมีส่วนร่วมภาคประชาชน ซึ่งผู้รับบริการที่มีความรู้ระดับอุดมศึกษาจะพึงพอใจน้อยกว่าผู้มีความรู้ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา

6. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านต่างๆ กับสถานภาพทางครอบครัวพบว่า ผู้รับบริการไม่ว่าจะเป็นคนโสดสมรสหรืออื่นๆ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันในการบริการทุกๆ ด้าน

7. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านต่างๆ กับประเภทยุทธศาสตร์พบว่าชุมชนเมืองมีความพึงพอใจด้านการมีส่วนร่วมภาคประชาชนน้อยกว่าชุมชนเกษตร

ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ข้างต้นระหว่างความพึงพอใจกับสถานภาพของประชาชนในตำบลบางบัวทองเป็นที่น่าสนใจได้ว่ามีหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมกับการเก็บขยะมูลฝอยที่ผู้บริหาร อบต. บางบัวทองควรให้ความสนใจมากเป็นพิเศษการที่เป็นเช่นนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่าอาจจะเพราะตำบลบางบัวทองเป็นพื้นที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานครแหล่งของความเจริญในทุกด้านทั้งทางเศรษฐกิจ การลงทุน การพาณิชย์ รวมทั้งการขยายโครงข่ายเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงภายในกรุงเทพมหานครและรอยต่อกับจังหวัด

ปริมณฑล ทำให้การคมนาคมสะดวกสบายส่งผลต่อการขยายตัวของเมืองจากสภาพสังคมชนบทค่อยๆ เปลี่ยนเป็นสังคมเมืองอย่างค่อยเป็นค่อยไป มีชาวกรุงเทพฯ เข้ามาอาศัยในพื้นที่นี้แต่เข้าไปทำงานในกรุงเทพมหานคร หรือชาวบางบัวทองโดยกำเนิดเข้าไปทำงานในเมืองหลวงละทิ้งอาชีพเกษตรกรรมที่บรรพบุรุษได้สร้างมาหันไปทำงานในโรงงานหรือเป็นพนักงานบริษัทปัจจุบันบางบัวทองจึงเป็นสังคมกึ่งเกษตรและกึ่งเมือง ดังนั้น เป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถของผู้บริหารที่จะต้องจัดการกิจกรรมต่างๆ ให้ประชาชนได้รับความพึงพอใจ ตัวอย่างที่เห็นชัดเช่นการจัดเก็บขยะ คนที่มีรายได้สูงซึ่งอาจเป็นตัวแทนของคนในสังคมเมืองค่อนข้างจะพอน้อยกว่าคนที่มียาได้ต่ำซึ่งอาจจะเป็นตัวแทนของสังคมเกษตร เพราะคนที่อยู่ในสังคมเกษตรอยู่อย่างกระจัดกระจาย มีพื้นที่กว้างขวาง จะทิ้งขยะที่ไหนก็ได้ที่เห็นว่าเป็นที่ว่าง และไม่เดือดร้อนต่างกับคนในสังคมเมืองที่อยู่กันกระจุกตัว ดังนั้นการบริหารจัดการจะต้องมีประสิทธิภาพ หรือแม้กระทั่งการสร้างควมมีส่วนร่วมภาคประชาชนเพื่อให้ทุกคนหันมาช่วยเหลือท้องถิ่นก็จะเห็นว่าคนในชุมชนเมืองจะพึงพอน้อยกว่าคนที่อยู่ในสังคมเกษตรเพราะสังคมเมืองซึ่งเป็นสังคมทุนนิยม (<http://learning.eduzones.com>) มีการรวมตัวกันอย่างหลวมๆ เนื่องจากความแตกต่างด้านความคิดประสบการณ์ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมทำให้มีลักษณะเหมือนกับอยู่แบบตัวใครตัวมันซึ่งต่างกับคนในชุมชนเกษตรที่เป็นสังคมปมภูมิมีการรวมตัวอย่างเหนียวแน่น พื้นฐานทางเศรษฐกิจไม่ค่อยแตกต่างกันมากนัก พึ่งพิงธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่

ดังนั้นการให้บริการโดยองค์การบริหาร

ส่วนตำบลบางบัวทองจึงจะต้องมีเทคนิคทั้งรับและรุกเพื่อให้คนทุกระดับสังคมและเศรษฐกิจในตำบลได้รับความพึงพอใจ แนวคิดบริหารจัดการเช่นนี้ควรจะเป็นขององค์การบริหารส่วนตำบลทั่วประเทศ ซึ่งมีข้อเสนอแนะเพื่อการบริหารจัดการที่ดีไม่ใช่เฉพาะที่นี่ ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะ

การบริหารจัดการใดๆ ขององค์การบริหารส่วนตำบล เป้าหมายอยู่ที่ท้องถิ่น และผู้บริหารท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นนายกอบต. และสมาชิกสภาอบต. ทั้งหมดจะเป็นคนในพื้นที่นั้นๆ ซึ่งรู้ความต้องการของประชาชนในตำบลของตนเองเป็นอย่างดี เพราะการได้รับเลือกเข้ามาเป็นผู้บริหารจะต้องได้รับความรัก ความศรัทธา เชื่อถือ ไว้วางใจจากราษฎรในพื้นที่ของตัวเอง การบริหารงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยใช้หลักธรรมาภิบาล (Good Government) ซึ่งเป็นแนวทางการบริหารจัดการ อบต. ยุคใหม่ (ปริญญา นาคฉัตรีย์ : องค์การบริหารส่วนตำบลการบริหารจัดการมิติใหม่ <http://sakonpwo.8k.com/sara/oboto.htm>) ถือเป็นหัวใจสำคัญในการบริหารจัดการแต่อย่างไรก็ตามการจะบริหารให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์นั้น งบประมาณก็เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนให้ทรัพยากรต่างๆ ได้ถูกนำมาใช้เพื่อให้ท้องถิ่นหรือตำบลของตนได้รับการพัฒนาและความเจริญส่งผลต่อการกินดีอยู่ดีของประชาชนในท้องถิ่นนั้นโดยเฉพาะกิจกรรมพื้นฐานที่ประชาชนควรได้รับการบริหารของ อบต. อาทิ เช่น น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี สิ่งแวดล้อมดี ศึกษาดี อนามัยดี อาชีพดี และวัฒนธรรมดี (อุดรตันติสุนทร : 2547 หน้า6) ดังนั้นการได้รับงบประมาณซึ่งมีทั้งรายได้และรายจ่ายที่เป็นไป

ตามขอบเขตอำนาจของกฎหมาย เป็นการแสดงแผนการปฏิบัติงานตาม ภารกิจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ได้วางแผนไว้ ประกอบกับนโยบายของรัฐบาล กระทรวงมหาดไทย จังหวัด เพื่อจัดทำนโยบาย ของคณะผู้บริหาร ให้ปรากฏเป็นรูปธรรม ในรูปของตัวเลข จำนวนเงินว่าจะทำอะไร เป็นเงินค่าอะไรบ้าง รายการละเท่าใด วิธีการใด ซึ่งมีผู้รู้บางท่านตั้งข้อสังเกตว่าเป็นการบริหารที่ขาดความเป็นอิสระเพราะถูกควบคุมอำนาจจากส่วนกลางมีสายอำนาจบัญชาการของรัฐบาลที่เข้าไปแทรกแซงการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นอำนาจในการพิจารณาอนุมัติ/อนุญาต อำนาจในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น อำนาจในการยับยั้งข้อบัญญัติของท้องถิ่นหรืออำนาจในการถอดถอนผู้บริหารและสภาท้องถิ่น (เช่น อำนาจของนายอำเภอและผู้ว่าราชการจังหวัด ซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด) ถ้าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีอำนาจในการบริหารจัดการโดยส่วนกลางลดอำนาจบางอย่างของตน และกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นทำหน้าที่โดยอิสระเพื่อความเจริญผาสุกของคนในท้องถิ่น ก็ย่อมเป็นที่แน่นอนว่าความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับจากการให้บริการในท้องถิ่นนั้น ก็คงจะดียิ่งๆ ขึ้นเพราะผู้บริหารซึ่งเป็นคนในพื้นที่สามารถดำเนินการได้อย่างอิสระภายใต้การควบคุมดูแลของคนในพื้นที่เอง เพราะจากงานวิจัยก็พบว่าประชาชนพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมากกว่างานในโครงการที่ได้จัดทำ ดังนั้นถ้ามีการกระจายอำนาจจะทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตรงกับความต้องการของท้องถิ่นก็จะเป็นตัวสนับสนุนให้อัตราความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมผู้วิจัยขอสนับสนุนความคิดเห็นของคณะกรรมการปฏิรูปประเทศ (คปร.) ซึ่งมีนายอานันท์

บันยารชุน อดีตนายกรัฐมนตรีเป็นประธานที่ได้
ออกแถลงการณ์ต่อสื่อมวลชน พรรคการเมืองว่า
ด้วยแนวทางปฏิรูปโครงสร้างอำนาจจาก
ส่วนกลางไปสู่ท้องถิ่น เมื่อวันที่ 18 เมษายน
2554 โดยสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

1) รื้อโครงสร้างอำนาจปรับบทบาทของ
หน่วยราชการในระดับจังหวัดให้เหลือเพียง 3
รูปแบบคือ ก) สำนักงานประสานนโยบายหรือ
สำนักงานบริการทางวิชาการ ข) สำนักงาน
สาขาของราชการส่วนกลาง และ ค) สำนักงาน
ตรวจสอบและเสนอแนะการบริหารจัดการ
ท้องถิ่น ส่วนภารกิจอื่น ๆ ในการให้บริการของ
หน่วยงานราชการส่วนภูมิภาคในระดับจังหวัด
ให้ยกเป็นอำนาจในการบริหารจัดการขององค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับจังหวัด และต่ำกว่า
ระดับจังหวัด

2) รูปแบบของการบริหารจัดการและการ
ปกครองส่วนท้องถิ่นประกอบด้วย 2 กลไกหลัก
คือ กลไกแรกเป็นการบริหารจัดการตนเองของ
ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นด้วยรูปแบบและ
กลไกแบบประชาสังคมซึ่งคณะกรรมการประชา
สังคมประกอบด้วยผู้แทนจากองค์กรชุมชน
องค์กรอาชีพ หรือองค์กรประชาสังคมอื่นๆ เพื่อ
ช่วยให้เกิดการปรึกษาหารือและต่อรองร่วมกัน
รวมถึงเชื่อมโยงการบริหารราชการที่ผ่านตัวแทน
ในระบบประชาธิปไตยซึ่งได้แก่กลไกที่สองคือ
การบริหารโดยผู้บริหารและสภาท้องถิ่นที่มาจาก
การเลือกตั้งของประชาชน โดยให้องค์กรบริหาร
ส่วนจังหวัดเป็นผู้บริหารท้องถิ่นในระดับจังหวัด
และให้เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล
เป็นผู้บริหารท้องถิ่นในระดับต่ำกว่าจังหวัด

3) ขอบเขตอำนาจของการปกครองส่วน
ท้องถิ่น พิจารณาจากอำนาจในการจัดการ
ทรัพยากรและกลไกที่จำเป็นในการสร้างความ

เป็นธรรมในสังคมใน 4 มิติคือ ก) มิติการจัดการ
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ข) มิติการ
จัดการเศรษฐกิจ ค) มิติการจัดการสังคม และ
ง) มิติการจัดการทางการเมือง

4) เสริมอำนาจในการจัดการตนเองของ
ท้องถิ่น โดยรัฐบาลถ่ายโอนอำนาจการจัดเก็บ
ภาษีให้แก่ท้องถิ่นให้มากขึ้นกว่าเดิมเช่นภาษีที่ดิน
ภาษีสิ่งแวดล้อม หรือแบ่งสรรสัดส่วนภาษีที่
ส่วนกลางจัดเก็บให้แก่ส่วนท้องถิ่นมากขึ้น
นอกจากนั้นรัฐควรใช้งบประมาณของรัฐที่ไม่ใช่
ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มาจัดสรรเป็น
เงินอุดหนุนทั่วไปและท้องถิ่นมีอำนาจในการ
จัดการระบบการคลังของตน เช่น การกู้ยืม
การลงทุน การร่วมทุนและการจัดตั้งกองทุน เพื่อ
สนับสนุนการปฏิบัติการกิจของท้องถิ่นและเสริม
ความเข้มแข็งของชุมชน (นสพ.โพสต์ทูเดย์ 19
เมษายน 2554 หน้า A4) เหตุผลที่ผู้วิจัยเห็นด้วย
กับแนวทางดังกล่าวข้างต้น เพราะคิดว่าไม่มี
ใครรู้ปัญหาและความต้องการเป็นอย่างดี
มากกว่าคนในบ้านของตนเอง การกระจาย
อำนาจให้ประชาชนท้องถิ่นปกครองกันเอง
ปฏิบัติหน้าที่ตามอำนาจของกฎหมายที่มีอยู่ถือ
สามารถบริหารการเงินการคลัง การงบประมาณ
ได้รวดเร็วมีโครงการและกิจกรรมต่างที่ตรงกับ
ความต้องการกับคนในพื้นที่และเหมาะสมกับ
การพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง โดยมีเป้าหมาย
คือการอยู่ดีมีสุขของประชาชนในพื้นที่ ทำให้
ประชาชนมีความพึงพอใจจากการให้บริการด้าน
ต่างๆ ที่ อบต. มอบให้ แต่อย่างไรก็ตามแนวคิด
นี้ไม่ใช่ว่าจะมีผู้สนับสนุนเห็นด้วยฝ่ายเดียว
เมื่อแนวคิดนี้ปรากฏออกมาสู่สาธารณะ ก็มี
เสียงจากมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้อง
และมีตำแหน่งสำคัญ เช่น พล.ท.กมล
ประจวบเหมาะ นายกสมาคมนักปกครองแห่ง

ประเทศไทยที่กล่าวว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงจากรัฐเดี่ยวเป็นสหพันธรัฐซึ่งขัดต่อรัฐธรรมนูญมาตรา 291 อนุมาตรา 1 วรรค 2 (นสพ.กรุงเทพธุรกิจ 27 เมษายน 2554 หน้า 16) และนายวิเชียร เชาวลิต ปลัดกระทรวงมหาดไทยที่ตั้งคำถามว่าการบริหารราชการส่วนภูมิภาคมีปัญหาตรงไหน หากพบว่าจุดใดมีปัญหา ก็ควรแก้ตรงจุดนั้น กลับไปมองว่ามีปัญหาในภาพรวม (นสพ.มติชน 27 เมษายน 2554 หน้า 5) ซึ่งแนวคิดนี้ยังไม่เป็นข้อยุติ เป็นเรื่องที่จะต้องติดตามต่อไป ไม่ว่า

การบริหารจัดการจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม สุดท้ายผลลัพธ์ย่อมตกถึงประชาชนในท้องถิ่นนั่นเอง และสิ่งที่ควรจะต้องตระหนักอยู่ในใจของผู้บริหารส่วนท้องถิ่นโดยไม่เสื่อมคลายก็คือ การดูแลทุกข์สุขของราษฎรในท้องถิ่นของตนให้มีกินดีอยู่ดีไม่มีภัย มีจิตวิญญาณของผู้ให้บริการ (Service Mind) คำนึงถึงความต้องการของคนในท้องถิ่น สร้างท้องถิ่นให้เป็นสถานที่น่าอยู่น่าอาศัยตลอดไปจวบจนชีวิต ถ้าสามารถทำได้ เช่นนี้ก็หมายถึงการบรรลุความพอใจสูงสุดที่มอบให้กับประชาชนทุกคนนั่นเอง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จุมพล ระบอบ (2551) การสำรวจและประเมินคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลท่าซุง โรงเรียนบ้านดงยางใต้
- ทิวา ประสุวรรณ (2547) ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของพนักงานส่วนตำบลศึกษาเฉพาะกรณีที่ทำกรองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแลง มหาวิทยาลัยบูรพา
- นสพ.กรุงเทพธุรกิจ 27 เมษายน 2554 หน้า 16
- นสพ.โพสต์ทูเดย์ 19 เมษายน 2554 หน้า A4
- นสพ.มติชน 27 เมษายน 2554 หน้า 5
- ปริญญา นาคฉัตริย์ : องค์การบริหารส่วนตำบล การบริหารจัดการมิติใหม่ สืบค้นเมื่อ 28/04/54 จาก <http://sakonpwo.8k.com/sara/oboto.htm>
- ประหยัด หงส์ทองคำและอนันต์ เกตุวงศ์ (2524) การกระจายอำนาจและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 (แก้ไขเพิ่มเติมถึงฉบับที่ 5) พ.ศ.2546 สืบค้นเมื่อ 27/04/54 จาก <http://www.thaitambol.net/tambol/data17.asp>
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์.
- วรรณิ์ บันเทิง และคณะ. (2533). ความพึงพอใจของผู้ตลอดต่อการบริการพยาบาลของนิสิตพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2536). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม : มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณิ์ เดียววิศเรศ. รายงานโครงการสำรวจความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของเทศบาลเมืองศรีราชา พ.ศ.2548. ในบรรยายสรุปงานทะเบียนราษฎรและบัตรประจำตัวประชาชน. (หน้า 23) ชลบุรี : สำนักปลัดเทศบาล เทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี, 2548.
- สโรชา แพ้วภาษา (2549) รายงานการวิจัยการประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มหาวิทยาลัยบูรพา

สุวัฒน์ บุญเรือง. (2545). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบล

สุนทรภู : ศึกษาเฉพาะด้านการจัดเก็บรายได้. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.

สังคมไทย สืบค้นเมื่อ 27/04/54 จาก <http://learning.eduzones.com>

อุดร ดันติสุนทร (2548) อบต.ของเรา : ท้องถิ่นของเรา มูลนิธิส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น

ภาษาอังกฤษ

Google Guru สืบค้นเมื่อ 27/04/54 จาก <http://guru.google.co.th/guru/thread?tid=3b03423a252d4a52>

http://web.rmut.ac.th/larts/phy/module7/unit7_7.html วันที่สืบค้น 27/04/53

การเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ

The Decision to Utilize K-Mobile Banking

นิตนา ฐานิตธนกร ¹

ภัทรา มหามงคล ²

Nittana Tarnittanakorn ¹

Pattra Mahamongkol ²

-
- 1 อาจารย์ประจำ ภาควิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Chairperson, Modern Business Management Department School of Business Administration,
Bangkok University
- 2 เจ้าหน้าที่บริการธุรกิจสาขา ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
Branch Service Officer Kasikornbank Public Company Limited

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย ทั้งหมด 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี สำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุและรายได้แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ส่วนลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ($\beta = 0.237$) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ($\beta = 0.208$) ปัจจัยด้านบุคคล ($\beta = 0.205$) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ($\beta = 0.123$) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ : ลักษณะประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาด บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ

Abstract

This study aimed to investigate the factors affecting customer's decision to utilize K-mobile banking in Bangkok. A close-ended questionnaire was used to collect data from 400 K-mobile banking customers. The data analysis was conducted through the use of t-test, One-way ANOVA, and multiple regression. The results indicated that most of the customers were female aged between 26 and 30 years old. Most of them completed a bachelor's degree, worked for a company, and earned a monthly salary of 20,001-30,000 Bath. The results of hypothesis testing indicated that customers with demographic differences in ages and incomes differed significantly in their decisions to use K-mobile banking; while customers with different genders, educational backgrounds, and occupations did not significantly differ in their decisions to use the service. The results also revealed that the service marketing mix factors of physical evidence ($\beta = 0.237$) had the strongest relative weigh of contribution on the customer's decision to use K-mobile banking followed in order by place ($\beta = 0.208$), people ($\beta = 0.205$), and process ($\beta = 0.123$). However, the marketing factors of product, price, and promotion had no impact on the customer's decision to use the service.

Keywords : Demographic Factor, Marketing Mix Factor, K-Mobile Banking

บทนำ

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่ให้ บริการและมีหน้าที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม ในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ได้มี บทบาทหน้าที่มากขึ้น มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้น ทำให้การแข่งขันจึงเต็มไปด้วยความเข้มข้น รุนแรง ด้วยสภาพสังคมของคนเมืองส่วนใหญ่ที่มี แต่ความเร่งรีบ และเวลาไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร ผู้ใช้บริการก็ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งในแต่ละวันผู้ให้บริการไม่สามารถคาดการณ์ ถึงการเข้ามาทำธุรกรรมของแต่ละคนได้ เพราะ แต่ละสาขามีผู้เข้าใช้บริการไม่เท่ากัน และด้วย ข้อจำกัดของเวลาในการทำธุรกรรมอาจทำให้เกิด ความไม่พอใจ เมื่อมีสถานการณ์อย่างนี้เกิดขึ้น จึงส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ต้องมีการคลุกคลีเกี่ยวกับ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อใช้แข่งขัน ครอบครองเป็นเจ้าตลาดด้านการบริการ ซึ่งในการ ทำธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวให้ทันกับการ เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทางธนาคารพาณิชย์จึง ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในหน่วยงาน เพื่อเพิ่มความรวดเร็วให้กับผู้ให้บริการและ ผู้ปฏิบัติงาน

จากปัญหาข้างต้นจึงทำให้อินเทอร์เน็ต ได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจธนาคาร พาณิชย์ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสะดวกสบายใน การทำธุรกรรมและเป็นการบริการทางเลือก อีกช่องทางหนึ่ง ดังนั้น กลุ่มธนาคารพาณิชย์จึง พยายามปรับปรุงคุณภาพการให้บริการทาง อินเทอร์เน็ตให้มีความหลากหลาย เช่น บริการ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต(Electronic Banking) บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) เป็นต้น ซึ่งเป็นบริการที่มีความได้ เปรียบในด้านการลงทุน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มี ต้นทุนที่ต่ำเมื่อเทียบกับการให้บริการในรูปแบบ เดิมที่สาขาของธนาคาร และผลจากการนำเอา เทคโนโลยีมาใช้ ทำให้ธนาคารสามารถสร้าง ภาพลักษณ์ให้มีความทันสมัยและสามารถขึ้นมา เป็นแถวหน้าเทียบกับธนาคารอื่นๆ ได้ เมื่อทาง ธนาคารพาณิชย์ได้เห็นถึงความสำคัญของ อินเทอร์เน็ต จึงได้เล็งเห็นตลาดที่สามารถรองรับ ตลาดสำหรับผู้ใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตได้ ทาง ธนาคารจึงเลือกโทรศัพท์มือถือมาเป็นอีกหนึ่ง ช่องทางที่สามารถทำธุรกรรมของธนาคารผ่าน ทางโทรศัพท์มือถือได้ จากข้อมูลผู้ใช้โทรศัพท์ มือถือทั่วโลกปี 2552 สํารวจโดยสำนัก คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลผู้ใช้โทรศัพท์มือถือทั่วโลกปี 2552

ประเทศ	2547	2548	2549	2550	2551	2552
1. สิงคโปร์	95.04	102.76	109.72	132.10	138.15	-
2. อังกฤษ	99.55	108.65	115.69	121.24	126.34	-
3. สวีเดน	97.41	100.41	105.42	111.11	118.33	-
4. ไต้หวัน	100.31	97.37	101.97	106.05	110.31	-
5. ไทย	41.79	46.79	61.69	80.21	93.01	98.65
6. สหรัฐอเมริกา	61.64	70.36	79.10	85.20	86.79	-
7. ญี่ปุ่น	71.81	75.70	78.33	82.65	86.73	-
8. จีน	25.68	29.98	34.91	41.18	47.95	-

ที่มา: สำนักคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2553). “รายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2552”. สืบค้นวันที่ 10 ตุลาคม 2553, จาก <http://www.positioningmag.com/prnews/PRNews.aspx?id=84908>.

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือในประเทศไทยที่มีอัตราการเติบโตของผู้ใช้บริการเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น ในปี 2552 ได้สำรวจพบว่า มีผู้ใช้บริการโทรศัพท์มือถือร้อยละ 98.65 มีการเพิ่มขึ้นจากปี 2551 ผลจากการสำรวจทำให้ทางธนาคารพาณิชย์เล็งเห็นกลยุทธ์ใหม่ๆ ที่จะสามารถเพิ่มช่องทางในการให้บริการได้ โดยนำโปรแกรมประยุกต์ (Application) และเทคโนโลยีใหม่ๆ มาอยู่บนโทรศัพท์มือถือ เนื่องจากโทรศัพท์มือถือได้เป็นปัจจัยที่จำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่จะต้องติดต่อสื่อสารเพื่อมาใช้ในการชีวิตประจำวัน และสามารถทำให้ทางธนาคารขยายบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือไปสู่ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือได้กว้างขวางขึ้น

ตลาดโทรศัพท์มือถือในปี 2553 มียอดขายโทรศัพท์มือถือรวมในปี 2553 มี

ประมาณ 9.5-10.0 ล้านเครื่อง เติบโตขึ้นร้อยละ 11.5-17.5 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10.5 ในปี 2552 สำหรับมูลค่าของยอดขายโทรศัพท์มือถือในปี 2553 มีมูลค่าประมาณ 53,000-58,500 ล้านบาท ซึ่งมีการขยายตัวร้อยละ 12.5-22.5 โดยตลาดที่มีการเติบโตได้ดีจะเป็นโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ซึ่งเป็นโทรศัพท์ที่มีคุณสมบัติมากกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ธรรมดา เช่น สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต บันทึกตารางแผนงาน สามารถลงโปรแกรมต่างๆ เพื่อใช้ในการทำงาน รวมถึงสามารถเชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์ได้ เป็นต้น โดยสัดส่วนมูลค่าตลาดในปี 2553 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 33.2 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 25.0 ในปี 2552 ซึ่งมีสาเหตุมาจากราคาโทรศัพท์มือถือที่มีแนวโน้มลดลง และทางผู้ผลิตได้มีการเปิดตัวสินค้าหลายรุ่น เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่กำลังซื้อต่างกัน ทำให้ฐานลูกค้าในตลาดมีจำนวนเพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553)

ดังนั้น โทรศัพท์มือถือได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเริ่มต้นจากอดีตที่ใช้สื่อสารทางเสียงเพียงอย่างเดียว (Voice) ต่อมาได้มีการพัฒนาโดยเพิ่มความสามารถต่างๆ (Non-Voice) เช่น การถ่ายภาพ การรองรับไฟล์เสียงต่างๆ การเล่นเกมออนไลน์ การใช้งานอินเทอร์เน็ต และการทำธุรกรรมทางการเงิน จึงทำให้มีกลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่มมาอีกช่องทางหนึ่ง คือ “บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ” (Mobile Banking) ซึ่งมีการให้บริการขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2543 โดยการร่วมมือกันระหว่างธนาคารกสิกรไทยและดีแทค ได้พัฒนาการให้บริการทำธุรกรรมผ่านมือถือภายใต้บริการ TFB (Thai Farmers Bank) e-Mobile Banking ผ่านระบบ SMS (Short Message Service) เป็นสื่อกลาง เปิดให้บริการเฉพาะตามยอดบัญชี และโอนเงินระหว่างบัญชีของผู้ใช้บริการ (ธนาคารกสิกรไทย, 2544) เทคโนโลยีธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) เป็นเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งใช้เป็นช่องทางในการติดต่อระหว่างลูกค้ากับธนาคารในรูปแบบใหม่โดยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ทำให้ผู้ใช้งานมีความสะดวกสบายในการใช้ช่องทางนี้ โดยเฉพาะธนาคารกสิกรไทย ที่พยายามจะเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าได้ทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางใหม่นี้ เมื่อปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนรูปแบบการแสดงผลจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ไปอยู่บนอุปกรณ์ต่างๆ เช่น อุปกรณ์เชื่อมต่อส่วนตัว (Personal Digital Assistants: PDA) วิทยุติดตัว นาฬิกาข้อมือ (Wristwatches) โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) และอุปกรณ์อื่นๆ ที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าเครื่องคอมพิวเตอร์ การนำเอาโทรศัพท์มือถือมาประยุกต์ใช้งานให้เกิดประโยชน์จึงเป็นการสร้าง

โอกาสในการทำธุรกิจเกี่ยวกับธุรกรรมต่างๆ ดังจะเห็นได้จากธุรกิจหลายธุรกิจ เช่น ธนาคารร้านค้าที่เริ่มมาทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ เพราะมีความโดดเด่นในเรื่องของความสะดวกในการทำธุรกรรมเพราะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการเดินทาง นอกจากนี้ยังสามารถลดข้อจำกัดในเรื่องของเวลาอีกด้วย

ในปัจจุบันได้มีธนาคารในประเทศไทยที่เปิดให้บริการประเภทนี้ เช่น ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารทหารไทย ต่างก็ได้พยายามปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของตนให้มีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องและแม่นยำมากที่สุด โดยธนาคารพาณิชย์ที่มีความโดดเด่นเป็นผู้นำทางด้านบริการและบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถืออยู่ในขณะนี้ คือ ธนาคารกสิกรไทย เป็นธนาคารเพียงแห่งเดียวที่รองรับทุกรูปแบบมือถือที่มียอดผู้ใช้กว่า 1.7 ล้านคนทั่วประเทศ มียอดธุรกรรมกว่า 100,000 ครั้งต่อวัน ยอดทำธุรกรรมกว่า 30,000 ล้านบาท (ธนาคารกสิกรไทย, 2553)

บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ หรือ K-Mobile Banking เป็นช่องทางการให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย เป็นเพียงธนาคารเดียวที่พัฒนาบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือที่ใช้สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ เนื่องจาก K-Mobile Banking เป็นการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือที่ใช้ได้ทุกเครื่อง และทุกเครือข่าย พร้อมใช้งานได้ทันทีด้วยบริการเมนูบนโทรศัพท์มือถือที่สามารถทำให้การทำธุรกรรมการเงินเป็นเรื่องที่สะดวก นอกจากนี้

K-Mobile Banking ยังเป็นช่องทางบริการอีกช่องทางหนึ่งสำหรับโทรศัพท์มือถือล้ำสมัยที่ต้องการประสบการณ์สมบูรณ์แบบผ่านการเชื่อมต่อ GPRS/EDGE/3G ใช้ได้กับเครือข่ายหลักและใช้ได้กับทุกคน ทุกรุ่น ทุกค่าย โดยผ่าน SMS ทุกรูปแบบ (ธนาคารกสิกรไทย, 2553)

การเพิ่มช่องทางบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ นั้น เป็นช่องทางที่เพิ่มลูกค้ารายใหม่และสามารถรักษาลูกค้ารายเก่าไว้ได้ ในการใช้บริการจะไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา เนื่องจากบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือเปิดให้บริการได้ 24 ชั่วโมงต่อวัน และ 7 วันต่อสัปดาห์ และสามารถเปิดใช้บริการจากที่ไหนก็ได้ โดยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ทางธนาคารมีบริการต่างๆ เช่น เช็กระยะเงินในบัญชี โอนเงินให้บุคคลอื่น เติมน้ำมันโทรศัพท์มือถือ ชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ตรวจสอบรายการและชำระค่าบัตรเครดิต สามารถซื้อปิ้งออนไลน์ได้ ซึ่งบริการที่กล่าวมาทั้งหมดของทางธนาคารที่จัดให้แก่ลูกค้าเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าเหมือนกับไปธนาคารด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารแห่งแรกที่นำเทคโนโลยี Mobile Banking มาใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินโดยใช้รูปแบบ One Stop Service เป็นการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ การดำเนินงานที่ให้บริการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องมารวมให้บริการอยู่ในสถานที่เดียวกัน ในลักษณะที่ส่งต่องานระหว่างกันทันทีหรือเสร็จในจุดให้บริการเดียว เพื่อให้การให้บริการมีความรวดเร็วขึ้นบนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางบริการใหม่ให้กับลูกค้า และช่วยให้เพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้า รวมทั้งยังเป็นการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าทำให้ผู้ใช้บริการสามารถจำชื่อตราสัญลักษณ์ของสินค้า และ

บริการของธนาคารได้อีกทางหนึ่ง ทางธนาคารผู้ให้บริการจึงมีความต้องการที่จะรักษาลูกค้าผู้ใช้บริการรายเก่าและขยายฐานผู้ใช้บริการรายใหม่เพิ่มเข้ามา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยทางโทรศัพท์มือถือ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อธนาคารผู้ให้บริการในการนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของบริการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจธนาคาร และสอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษากการเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Bonferroni และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Linear Regressions) และมีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ กลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนสาขาทั้งหมด 279 สาขา (ธนาคารกสิกรไทย, 2553) เนื่องจากมีจำนวนปริมาณสาขามาก ผู้วิจัยจึงไม่สามารถทราบจำนวนผู้ใช้บริการได้อย่างชัดเจน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงหาค่าจากตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1973) ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และเก็บข้อมูลสำรองจำนวน 15 คน รวมทั้งสิ้นเป็น 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) โดยจับสลากเลือกสาขาของธนาคารกสิกรไทย มา 10 สาขา จากจำนวนทั้งหมด 279 สาขา ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้สาขาในการสุ่มตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 10 สาขา ได้แก่ 1) สาขาอยุธยาพารากอน 2) สาขาบางเขน 3) สำนักงานพหลโยธิน 4) สาขาสาทร 5) สาขากล้วยน้ำไท 6) สาขาพัฒนาพงศ์ 7) สาขาอยุธยาซอยทองหล่อ 8) สาขาดิ อเวนิว 9) สาขารัชโยธิน และ 10) สาขาสยามสแควร์ จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยผู้วิจัยได้กำหนดโควตาในการเก็บแบบสอบถามจำนวนสาขาละ 40 ชุด ได้จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ชุด แล้วจึงทำการเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient Sampling) จนได้แบบสอบถามครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้าและดัดแปลงคำถามในแบบสอบถามจากแนวคิดงานวิจัยที่ใกล้เคียงที่ได้มีการตีพิมพ์เผยแพร่มาแล้ว และเพื่อให้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) จึงได้ทำการทดสอบแบบสอบถามค้างนี้

1. **ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)** โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถาม ความเหมาะสมและความชัดเจนของภาษาที่ใช้ เพื่อให้คำถามที่ใช้ในการสอบถามมีความถูกต้องและสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนทุกประเด็นตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ แล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ หลังจากนั้น จึงนำแบบสอบถามไปตรวจสอบหาความน่าเชื่อถือ ก่อนทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

2. **การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)** ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา และได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทำการทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ ตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่มีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีคำนวณหาความสัมพันธ์อัลฟาของครอนบาร์ช (Cronbach's Alpha Coefficient : α Coefficient) โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการศึกษาทาง

สังคมศาสตร์ ซึ่งในการวัดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนั้น หากค่าที่คำนวณได้ มีค่าต่ำกว่า 0.7 หรือ 70% หรือมีค่าใกล้ 0 จะถือว่ามีความน่าเชื่อถือได้ในระดับต่ำ แต่ถ้าหากค่าที่คำนวณได้สูงกว่า 0.7 หรือ 70% ขึ้นไป หรือมีค่าใกล้ 1 ถือว่ามีความเชื่อถือได้ในระดับสูง ในกรณี

ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผลที่ได้จากการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด มีค่า 0.62-0.80 จึงมีความน่าเชื่อถือในระดับที่ตีเพียงพอ และสามารถนำแบบสอบถามนั้นไปใช้ได้ (Nunnally, 1978) โดยได้ผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามจากกลุ่มทดลอง (n = 30)

ปัจจัย	จำนวน (ข้อ)	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4	0.71
2. ด้านราคา (Price)	4	0.77
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution)	5	0.68
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	6	0.62
5. ด้านบุคคล (Person)	4	0.63
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	5	0.68
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	5	0.80
8. การตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (K-mobile Banking)	6	0.76

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง เมื่อจำแนกอายุพบว่ามีช่วงอายุระหว่าง 26 - 30 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผล

ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 3 พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุและรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยของผ่านทางโทรศัพท์มือถือแตกต่างกัน ในขณะที่ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยของผ่านทางโทรศัพท์มือถือไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบค่าที (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ถึงผลกระทบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ

ตัวแปร		t	F	Sig.
1. เพศ	ชาย/หญิง	0.606	-	0.545
2. อายุ	ระหว่างกลุ่ม	-	5.817*	0.003
3. การศึกษา	ป.โท/ป.เอก	2.194	-	0.290
4. อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	-	0.426	0.653
5. รายได้	ระหว่างกลุ่ม	-	5.773*	0.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือที่มีอายุและรายได้แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือโดย

รวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Bonferroni ได้ผลดังตารางที่ 4 และ 5

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือเป็นรายคู่ จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	Sig.		
		20-25 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี
1. 20-25 ปี	4.02	-	.0454*	.0328*
2. 31-35 ปี	4.18		-	.2227
3. 36-40 ปี	4.16			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Bonferroni ดังรายละเอียดในตารางที่ 4 พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยโดยรวม

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 2 คู่ คือ 1) ผู้ใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยมากกว่า

ผู้ให้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี และ 2) ผู้ให้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุระหว่าง 36-40 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือก

ใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยมากกว่าผู้ให้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	Sig.			
		10,000 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
1. 10,000 - 20,000 บาท	4.11	-	.0621	.0756	.0019*
2. 20,001 - 30,000 บาท	4.11		-	.0777	.0041*
3. 30,001 - 40,000 บาท	4.18			-	.1164
4. มากกว่า 40,000 บาท	4.30				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Bonferroni ยังพบว่า ผู้ให้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 2 คู่ คือ 1) ผู้ใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือก

ใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยมากกว่าผู้ให้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท และ 2) ผู้ให้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยมากกว่าผู้ให้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regressions) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ

ปัจจัยทางการตลาด	การเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ				
	b	SE b	β	t	Sig.
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-0.044	0.049	-0.045	-0.889	0.374
2. ปัจจัยด้านราคา	-0.021	0.045	-0.024	-0.471	0.638
3. ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	0.226	0.064	0.208	3.555	0.000**
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.047	0.071	0.037	0.655	0.513
5. ปัจจัยด้านบุคคล	0.182	0.051	0.205	3.534	0.000**
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	0.331	0.075	0.237	4.433	0.000**
7. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	0.117	0.053	0.123	2.224	0.027*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05* * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regressions) ดังรายละเอียดในตารางที่ 6 เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยของผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยของผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ($\beta = 0.237$) รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ($\beta = 0.208$) ปัจจัยด้านบุคคล ($\beta = 0.205$) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ($\beta = 0.123$) ส่วนปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดบริการที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยของผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยของผ่านทางโทรศัพท์มือถือ มีประเด็นที่เป็นข้อตรวจพบและสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันเพศหญิงและเพศชายนั้นต่างมีความรู้และมีสิทธิเท่าเทียมกันมากขึ้น ดังนั้น จึงมีความสามารถในการตัดสินใจในการเลือกใช้สินค้าหรือบริการต่างๆ อย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้

ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ที่กล่าวว่า เพศเป็นตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ โดยสตรีจะเป็นเป้าหมายและเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม เช่น สินค้าสำหรับผู้ชายหรือเด็ก มักจะเห็นได้ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อมักเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้ บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ผู้ใช้ บริการที่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี และ 36-40 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมักจะมีประสบการณ์และพิจารณาในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลในแต่ละวัยที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ที่กล่าวว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการในการตอบสนองของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่างกัน โดยสามารถใช้อายุเป็นตัวแบ่งส่วนตลาดได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของสุดาพร กุณทลบุตร (2549) ที่กล่าวว่า อายุส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป เนื่องจากความจำเป็น เช่น เมื่ออายุมากต้องใช้จ่ายหรือวิตามินมากกว่าคนวัยเด็ก เป็นต้น หรือในด้านความสนใจที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา เช่น เด็กวัยรุ่นนิยมอ่านนิตยสารลิตา คนวัยทำงานนิยมอ่านนิตยสารดิฉัน และคนสูงวัยนิยมอ่านขวัญเรือน เป็นต้น

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือมากกว่า 1) ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท และ 2) รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมักมีการทำธุรกรรมที่ต่างกันจึงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของสุดาพร กุณทลบุตร (2549) ที่กล่าวว่า รายได้เป็นตัวกำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภคและเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545) ที่กล่าวว่า รายได้เป็นสิ่งสำคัญเพราะแบบแผนการใช้จ่ายขึ้นอยู่กับรายได้ที่แต่ละคนได้รับ

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันโทรศัพท์มือถือได้กลายมาเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากผู้บริโภคในทุกวัยและทุกระดับ ดังนั้น การใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือจึงได้รับความนิยมจากผู้ให้บริการไปด้วย เพราะการใช้งานที่สะดวกและรวดเร็ว ทำให้ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันจึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทาง

มือถือ ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ สัมปัตตะวนิชย์ (2529) ที่กล่าวว่าการศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสาร โดยเชื่อว่าการศึกษานั้นทำให้มีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีความสนใจในเรื่องที่มีเหตุผลสนับสนุนเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า

อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันผู้ที่ทำธุรกรรมทางธนาคารไม่ว่าอาชีพใดก็ล้วนต้องการความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ดังนั้น การให้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ จึงสามารถตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมที่สะดวกและรวดเร็วของผู้คนในทุกอาชีพ จึงเป็นผลทำให้ผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือที่ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของการบริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ เป็นบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ ทำให้ผู้ใช้บริการต้องการความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้น ลักษณะทางกายภาพของบริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือจึงจำเป็นต้องสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจให้แก่ผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ เช่น เว็บไซต์ของธนาคารต้องมีความเป็นมืออาชีพและน่าเชื่อถือ ธนาคารมีการแสดงนโยบายที่ชัดเจนในการรักษา

ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า มีการแสดงรายละเอียดและมาตรฐานของระบบการรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ รวมถึงการที่ธนาคารมีนโยบายแสดงความรับผิดชอบในกรณีที่เกิดความผิดพลาดในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของอภิวรรณ ลาภวารักษ์ (2549) ที่พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ K-mAlert ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากเป็นช่องทางที่ผู้ใช้บริการสามารถเลือกรับบริการได้ ดังนั้นความสะดวกในการรับบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ใช้บริการจะใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ทิพย์สุดา หมีนหาญ (2547) ที่พบว่าปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของอภิวรรณ ลาภวารักษ์ (2549) ที่พบว่าปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ K-mAlert ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยด้านบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากบุคลากรในธุรกิจบริการเป็นปัจจัย

สำคัญที่เป็นตัวกำหนดว่าธุรกิจบริการนั้นจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ดังนั้นพนักงานจึงต้องมีความรู้ ความสามารถและทักษะในการให้บริการ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาให้แก่ผู้ใช้บริการได้ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของทิพย์สุตา หมื่นหาญ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดมาตรฐานความรวดเร็วและคุณภาพในการให้บริการ และเป็นปัจจัยที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุวิสา สุรังสิมันต์กุล (2551) ที่พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของแต่ละธนาคาร มีลักษณะการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอื่นๆ ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้มากกว่าปัจจัยนี้ ซึ่งผลการวิจัย

นี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ทิพย์สุตา หมื่นหาญ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านราคาไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากราคาเป็นกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เกิดขึ้นมาได้ แต่ปัจจัยย่อยด้านราคาของการให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกัน เช่น การให้บริการโดยไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือบางรายการ เช่น ค่าธรรมเนียมแรกเข้า บริการชำระค่าบริการต่างๆ บริการเติมเงิน โทรศัพท์มือถือ และบริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของทิพย์สุตา หมื่นหาญ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากผู้ให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอื่นๆ มากกว่าการส่งเสริมการตลาดของธนาคาร ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของทิพย์สุตา หมื่นหาญ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาการเลือกใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือมี ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการพิจารณาถึงชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร และการพิจารณาถึงความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว ดังนั้น ธนาคารจึงควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้และเข้าใจในเรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัย และมั่นใจในการใช้บริการของธนาคาร

2. ปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ดังนั้น ธนาคารจึงควรมีการจัดการ การสำรวจวิจัย และวางแผนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านราคา ให้เหมาะสมและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้มากที่สุด เพื่อเพิ่มปริมาณหรือความถี่ในการใช้บริการให้มากขึ้น เช่น การเปิดให้บริการโดยไม่คิดค่าธรรมเนียม การชี้แจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายบริการอย่างชัดเจน และการกำหนดอัตราค่าบริการให้เหมาะสมกับคุณภาพของบริการ เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความสะดวกในการสมัคร

ใช้บริการ ดังนั้น ธนาคารจึงควรมีการพัฒนา และปรับปรุงขั้นตอนการสมัครสมาชิก โดยการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการที่มาสมัครใช้บริการ และควรจัดให้มีพนักงานที่มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยมาคอยให้คำแนะนำ เวลาที่มีผู้ใช้บริการมาสมัครใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือที่สาขา

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยเฉพาะการมอบของที่ระลึกหรือของสมนาคุณสำหรับลูกค้า ในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันเกิด หรือเมื่อมีการสมัครใช้บริการเป็นครั้งแรก ดังนั้น ธนาคารจึงควรมีการส่งเสริมการขาย โดยการมอบของที่ระลึกเมื่อมีผู้มาสมัครใช้บริการ หรือมีการสะสมคะแนน โดยทำการจับฉลากผู้โชคดี สำหรับลูกค้าที่มีการใช้บริการหรือทำรายการผ่านทางโทรศัพท์มือถือเป็นประจำ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดความสนใจที่จะใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือเพิ่มมากขึ้น

5. ปัจจัยด้านบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล โดยรวมในระดับมาก ดังนั้น ธนาคารควรมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานประจำสาขา และพนักงาน Call Center ให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย เพื่อให้สามารถตอบคำถาม คำแนะนำและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนควรเสริมสร้างความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีของพนักงานในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ ด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยดีในการให้บริการ

6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการพิจารณาถึงความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ การพิจารณาถึงขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน การพิจารณาถึงความรวดเร็วในการเชื่อมต่อกับระบบการให้บริการของธนาคาร ดังนั้นธนาคารจึงควรปรับปรุงและควบคุมกระบวนการให้บริการทุกขั้นตอนให้มีความสะดวกรวดเร็ว ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และมีความถูกต้องแม่นยำ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ

7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้กับระบบการให้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ดังนั้น ธนาคารจึงควรใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย และมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับระบบการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- ทิพย์สุตา หมื่นหาญ. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระเชิงวิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทิพย์สิริ ทิพย์พรหม. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระเชิงวิทยานิพนธ์ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารกสิกรไทย. (2553). “บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย (K-Mobile Banking)”. สืบค้นวันที่ 1 พฤศจิกายน 2553, จาก <http://www.kasikornbank.com/kmobilebanking/Documents/index.html>.
- พรทิพย์ สัมปัตตะวนิชย์. (2529). เอกสารสอนชุดวิชาพฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: วิสัทธิพัฒนา.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2553). “ศูนย์กสิกรไทย คาดปี 53 ตลาดบริการเสริมมือถือโตต่อเนื่อง”. สืบค้นวันที่ 10 ตุลาคม 2553 จาก, <http://www.newsplus.co.th/NewsDetail.php?id=2947>.
- สำนักคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2553). “รายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2552”. สืบค้นวันที่ 10 ตุลาคม 2553, จาก <http://www.positioningmag.com/prnews/PRNews.aspx?id=84908>.
- สุตาพร กุณฑลบุตร. (2549). หลักการตลาดสมัยใหม่. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิสา สุรังสิมันต์กุล. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิวรรณ ลาววรารักษ์. (2549). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ K-mAlert ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระเชิงวิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อาจ วิเชียรเจริญ. (2553). “ทำธุรกรรมการเงินผ่านมือถือผ่านบริการ K-Mobile Banking”. สืบค้นวันที่ 31 ตุลาคม 2553, จาก <http://www.moneychannel.co.th/Menu6/SmartMoney/tabid/111/newsid571/123618/Default>.

- Nunnally, J.C. (1978). **Psychometric Theory** (2 nd ed.). New York: McGrew-Hill.
- Positioningmag. (2553). “ความเป็นมาของ **Mobile Banking**”. สืบค้นวันที่ 31 ตุลาคม 2553, จาก <http://www.positioningmag.com/Magazine/Details.aspx?id=73513#ixzz10p1Evd2j>.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis** (2 nd ed.). New York: Harper & Row.

การสืบทอดธุรกิจครอบครัว : กระบวนการแห่งการสร้างความสัมพันธ์ เพื่อการอยู่รอดและยั่งยืน

Family business succession: Process of building relationships. For survival and sustainability

อรุณ ศิริจานุสรณ์*
Arun Sirijanusorn*

-
- * - อาจารย์พิเศษ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Guest Instructor, Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University
 - อาจารย์พิเศษ คณะศิลปและการออกแบบ มหาวิทยาลัยรังสิต
Guest Instructor, Faculty of Design and Arts, Rangsit University
 - ผู้จัดการฝ่ายวางแผนกลยุทธ์และธุรกิจใหม่ บริษัท วิลลัคซ์ ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด
Strategic and Business Development Manager, Vilallux Development Co.,Ltd.

บทคัดย่อ

ธุรกิจครอบครัว ถือเป็นรูปแบบธุรกิจพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจในทุกประเทศทั่วโลก ปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตและความยั่งยืนของธุรกิจครอบครัว ก็คือ ผู้สืบทอดธุรกิจของครอบครัว การศึกษานี้ต้องการค้นหาปัจจัยด้านการสืบทอดธุรกิจที่มีผลต่อการอยู่รอดและการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจครอบครัวด้วยการทบทวนวรรณกรรม ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาทายาทความสัมพันธ์ระหว่างรุ่น แผนการสืบทอดธุรกิจครอบครัวผู้ก่อตั้งหรือผู้นำ และผลตอบแทนในธุรกิจครอบครัวเป็นประเด็นสำคัญของการสืบทอดธุรกิจที่สร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจครอบครัว

คำสำคัญ : ธุรกิจครอบครัว, ผลประกอบการ, การสืบทอดธุรกิจครอบครัว

Abstract

Family businesses are basic businesses from in the economy in every country around the world. The critical factors that correlate with the survival and sustainability of family businesses are issues about the family business succession. This study would like to find the family business succession factors affecting sustainable growth of family businesses by literature review. The tentative evidence from the study suggests that family businesses have the potential to maintain sustainable growth. The notable finding of the research is that offspring grooming, Inter-generation relationships, succession planning, leadership and remuneration of managers are the main factors of family business succession affecting sustainable growth family businesses.

Key words : Family business, Business performance, Family business succession

ความเป็นมา

ธุรกิจครอบครัว (Family businesses) ถือเป็นรูปแบบธุรกิจพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจในทุกประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามวัฒนธรรมของประเทศแถบเอเชีย หรือแม้แต่ในประเทศแถบตะวันตกยุโรป ธุรกิจครอบครัวจึงเป็นรูปแบบธุรกิจที่มีอยู่ทั่วโลก (Montgomery and Sinclair, 2000)

ธุรกิจครอบครัว (Family businesses) มีบทบาทอย่างสูงต่อระบบเศรษฐกิจ และเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของทุกประเทศทั่วโลก ร้อยละ 75 ถึงร้อยละ 90 ของธุรกิจทั่วโลก เป็นธุรกิจครอบครัวหรือควบคุมโดยคนในครอบครัว (Lank, Owens, Martinez and Riedel, 1998) ในสหรัฐอเมริกา ธุรกิจครอบครัวมากถึง 2 ใน 3 ของธุรกิจทั้งหมด ส่วนในประเทศไทย จากการศึกษา พบว่า ร้อยละ 75 เป็นธุรกิจครอบครัวของตระกูลใดตระกูลหนึ่ง หรือไม่ก็ควบคุมการบริหารจัดการโดยคนในตระกูลไม่ทางตรงก็ทางอ้อม (Montgomery and Sinclair, 2000)

สำหรับประเทศไทย ธุรกิจครอบครัวมีมากถึงร้อยละ 70 (สำนักพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2544; ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2550) และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นธุรกิจครอบครัว หรือควบคุมการบริหารโดยบุคคลในครอบครัวถึงร้อยละ 65 โดยมีมูลค่ารวมของทรัพย์สินเป็น 2.35 ล้านล้านบาท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2550) กว่าครึ่งหนึ่งของมูลค่าดังกล่าว เป็นธุรกิจครอบครัวของคนในไม่กี่ตระกูล อาทิเช่น มาลีนนท์ จีราธิวัฒน์ ดำรงชัยธรรม อัศวโสภณ จันศิริ เลี้ยวไพรัตน์

ไพธารามิก กรรณสูต จรณะจิตต์ วิทยฐานกรณ์ เผอญไชย โสภณพานิช วิญญรัตน์ นิรุติยานนท์ ดำเนินขานวนิชย์ วัฒนเวคิน ยังมีวิทยา รัตนรักษ์ ปิยะอุย เอื้อชูเกียรติ ลำช้า ศรีเฟื่องฟุ้ง หอรุ่งเรือง โชควัฒนา กาญจนพาสน์ เตชะไพบูรณ์ หวังหลิ สารสิน เจียรวนนท์ และวิไลลักษณ์ เป็นต้น ซึ่งมีมูลค่ารวมของทรัพย์สินประมาณ 1.75 ล้านล้านบาท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2550; เนตรนภา ไวทย์เลิศศักดิ์, 2549: อำพล นวนวงศ์เสถียร, 2551)

อย่างไรก็ดี ผลการวิจัยในสหรัฐอเมริกา ยุโรป อินเดีย และจีน เกี่ยวกับอัตราการอยู่รอดของธุรกิจครอบครัว (Survival rates) พบว่า ธุรกิจครอบครัวประมาณ 1 ใน 3 เท่านั้น ที่จะสามารถถ่ายโอนธุรกิจไปยังทายาทรุ่นที่สองได้ และอีกเพียง 1 ใน 3 ของรุ่นที่สองเท่านั้น ที่สามารถถ่ายโอนธุรกิจไปยังทายาทรุ่นที่สามได้ (Poutziouris, 2000; Wang et al., 2003; Ibrahim et al., 2003) สอดคล้องกับธงชัย สันติวงษ์ (2549) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจครอบครัวจะโตได้ไม่เกินสามชั่วอายุคน ซึ่งเป็นโจทย์ที่มีความท้าทายมากเป็นอย่างยิ่งสำหรับเจ้าของธุรกิจและนักวิชาการด้านบริหารธุรกิจ ทั้งในและต่างประเทศ

การส่งผ่านธุรกิจครอบครัว (Transitions) จากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง และการเปลี่ยนผู้นำของธุรกิจครอบครัวเกี่ยวข้องกับการถ่ายโอนธุรกิจ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เต็มไปด้วยความยากลำบาก (Smyth and Leach, 1998) การสืบทอดธุรกิจ (Succession) เป็นประเด็นด้านอารมณ์ที่มีความสำคัญและท้าทายสำหรับเจ้าของในรุ่นอาวุโส การต่อสู้ที่เป็นอุปสรรคเกี่ยวกับว่าทำอย่างไรจึงจะทำให้เจ้าของธุรกิจวางมือและเลือกทายาทเข้าสืบทอดธุรกิจโดยไม่สร้างความขัดแย้งขึ้น

ในครอบครัว (Kunkel, 2003) การจัดการเรื่องการสืบทอดธุรกิจครอบครัวที่ไม่ประสบความสำเร็จ อาจมีผลต่อความล้มเหลวของธุรกิจครอบครัว การอยู่รอด การเติบโต และความยั่งยืนของธุรกิจครอบครัว และอาจรวมไปถึงการสร้างผลกระทบต่อระบบความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวได้

การสืบทอดธุรกิจครอบครัว จึงเป็นประเด็นสำคัญ ที่ท้าทายของเจ้าของผู้ก่อตั้งทายาทธุรกิจรุ่นต่อมา ชุมชนวิชาการด้านธุรกิจครอบครัว และการกำหนดนโยบายของภาครัฐและภาคเอกชน ในการช่วยให้ธุรกิจครอบครัวซึ่งเป็นธุรกิจพื้นฐานของโครงสร้างเศรษฐกิจสามารถอยู่รอดได้ในสถานการณ์ต่างๆ และสืบทอดธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ขาดสายสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจครอบครัว และเศรษฐกิจของทุกประเทศ

วัตถุประสงค์

ศึกษา ทบทวนวรรณกรรม และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีความสำคัญ ที่มีผลต่อการสืบทอดธุรกิจ นำไปสู่การเติบโต และความยั่งยืนของธุรกิจครอบครัว

การทบทวนวรรณกรรม

คำนิยามธุรกิจครอบครัว

London Business School: LBS โดย Hayward (1989) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจครอบครัว หมายถึง 1. มีหุ้นในธุรกิจมากกว่าร้อยละ 50 และถือครองโดยครอบครัวเดียว หรือ 2. อย่างน้อยที่สุดร้อยละ 50 ของอำนาจการบริหารจัดการมาจากครอบครัวเดียว และ/หรือ 3. จำนวนสมาชิกของคณะกรรมการบริหาร มากกว่ากึ่งหนึ่งมาจากครอบครัวเดียว

Westhead and Cowling (1997) ได้สรุปคำนิยามของธุรกิจครอบครัว หมายถึง ธุรกิจที่ถือหุ้นโดยกลุ่มตระกูลหนึ่งที่ใหญ่ที่สุด ซึ่งอาจมีความสัมพันธ์ทางสายเลือดหรือการแต่งงาน และมีสิทธิในการออกเสียงเพียงพอกที่จะควบคุมการบริหารจัดการของธุรกิจได้ มีการวางแผนเพื่อการถ่ายโอนธุรกิจไปสู่ทายาทรุ่นที่สองหรือรุ่นต่อไป

จากคำนิยามธุรกิจครอบครัว จะเห็นได้ว่า นิยามดังกล่าว เป็นการกำหนดความสัมพันธ์อย่างง่ายเพื่อที่จะสามารถวัดได้ โดยใช้เกณฑ์ทั้ง 3 เกณฑ์ในการกำหนดความเป็นธุรกิจครอบครัว Litz (1995) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดใหญ่จำนวนมากเป็นธุรกิจครอบครัว แม้ว่าความเป็นเจ้าของและการจัดการของธุรกิจจะลดลงกว่าร้อยละ 50 แม้ว่าด้วยหุ้นส่วนที่ถือเพียงร้อยละ 10 หรือ 15 ของหุ้นส่วนในครอบครัวหนึ่ง สามารถที่จะมีอิทธิพลอย่างสูงในธุรกิจเหนือคณะกรรมการบริหาร ด้วยวิธีการบริหารจัดการที่ไม่เป็นทางการ

ธุรกิจครอบครัว มีลักษณะและวงจรของความเป็นพลวัตร (Dynamic) กล่าวคือ ผู้ก่อตั้งและ/หรือ สมาชิกคนอื่นในธุรกิจครอบครัว ควรมีแผนและความตั้งใจที่จะส่งผ่านความเป็นเจ้าของธุรกิจไปยังทายาทคนอื่น ๆ หรืออย่างน้อยที่สุดไปยังทายาทรุ่นต่อไปได้ในอนาคต ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการขั้นต่ำสุดสำหรับธุรกิจครอบครัว เพราะความสำคัญของการถ่ายโอนธุรกิจไปยังทายาทของครอบครัว เป็นการรักษาเอาไว้ในด้านความมั่นคงระยะยาว และหลักประกันในครอบครัวของการรักษาเอกภาพ (Unity) ในครอบครัว การปกป้องและการธำรงไว้ซึ่งค่านิยมและประเพณี (Values and Tradition) ของครอบครัวเพื่อการสืบทอดธุรกิจและสิ่งเหล่านั้นไปยังสมาชิกรุ่นต่อไป ของครอบครัว (Hook and Trent, 1999; Ward, 1987, 1988)

ทฤษฎีธุรกิจครอบครัว ประเด็นการ สืบทอดธุรกิจ

การสืบทอดธุรกิจเกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจของอังกฤษมากกว่าร้อยปีที่ผ่านมา เจ้าของธุรกิจในประเทศอังกฤษมักไม่เต็มใจที่จะปล่อยให้อำนาจและความเป็นเจ้าของไปตกอยู่ในการควบคุมของบุคลากรภายนอกครอบครัว แม้ว่าหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ลักษณะของความเป็นเจ้าของธุรกิจครอบครัว ยังคงแสดงบทบาทสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของอังกฤษ และยังคงดำรงธุรกิจครอบครัวจนกระทั่งปัจจุบัน (Payne, 1984)

โดยที่การสืบทอดธุรกิจมีลักษณะของการเป็นกระบวนการ กล่าวคือ มีขั้นตอนก่อนและหลังของการสืบทอดธุรกิจ (Sharma et al., 2003) กระบวนการสืบทอดธุรกิจจึงเป็นการรวบรวมขั้นตอนต่างๆ บนพื้นฐานทางด้านหน้าที่และการแสดงบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งทายาทผู้ที่จะเข้ามาสืบทอดธุรกิจเหล่านั้น (Handler, 1992) ต้นแบบของกระบวนการสืบทอดธุรกิจ สามารถสรุปได้ออกเป็น 3 แนวทาง คือ ระดับแรก คือ การสืบทอดธุรกิจ ซึ่งตัวแทนของบุตรหลานที่อยู่ในฐานของผู้สืบทอดธุรกิจจะต้องเข้ามาเรียนรู้กระบวนการทำงานของธุรกิจครอบครัว ระดับที่สอง บุตรหลานที่อยู่ในฐานะผู้สืบทอดธุรกิจเข้ามาเรียนรู้งานและทำงานในธุรกิจครอบครัว ระดับที่สาม เป็นระดับที่สำคัญที่สุด นั่นคือ เป็นขั้นตอนที่บุตรหลานที่อยู่ในฐานะผู้สืบทอดธุรกิจ ที่มีศักยภาพสูงสุดจะได้รับการคัดเลือกและสนับสนุนส่งเสริมให้เป็นผู้ที่สืบทอดธุรกิจครอบครัวแทนผู้ที่ก่อตั้งธุรกิจครอบครัว (Stravtjou and Swiercz, 1998)

King Solomon, Tarabishy and Winslow (2000) พบว่า ปัญหาที่มีความสำคัญ

มากที่สุด ของการสืบทอดธุรกิจครอบครัว ก็คือ การถ่ายโอนธุรกิจ และการดำเนินธุรกิจครอบครัวให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การเตรียมและการให้คำชี้แนะกับทายาทที่รับสืบทอดธุรกิจ กระบวนการจัดการที่มีการเปลี่ยนแปลงบทบาทระหว่างเจ้าของและผู้สืบทอดธุรกิจ การแยกการจัดการออกจากความเป็นเจ้าของ การปรับตัวของธุรกิจให้เข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ

Sonfield and Lussier (2004) ได้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการสืบทอดธุรกิจในแต่ละรุ่น โดยทำการศึกษาเรื่อง "First-, Second-, and Third Generation Family Firms; A Comparison" โดยทำการศึกษาเปรียบเทียบธุรกิจครอบครัวในแต่ละรุ่น พบว่า ผู้ก่อตั้งธุรกิจครอบครัวในรุ่นที่หนึ่งมีการวางแผนของการสืบทอดธุรกิจน้อยกว่ารุ่นที่สองและรุ่นที่สาม และพบว่าไม่มีความแตกต่างในรุ่นที่หนึ่งรุ่นที่สองและรุ่นที่สามเกี่ยวกับการมีอิทธิพลของผู้ก่อตั้งธุรกิจครอบครัวที่มีต่อการจัดการธุรกิจครอบครัว ในรุ่นที่หนึ่งมีการใช้ทุนและมีการสร้างภาระหนี้สินมากกว่ารุ่นที่สองและรุ่นที่สาม นอกจากนี้ ยังพบว่าในรุ่นที่สองและรุ่นที่สามในธุรกิจครอบครัว มีการใช้การจัดการควบคุมในฐานะเจ้าของน้อยกว่ารุ่นที่หนึ่ง

อย่างไรก็ดี ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการสืบทอดธุรกิจ ที่เป็นประเด็นของความท้าทายของผู้ก่อตั้งและบุตรหลานตลอดจนทายาทคนต่อไปของธุรกิจครอบครัวยังมีอีกมาก และที่สำคัญ ได้แก่ แผนการสืบทอดธุรกิจ (Ibrahim et al., 2001; Gersick et al., 1997; Kets de Vries, 1993) การบ่มเพาะบุตรหลาน (Ibrahim et al., 2001b; Danco., 1997) ความสัมพันธ์ระหว่างรุ่น (Handler, 1992;

Seymour, 1993; Kets de Vries, 1993) และผลตอบแทนของผู้จัดการที่เป็นทายาท (Anronoff and Ward, 1997) ดังนั้น ในการศึกษานี้จะมุ่งเน้นการทบทวนวรรณกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการสืบทอดธุรกิจในประเทศไทยประเด็นสำคัญเหล่านี้

การสืบทอดธุรกิจครอบครัวในประเทศไทย

ธุรกิจขนาดใหญ่จำนวนมากในประเทศไทย มักจะเป็นของชาวจีน ที่เดินทางอพยพมาจากแผ่นดินใหญ่ ในศตวรรษที่ 20 ชาวจีนได้เข้ามาอพยพตั้งรกรากในประเทศไทย และได้สมรสกับคนไทยประสมประสานกับบรรทัดฐานและค่านิยมความเป็นไทย ประกอบธุรกิจในประเทศไทย หลายๆ ธุรกิจก้าวขึ้นสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ในระดับประเทศและระดับภูมิภาค อาทิเช่น เครือเจริญโภคภัณฑ์ (เจริญวนนท์) กลุ่มเซ็นทรัล (จิราธิวัฒน์) และธนาคารกรุงเทพ (โสภณพนิช) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การศึกษาพบว่า ในธุรกิจครอบครัว มากกว่าสองในสามของสมาชิกในตระกูลขนาดใหญ่ของประเทศไทย มักจะสมรสกันเองเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจหรือทางการเมือง หรือต้องการสร้างมูลค่าหุ้นของตระกูลในตลาดหลักทรัพย์ฯ ให้เพิ่มสูงขึ้น แสดงให้เห็นว่าการแต่งงานกันระหว่างสมาชิกครอบครัวได้สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับธุรกิจครอบครัวของทั้งสองตระกูล (Bunk-anwanicha, Fan and Wiwattanakantang, 2008)

อย่างไรก็ตาม แม้กลุ่มทุนจะเปลี่ยนสถานภาพเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ หรือบริษัทมหาชนแล้ว แต่โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทเหล่านี้ส่วนใหญ่ ก็ยัง “กระจุกตัว” ภายในกลุ่มคนที่เป็นผู้ก่อตั้ง จาก

ข้อมูลสัดส่วนผู้ถือหุ้นในบริษัทต่างๆ พบว่าบริษัทจดทะเบียนมากกว่า 3 ใน 4 นั้น มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 10 อันดับแรก ที่มีมูลค่าหุ้นรวมทั้งหมดเกินกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด มาจากกลุ่มคนผู้ก่อตั้ง นั่นก็เสมือนว่า บริษัทนั้นยังคงเป็น “บริษัทครอบครัว” ส่วนบริษัทที่ถือหุ้นแบบกระจาย ส่วนใหญ่พบในสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และญี่ปุ่น แต่ก็มีอยู่จำนวนไม่มากนัก

ส่วนประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 20 ของบริษัทที่จดทะเบียนทั้งหมด เป็นโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท ได้มีการพัฒนาแบบรูปพีระมิดแบบต่างๆ มีการใช้นามินี (บริษัทลงทุน หรือบริษัทโฮลดิ้ง) ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่มาถือหุ้นแทน เพื่อให้ครอบครัวของบริษัท ยังคงรักษาสีหน้าในการบริหารจัดการบริษัทไว้ได้ ยกแก่การตรวจสอบ และเป็นช่องทางหารายได้จากความสูญเสียของนักลงทุนรายย่อยได้ง่าย ตรงกันข้ามความพยายามของภาครัฐที่จะพยายามส่งเสริมให้เกิดบรรษัทภิบาล (เนตรนภา ไวทย์เลิศศักดิ์, 2549)

Suehiro (2001) ได้แบ่งลักษณะของธุรกิจครอบครัวของไทย ออกเป็น 2 กลุ่มหลักๆ ตามแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจ คือ ธุรกิจแบบผูกขาดอำนาจ (Authoritarian type) และธุรกิจแบบมีนวัตกรรม (Innovative type) โดยการบริหารงานธุรกิจแบบผูกขาดอำนาจนั้น จะถูกควบคุมการบริหารจัดการโดยผู้บริหารครอบครัวเพียงไม่กี่คนอย่างเบ็ดเสร็จ พบว่า กลุ่มนี้จะพลาดหรือล้มเหลวในการดำเนินงานธุรกิจในช่วงวิกฤต เช่น กลุ่มบริษัท ทีพีไอ ของตระกูลเลี้ยวไพรัตน์ กลุ่มบริษัท อัลฟาเทค บริหารโดยชาญ อัครโชค กลุ่มบริษัท เอกธนกิจ ของ ปิ่น จักกะพาก ธนาคารศรีนคร ของ อุเทน เตชะไพบูลย์ กลุ่มบริษัท เอสทีเอส ของ สวัสดิ์ หอรุ่งเรือง

กลุ่มบริษัท ซี-โน ไทย บริหารโดย อนุทิน ขาญวิรุฬ กลุ่มบริษัท ยุคคอม โดย บุญชัย เบญจรงค์ กลุ่มบริษัท ธนาถ โดย ศิริ กาญจนพาสน์ และกลุ่มบริษัท ทีบีโอ โดย สุกรี โพธิ์รัตนกุล เป็นต้น ในทางตรงกันข้าม ธุรกิจครอบครัวแบบมีนวัตกรรมนั้น ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ที่ดี บุกเบิกนวัตกรรมใหม่ๆ สามารถที่จะปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ โดยการลดขนาดขององค์กร ลดหนี้ เสาะหาแหล่งเงินทุนใหม่ทดแทนการกู้ยืมเงินจากธนาคาร และสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Alliance) กับต่างชาติ เป็นต้น ตัวอย่างกลุ่มธุรกิจที่จัดอยู่ในประเภทนี้ได้แก่ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา กลุ่มสหพัฒน์ กลุ่มสามารถ และกลุ่มเซ็นทรัล เป็นต้น

ธุรกิจครอบครัวไทยสามารถเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสายโซ่การผลิตระดับโลก มีการพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมส่งออก เช่น กรณีอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป (เจริญโภคภัณฑ์) โรงแรม (ดุสิตธานี) ปูนซีเมนต์ (ปูนซีเมนต์ไทย) ของตระกูล เจียรวนนท์ และปิยะอู๋ และสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยลำดับสามารถพัฒนาความเชี่ยวชาญ ผ่านกระบวนการเรียนรู้การสร้างตราสินค้า และการสร้างเครือข่ายต่างๆ ทำให้การขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ ติดอันดับบริษัทข้ามชาติของประเทศกำลังพัฒนา (ผาสุก พงษ์ไพจิตร, 2549) ภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ. 2540 ธุรกิจครอบครัวไทยเหล่านี้มีการปรับตัวขนานใหญ่ โดยวิธีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นใหม่โดยการเพิ่มทุน ตัดหุ้นในบริษัทที่ไม่ใช่ธุรกิจหลักขายออกไปให้กับพันธมิตรทางธุรกิจอื่นๆ ปรับเปลี่ยนโครงสร้างผู้บริหารใหม่ ลดขนาดของกิจการลง ลดสัดส่วนผู้ถือหุ้นในตระกูลครอบครัว

ที่เป็นเจ้าของธุรกิจครอบครัวลงปรับปรุงโครงสร้างการดำเนินงาน เพื่อให้ยังคงรักษาธุรกิจของครอบครัวไว้ได้ต่อไป (Polsiri and Wiwat-tanakantang, 2004)

การศึกษาของ สุรศักดิ์ ไชยธนกิจ (2007) เกี่ยวกับวัฒนธรรมครอบครัว ทูทางปัญญา และธรรมาภิบาลครอบครัว ซึ่งถือว่าเป็นความเข้มแข็งของธุรกิจครอบครัว วัตถุประสงค์หลักของระบบธรรมาภิบาลครอบครัว คือการปกป้องทุนทางปัญญาเพื่อสมาชิกครอบครัวในปัจจุบันและผู้สืบเชื้อสายในอนาคต จากความเสียหายที่เกิดจากความไม่ซื่อสัตย์ของบุคคลร่วมสายเลือดและลูกจ้าง เมื่อกิจการครอบครัวเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แล้ว ทำให้เกิดปัญหาระบบธรรมาภิบาลครอบครัว มีความขัดแย้งกับหลักธรรมาภิบาลของบริษัท ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่องของความโปร่งใสและปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันระหว่างผู้ถือหุ้น

กระบวนการสืบทอดธุรกิจครอบครัว

การส่งผ่านธุรกิจครอบครัว (Transitions) จากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง และการเปลี่ยนผู้นำเกี่ยวข้องในการถ่ายโอนธุรกิจ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เต็มไปด้วยความยากลำบาก (Smyth and Leach, 1993) การสืบทอดธุรกิจ (Succession) เป็นประเด็นด้านอารมณ์ที่มีความสำคัญสำหรับเจ้าของในรุ่นอาวุโส (Senior Generation Owner) ซึ่งบางครั้งเกี่ยวข้องกับการเสียชีวิตของเจ้าของธุรกิจ การต่อสู้อุปสรรคที่เกี่ยวกับว่าทำอะไรที่จะทำให้เจ้าของธุรกิจยอมวางมือและเลือกทายาทขึ้นมาสืบทอดธุรกิจโดยไม่มี ความขัดแย้งขึ้นในครอบครัว เจ้าของบางคนอาจไม่เชื่อมั่นในความสามารถของสมาชิกในครอบครัวรุ่นต่อไปที่จะเข้ามาแทนที่ (Kunkel, 2003) การจัดเรียงการสืบทอดธุรกิจที่ไม่ประสบ

ความสำเร็จ อาจจะมีผลต่อความล้มเหลวของธุรกิจและระบบความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัว โดย Kunkel (2003) ได้แสดงว่า เมื่อทนายทนายหลายคนทำงานในธุรกิจครอบครัว การเลือกทนายลำดับต่อไป อาจจะไปสู่ปัญหาของความขัดแย้ง อย่างไรก็ตาม การแบ่งแยกความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวออกจากธุรกิจ เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างมากของธุรกิจครอบครัว

กระบวนการสืบทอดธุรกิจครอบครัวที่มีความราบรื่น และมีการวางแผนการสืบทอดไว้ล่วงหน้าเป็นอย่างดี ย่อมนำมาซึ่งประสิทธิภาพความสำเร็จ สร้างการเติบโต และความยั่งยืนให้กับธุรกิจครอบครัวได้ (Gersick et. al., 1997) แผนการสืบทอดธุรกิจที่ประสิทธิผล มุ่งเน้นไปที่ 2 ประเด็น คือ ประการแรก เป็นประเด็นเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่มีการวางแผนการสืบทอดธุรกิจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสืบทอดธุรกิจ และประการที่สอง แผนการสืบทอดธุรกิจ เป็นประเด็นที่เกี่ยวกับความสำเร็จในการถ่ายโอนธุรกิจจากเจ้าของไปยังทายาท (Sharma et. al., 2003)

นอกจากนี้แผนการสืบทอดธุรกิจควรมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ กล่าวคือ ประการแรก การถ่ายโอนมรดกของเจ้าของไปยังทายาทรุ่นต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพและยุติธรรม ประการที่สอง การส่งผ่านการควบคุมธุรกิจในวิถีทางที่จะทำให้แน่ใจได้ว่าภาวะผู้นำของทายาทจะสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนให้กับธุรกิจครอบครัวได้ และประการสุดท้าย การดำรงรักษาความสามัคคีปรองดองในหมู่บุตรหลานและทายาทของเจ้าของธุรกิจครอบครัวไว้ได้ (David et. al., 1997)

ประเด็นสำคัญของการสืบทอดธุรกิจ

ผู้ก่อตั้ง ทายาท การสืบทอดธุรกิจครอบครัว เป็นประเด็นสำคัญต่อความอยู่รอดและยั่งยืนของธุรกิจครอบครัว ซึ่งต้องมีการเตรียมตัว เวลา และคำมั่นสัญญา เพื่อให้การสืบทอดธุรกิจครอบครัวประสบความสำเร็จยิ่งไปกว่านั้น เป็นความซับซ้อนทางกฎหมายและกระบวนการทางการเงิน และต้องการการวางแผนอย่างระมัดระวัง สำหรับความอยู่รอดของธุรกิจครอบครัว (Beckhard and Dyer, 1983) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจครอบครัวที่ยั่งยืน ผู้ก่อตั้งจะต้องเตรียมตัววางมือจากธุรกิจ และมีการวางแผนการสืบทอดธุรกิจอย่างระมัดระวังรอบคอบ สำหรับผู้ก่อตั้งธุรกิจ และมีอาชีพคนสำคัญของธุรกิจคนต่อไป

แต่ในความเป็นจริงแล้ว กระบวนการสืบทอดธุรกิจ จะพบว่า ผู้สืบทอดจะถูกเลือกโดยอาศัยเกณฑ์ส่วนตัวและเป็น CEO คนต่อไปในหลายๆ กรณีที่เกิดขึ้น ขณะที่อีกหลายๆ กรณีเจ้าของจะให้ความสำคัญกับบุตรทุกคนเสมอกัน และมีอีกหลายกรณีเช่นเดียวกันที่ คนเก่งและมีความสามารถถูกเก็บเอาไว้ เพราะเหตุเป็นคนนอกครอบครัว กระบวนการสืบทอดธุรกิจของธุรกิจครอบครัว จึงเป็นไปในลักษณะนี้เสมอ ซึ่งเป็นกระบวนการก่อนการถ่ายโอนธุรกิจภายใต้ภาวะผู้นำของธุรกิจครอบครัว

นอกจากนี้ งานวิจัยจำนวนมากยังชี้ว่า ผู้สืบทอดธุรกิจครอบครัวควรจะเข้าสู่ธุรกิจตั้งแต่วัยเยาว์ ก่อนเข้าสู่ธุรกิจครอบครัวเต็มตัว เพื่อให้มีความสนใจในธุรกิจ และสั่งสมประสบการณ์และความรู้ก่อนการรับมอบตำแหน่งจากเจ้าของผู้ก่อตั้ง และได้เห็นบทบาทของภาวะผู้นำของผู้ก่อตั้ง สิ่งนี้เป็นการสนับสนุนภาวะผู้นำคนใหม่จากสมาชิกครอบครัว ซึ่งไม่ต้องการทำงานใน

ธุรกิจครอบครัว แต่เป็นคนที่มีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจครอบครัวในอนาคต (Ward, 1997)

กระบวนการของการเปลี่ยนรุ่นเป็นเรื่องยาก การสืบทอดธุรกิจเป็นสิ่งที่เรียกว่า “การทดสอบขั้นสูงสุด” สำหรับธุรกิจครอบครัว การสืบทอดธุรกิจไม่ใช่เหตุการณ์เดียว ที่เกิดขึ้นเมื่อผู้นำในธุรกิจครอบครัวเสียชีวิต หรือต้องปลดระวางตัวเอง และต้องส่งต่อให้กับผู้นำคนใหม่ แต่กระบวนการนั้นถูกขับเคลื่อนโดยวิวัฒนาการตามเวลา ซึ่งได้แก่ การเริ่มต้น เปลี่ยนผ่าน ต่อเนื่อง และยั่งยืนในวัฏจักรของธุรกิจครอบครัว แม้ว่าในกรณีที่ผู้นำคนเดิมล้มป่วยหรือถึงแก่ชีวิต ก็ยังมีเวลาหนึ่งสำหรับการเตรียมตัวและมีส่วนร่วมในการ “ส่งไม้ต่อ” และเป็นช่วงเวลาการปรับตัว และการปรับธุรกิจเพื่อดำรงไว้ซึ่งการเติบโตต่อไปได้ ซึ่งช่วงระยะเวลาดังกล่าวอาจจะเกิดขึ้นเพียงในช่วงระยะเวลาสั้นๆ (Kets de Vries, M. 1993)

ความเกี่ยวข้องในขั้นตอนต้นๆ ของการสร้างศักยภาพให้แก่ผู้ที่สืบทอด การถ่ายโอนองค์ความรู้จากผู้นำสู่รุ่นหนึ่งสู่ผู้นำอีกรุ่นหนึ่งตามวิถีของวัฏจักรของธุรกิจครอบครัวและธุรกิจกระบวนการสืบทอดอำนาจในธุรกิจครอบครัวเป็นโอกาสการสร้างความเป็นเอกภาพสำหรับสมาชิกในครอบครัวผ่านความกลมเกลียวปรองดอง เพื่อสร้างความเข้มแข็งและเติบโตให้กับธุรกิจครอบครัว (Gersick et. Al., 1997; Hall et. Al., 2001; Klein, 2003)

การพัฒนาทายาท

“ทายาท” ถือเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญที่สุดของกระบวนการสืบทอดธุรกิจ ธุรกิจครอบครัวที่ขาดทายาทที่จะเข้ามารับสืบทอดธุรกิจ ได้กลายเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุด ประเด็นหนึ่งของความสำเร็จ

ของความต่อเนื่องและความยั่งยืนของธุรกิจครอบครัว (อำพล นววงศ์เสถียร, 2551; Wang and Poutziouris, 2003) การคัดเลือกทายาทเป็นประเด็นที่มีความสำคัญอันดับต่อมา เมื่อเจ้าของธุรกิจครอบครัวต้องคัดเลือกบุตรหลานเพื่อเตรียมตัวบ่มเพาะให้เป็นทายาทคนต่อไป เจ้าของธุรกิจครอบครัว ควรจะต้องเลือกทายาทที่มีความเฉลียวฉลาด มีปฏิภาณไหวพริบ รู้จักระดับอารมณ์ข่มความรู้สึก อดทน รอบคอบ ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ รวมทั้งต้องเป็นนักประนีประนอมและประสานประโยชน์ เข้าใจปัญหาและแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง และเป็นผู้ที่ให้เกียรติเพื่อร่วมงาน

การทำความเข้าใจถึงอุปนิสัย ความชอบ และความถนัดของบุตรหลานที่มีศักยภาพ เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่กระบวนการบ่มเพาะทายาท เพื่อเสริมสร้างศักยภาพ ก่อนเข้าดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจครอบครัว อย่างเต็มตัวเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตาม หากได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าบุตรหลานไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะรับสืบทอดธุรกิจครอบครัวได้ เจ้าของอาจจำเป็นต้องตัดสินใจไม่ส่งมอบธุรกิจครอบครัวให้ก็เป็นได้ แต่ควรให้เป็นเพียงผู้ถือหุ้นของธุรกิจครอบครัวแทน และมีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลธุรกิจครอบครัวในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของธุรกิจครอบครัวจะเหมาะสมมากกว่า ในประเทศเนเธอร์แลนด์ ประธานกรรมการบริหารของธุรกิจครอบครัวจะเลือกคนที่มีความสามารถสูงสุดของครอบครัว เพื่อบ่มเพาะเข้ามาเตรียมตัวเข้ามาบริหารกิจการ และจะไม่ให้บุคคลภายนอกที่ไม่ใช่สมาชิกของครอบครัวเข้ามายุ่งโดยเด็ดขาด หรืออาจให้เข้ามายุ่งเกี่ยวแต่น้อยมาก ซึ่งวาระการเช่นนี้ พบว่าสามารถทำให้ธุรกิจครอบครัวอยู่รอดมาได้ถึงเจ็ดชั่วอายุคน

ความสัมพันธ์ระหว่างรุ่น

ความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นเป็นปัจจัยที่สำคัญในกระบวนการสืบทอดธุรกิจครอบครัว และมีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนของธุรกิจ ธุรกิจครอบครัวดำเนินไปภายใต้การประสานความเชื่อมโยงระหว่างสถาบันครอบครัวและธุรกิจ ความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวมีความซับซ้อน แต่กลับพบว่า ในความกลมเกลียวปรองดองของสมาชิกครอบครัว กลับมีอำนาจแฝงที่มีอิทธิพลในการขับเคลื่อนธุรกิจครอบครัวไปสู่การเจริญเติบโต และสร้างยอดขาย และความยั่งยืนให้กับธุรกิจครอบครัวได้ (Bachkaniwala et. Al., 1998) การเชื่อความสัมพันธ์ของสมาชิกครอบครัวบนโต๊ะอาหารเย็น เป็นกลยุทธ์การจัดการธุรกิจครอบครัวที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด การมีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กันภายในสมาชิกครอบครัวอย่างสม่ำเสมอทุกเทศกาล วันหยุดสำคัญประจำปี ถือเป็นประเพณีปฏิบัติที่ควรยึดถือเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญที่สุดของธุรกิจครอบครัว

ความสัมพันธ์และคุณภาพของความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว เป็นพลังงานมหาศาลในการขับเคลื่อนความสำเร็จไปสู่ความยั่งยืน ความสัมพันธ์ของสมาชิกรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง และในรุ่นเดียวกัน รุ่นแล้วรุ่นเล่า ความปรองดองกลมเกลียวของสมาชิกในครอบครัว นำธุรกิจครอบครัวไปสู่เป้าหมายได้ในระยะยาว (Harju. J. and Heinonen. J. 2004) เจ้าของธุรกิจครอบครัวและบุตรหลานในครอบครัว ควรมีการตกลงและทำความเข้าใจสำหรับแผนของการสืบทอดธุรกิจ และการคัดเลือกทายาทคนต่อไป ควรเป็นเรื่องที่สมาชิกครอบครัวทุกคนให้ความเห็นชอบ ทั้งนี้เพื่อป้องกันความขัดแย้ง แต่ความสามัคคีเมื่อ

ถึงเวลาที่เจ้าของได้มอบหมายธุรกิจให้ทายาทคนใดคนหนึ่ง (Sharma. P. Chirsman. J. J. and Chua. J. H. 2003) การจัดตั้งคณะกรรมการครอบครัวในแต่ละรุ่น เพื่อเป็นคณะกรรมการที่กำหนดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และคัดเลือกสมาชิกครอบครัวทุกคนให้ความเห็นชอบ ทั้งนี้เพื่อป้องกันความขัดแย้ง แต่ความสามัคคีเมื่อถึงเวลาที่เจ้าของได้มอบหมายธุรกิจให้กับทายาทคนใดคนหนึ่ง (Suehiro. Akira. 2001) การจัดตั้งคณะกรรมการครอบครัวที่มาจากตัวแทนของสมาชิกครอบครัวในแต่ละรุ่น เพื่อเป็นคณะกรรมการที่กำหนดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และคัดเลือกสมาชิกครอบครัวเพื่อเตรียมตัวเป็นทายาทคนต่อไปของธุรกิจครอบครัว เป็นกลไกที่มีความสำคัญในการสร้างความสมานฉันท์และข้อตกลงร่วมกันของสมาชิกครอบครัวที่มีผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจครอบครัว และหากสมาชิกในครอบครัวมีความกลมเกลียวและปรองดองกันอย่างมีเอกภาพแล้ว ย่อมเป็นพลังมหาศาลในการขับเคลื่อนความสำเร็จให้กับธุรกิจครอบครัวได้ ซึ่งเป็นจุดแข็งสำหรับธุรกิจครอบครัวที่มีความแตกต่างจากธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจครอบครัว

แผนการสืบทอดธุรกิจครอบครัว

แผนการสืบทอดธุรกิจปรากฏอยู่ในกลยุทธ์เพื่อการบรรลุผลสำเร็จของธุรกิจครอบครัว และจัดได้ว่าเป็นเป้าหมายทางธุรกิจมากกว่าเป้าหมายของธุรกิจครอบครัว เพื่อเป็นเรื่องของความอยู่รอดและยั่งยืนของธุรกิจครอบครัว การถ่ายโอนธุรกิจจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกคนในรุ่นหนึ่ง เป็นกระบวนการที่ยุ่งยากและมีความจำเป็นอย่างมากในธุรกิจครอบครัว (Beckhard. R. and Dyer Jr. W.G. 1983) นอกจากนี้ยังเป็นประเด็นของการจัดการธุรกิจครอบครัว ซึ่งรวม

ถึงความไม่เต็มใจของผู้ก่อตั้งที่จะวางมือจากธุรกิจ ความลังเลใจเกิดจากความกลัวเรื่องความแตกแยกของสมาชิกครอบครัวที่อาจเกิดขึ้น หรือการให้การยอมรับผู้สืบทอดธุรกิจใหม่ เพราะความต่อเนื่องของธุรกิจครอบครัวเป็นเรื่องยิ่งใหญ่ที่อยู่ภายใน “อุ้งมือ” ของผู้ก่อตั้งธุรกิจนั่นเอง

จำนวนสมาชิกของครอบครัวที่เข้ามามีบทบาทในธุรกิจครอบครัว เป็นประเด็นสำคัญของการสืบทอดธุรกิจครอบครัว การมีจำนวนสมาชิกครอบครัวที่เข้ามา มีบทบาทกับครอบครัวจำนวนน้อยแต่มีความสามารถ จะเป็นผลดีมากกว่าการนำสมาชิกครอบครัวเข้ามาจำนวนมากแต่ไม่มีความสามารถ และแทนที่จะช่วยบริหารจัดการให้ธุรกิจครอบครัวประสบความสำเร็จ กลับกลายเป็นการถ่วงความเติบโตและความก้าวหน้าของธุรกิจครอบครัว เมื่อคณะกรรมการบริหารมีความขัดแย้งกันเองส่วนเวลาที่เหมาะสมสำหรับการส่งมอบธุรกิจให้กับทายาท ถ้าทายาทยังเยาว์วัย และยังขาดประสบการณ์ เจ้าของธุรกิจครอบครัวควรให้การป้อนพาหนะให้เกิดความรู้ประสบการณ์ที่มากพอ ก่อนการส่งมอบธุรกิจครอบครัว และเมื่อเวลานั้นมาถึง เจ้าของธุรกิจครอบครัวอาจเป็นผู้ให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาอยู่ห่างๆ ซึ่งน่าจะเป็นการวางแผนในการเตรียมทายาทเพื่อเข้าสู่ธุรกิจได้ดีที่สุด

ผู้ก่อตั้งหรือผู้นำ

ผู้ก่อตั้ง ทายาท ของธุรกิจครอบครัว เป็นประเด็นสำคัญต่อความอยู่รอดและยั่งยืนของธุรกิจครอบครัว ซึ่งต้องมีความสามารถ เป็นผู้นำ มีการเตรียมตัว แผนการสืบทอดธุรกิจ เวลา และคำมั่นสัญญาเพื่อให้การสืบทอดธุรกิจครอบครัวประสบความสำเร็จ ยิ่งไปกว่านั้น เป็นความซับซ้อนทางกฎหมายและกระบวนการทาง

การเงิน และต้องการการวางแผนอย่างระมัดระวังสำหรับความอยู่รอดของธุรกิจครอบครัว (Beckhard, R. and Dyer Jr., W.G. 1983) ความสามารถของผู้ก่อตั้ง ผู้สืบทอดธุรกิจครอบครัวในการเป็นผู้นำทางธุรกิจ ทักษะและสมรรถนะในการจัดการ ความเต็มใจและพันธกรณี ที่จะนำธุรกิจครอบครัวไปสู่การเจริญเติบโตในบทบาทของผู้นำ (Ibrahim, A. B. Soufani, K. and Lam, J. 2001) ด้วยปรัชญาการทำงานแบบขยันขันแข็ง สู้งาน และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ยึดหลักธรรมาภิบาลและหลักความรับผิดชอบต่อสังคม

นอกจากนี้ผู้จัดการธุรกิจครอบครัวมีบทบาทเปรียบได้กับบุคคลซึ่งสวมหมวก 3 ใบ ใบหนึ่งสวมบทบาทของความเป็นเจ้าของ (Owner) อีกใบหนึ่งสวมบทบาทของความเป็นสมาชิก ครอบครัว (Family) ใบสุดท้ายสวมบทบาทของความเป็นผู้จัดการธุรกิจ (Manager) ปัญหาของผู้จัดการธุรกิจครอบครัว คือ การมีบทบาทที่เหลื่อมล้ำกันระหว่างบทบาทความเป็นเจ้าของและธุรกิจ กล่าวคือ หากสวมบทบาทหรือหมวกไม่ถูกใบ เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่งหรือเล่นผิดบทบาท ธุรกิจก็ล่มสลายได้ แต่หากมีการแยกบทบาทที่ชัดเจน ก็สามารถสร้างพลังมหาศาลให้กับธุรกิจครอบครัว เพราะธุรกิจครอบครัวมีจุดแข็งแกร่งในเรื่องของความเป็นเจ้าของ การตัดสินใจรวดเร็ว มีความคล่องตัวสูง และมีการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ การที่ทายาทได้คลุกคลีกับธุรกิจครอบครัวและเห็นบทบาท ความพากเพียร วิริยะอุตสาหะของเจ้าของธุรกิจครอบครัว ก็ดำเนินรอยตาม เกิดความอดทน ต่อสู้ ฝ่าฟันให้ธุรกิจที่ตกมาถึง “มือของตนเอง” อยู่รอดต่อไปยังรุ่นหลานหรือรุ่นลูกของตนเองต่อไป

ผลตอบแทนในธุรกิจครอบครัว

ในธุรกิจครอบครัว เจ้าของที่เป็นผู้จัดการ จำเป็นต้องสวมนบทบาทของความเป็นเจ้าของและบทบาทของการจัดการธุรกิจ ซึ่งมักเป็นปัญหาด้านผลประโยชน์ทับซ้อนระหว่างทั้งสองบทบาท ผลการดำเนินงานของธุรกิจครอบครัวกับผลตอบแทนของผู้จัดการมักเป็นในทิศทางบวก อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีตัวแทน (Agency theory) ได้อธิบายว่า ผู้จัดการมีแนวโน้มจะทำเพื่อประโยชน์ส่วนตนมากกว่าธุรกิจและมักเกิดปัญหา “ต้นทุนตัวแทน” ขึ้นกับธุรกิจครอบครัว ด้วยเสมอ (Gomez-Melia, 1998) ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจว่า ผู้บริหารระดับสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่มาจากสมาชิกครอบครัว มักเรียกผลตอบแทนในตำแหน่งระดับที่สูงมากจากธุรกิจครอบครัว ซึ่งในระยะยาวถือว่าการกระทำที่ไม่สมเหตุสมผลเท่าใดนัก และมักเป็นประเด็นความขัดแย้งระหว่างครอบครัวและสมาชิกที่ไม่ได้มาจากครอบครัว ซึ่งเป็นที่มาของเหตุผลที่ว่า สมาชิกครอบครัวที่เป็นผู้บริหารระดับสูงควรลดผลตอบแทนในรูปเงินเดือนลงเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจครอบครัว

Aronoff and Ward (1997) เห็นว่า หากจะทำให้ธุรกิจครอบครัวยังคงมีชีวิตรอดอยู่รอด ผู้บริหารที่เป็นเจ้าของและสมาชิกครอบครัวควรยอมที่จะรับผลตอบแทนที่เป็นเงินเดือนในลักษณะของการ จ่ายตามผลงาน บนพื้นฐานผลตอบแทนที่จ่ายกัน ตามตลาด ในขณะที่ Snelly (1995) เห็นว่าควรกำหนดอัตราผลตอบแทนไว้เป็นทางการและกำหนดอัตราการจ่ายโบนัสตามผลงานสำหรับทุกคนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไว้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม Dally et. al., (1998) เห็นว่าผลตอบแทนของผู้บริหารที่เป็น

เจ้าของยังเป็นสิ่งจูงใจที่จำเป็นสำหรับการจัดการธุรกิจครอบครัว ดังนั้น ควรมีคณะกรรมการพิจารณาผลตอบแทนให้กับผู้เกี่ยวข้องทุกคนในธุรกิจครอบครัว และที่สำคัญที่สุดควรแบ่งแยกรายการจัดการออกจากความเป็นเจ้าของให้เด็ดขาดชัดเจน ซึ่งจะเป็นหนทางสร้างประสิทธิผลให้เกิดขึ้นกับกระบวนการสืบทอดธุรกิจครอบครัวได้ สามารถดึงดูดสมาชิกครอบครัวให้มีความสนใจเข้ามาบริหารจัดการธุรกิจครอบครัวให้เกิดผลประโยชน์ที่ดีและยั่งยืนต่อไป

การสืบทอดธุรกิจและผลการประกอบการของธุรกิจครอบครัว

มีการศึกษาเชิงประจักษ์จำนวนมากที่แสดงให้เห็นว่า กระบวนการสืบทอดธุรกิจมีอิทธิพลต่อการประกอบการของธุรกิจครอบครัว และความแตกต่างของปัจจัยในกระบวนการสืบทอดธุรกิจมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของธุรกิจครอบครัว (Morris et. al., 1997; Goldberg, 1996)

Beckhard and Dyer (1983) พบว่า ความสามารถของผู้ก่อตั้งและผู้รับสืบทอดธุรกิจครอบครัวสามารถสร้างผลการประกอบการที่ดีให้กับธุรกิจครอบครัวได้ รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ก่อตั้งและผู้สืบทอดธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจครอบครัว (Chaganti and Schneer, 1994) ผลตอบแทนของผู้บริหารที่เป็นเจ้าของ ยังเป็นสิ่งจูงใจที่จำเป็นสำหรับการจัดการธุรกิจครอบครัวได้เป็นอย่างดีสูง ทายาทที่ได้รับการพัฒนาและบ่มเพาะเพื่อการเตรียมตัวเข้าสู่ธุรกิจครอบครัว เมื่อเข้าสู่ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงแล้ว สามารถสร้างผลประกอบการที่ดีกว่า (Goldberg, 1996) ความกลมเกลียวปรองดองของสมาชิกครอบครัวเป็นพลังในการขับเคลื่อนผลประกอบการธุรกิจที่ดี (Harju and

Heinonen, 2004) การถ่ายโอนธุรกิจเกิดขึ้นอย่างราบรื่นมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจของครอบครัว ควรมีการวางแผนขั้นตอนการสืบทอดธุรกิจ สำหรับทายาทธุรกิจครอบครัวคนต่อไป ทายาทเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญที่สุดของกระบวนการสืบทอดธุรกิจ ธุรกิจครอบครัวที่ขาดทายาทที่จะเข้ามารับสืบทอดธุรกิจ (Westhead. P. and Cowling. M. 1997)

ผลการวิจัย

ธุรกิจครอบครัว ถือเป็นรูปแบบธุรกิจพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจในทุกประเทศทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยในสหรัฐอเมริกา ยุโรป อินเดียและจีน เกี่ยวกับอัตราการอยู่รอดของธุรกิจครอบครัว พบว่า ธุรกิจครอบครัวหนึ่งในสามเท่านั้น ที่สามารถโอนถ่ายไปสู่ทายาทรุ่นที่สองได้ และอีกเพียงหนึ่งในสามที่ถ่ายโอนไปยังรุ่นที่สามได้ การศึกษาจำนวนมาก พบว่าประเด็นสำคัญของการอยู่รอดและสามารถนำพาธุรกิจครอบครัวไปสู่ความยั่งยืนได้ คือ ประเด็นการสืบทอดธุรกิจครอบครัว การสืบทอดธุรกิจครอบครัว จึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญของความท้าทายของเจ้าของผู้ก่อตั้งธุรกิจอย่างมาก บุตรหลาน ทายาทรุ่นต่อมาของธุรกิจครอบครัว ชุมชนวิชาการ ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย

การศึกษานี้พบว่า ประเด็นสำคัญของการสืบทอดธุรกิจ ที่มีผลต่อการเติบโตและยั่งยืนของธุรกิจครอบครัว ได้แก่ การพัฒนาทายาท ความสัมพันธ์ระหว่างรุ่น แผนการสืบทอดธุรกิจครอบครัว ผู้ก่อตั้งหรือผู้นำ และผลตอบแทนในธุรกิจครอบครัว ซึ่งล้วนแต่เป็นประเด็นที่มีความสำคัญของการสืบทอดธุรกิจที่สร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจครอบครัว

อภิปรายและข้อเสนอแนะ

ภายหลังจากการทบทวนวรรณกรรมประเด็นสำคัญของการสืบทอดธุรกิจครอบครัวที่มีผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจครอบครัวแล้ว ผู้ศึกษาได้ข้อเสนอแนะสำหรับผู้จัดการที่เป็นเจ้าของ บุตรหลาน ผู้สืบทอดธุรกิจครอบครัว ชุมชนวิชาการ ภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

ผู้ก่อตั้งหรือผู้นำในแต่ละรุ่น

ควรมีความสามารถเป็นผู้นำ มีการเตรียมแผนการสืบทอดธุรกิจ และคำนึงสัญญาเพื่อให้ธุรกิจครอบครัวประสบความสำเร็จ สร้างสมรรถนะในการจัดการ มีความเต็มใจและพันธกรณีที่จนำพาธุรกิจครอบครัวไปสู่ความยั่งยืนในบทบาทของผู้นำ ที่ควรกระตุ้นในสมาชิกในครอบครัวเกิดการร่วมใจสืบทอดเจตนารมณ์ของผู้ก่อตั้ง ยึดหลักธรรมาภิบาลและหลักความรับผิดชอบต่อสังคม แยกบทบาทความเป็นเจ้าของและบทบาทผู้จัดการธุรกิจออกจากกันอย่างชัดเจน

การเตรียมทายาทเพื่อรับช่วงธุรกิจ

ผู้ก่อตั้งธุรกิจ ควรให้ผู้สืบทอดธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจครอบครัวตั้งแต่เยาว์วัยเพื่อให้เกิดความสนใจในธุรกิจ และสั่งสมประสบการณ์และความรู้ก่อนรับมรดกตำแหน่งสำคัญในธุรกิจ เพื่อให้เห็นบทบาทของผู้ก่อตั้ง ควรมีการพัฒนาศักยภาพของการจัดการทางธุรกิจให้แก่ผู้สืบทอดธุรกิจ และมีการวางแผนในการถ่ายโอนองค์ความรู้ เคล็ดลับทางธุรกิจให้ผู้สืบทอดธุรกิจสร้างและคัดเลือกทายาทเพื่อเข้ารับช่วงธุรกิจในเวลาที่มีความเหมาะสม เช่น การสร้างระบบคณะกรรมการครอบครัว โดยมีตัวแทนที่มาจากสมาชิกในครอบครัวในแต่ละรุ่น เพื่อที่จะได้ศึกษาอบรมแก่สมาชิกครอบครัวที่ได้รับการ

คัดเลือกจากคณะกรรมการครอบครัว และเตรียม บ่มเพาะเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งในระดับสูงในธุรกิจ ครอบครัว ทายาทที่เข้ามาเป็นผู้บริหารระดับสูง ควรที่จะต้องมี ประสบการณ์จากการทำงาน ภายนอกธุรกิจครอบครัว อย่างน้อย 5 ปี เพื่อ สังสมประสบการณ์ของการทำงาน ก่อนเข้ารับ ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจครอบครัว

ความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นและภายในรุ่น เดียวกัน

ผู้ก่อตั้งควรให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระหว่างสมาชิกครอบครัวในแต่ละรุ่น และสมาชิกครอบครัวในรุ่นเดียวกัน การที่สมาชิกครอบครัวมีความปรองดองกลมเกลียวกัน จะทำให้การสืบทอดธุรกิจเป็นไปได้ อย่างราบรื่น และเป็นพลังอันเข้มแข็งในการขับเคลื่อนธุรกิจครอบครัวไปสู่การเติบโตและความยั่งยืนจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งได้อย่างไม่ขาดสาย

แผนการสืบทอดธุรกิจครอบครัว

ธุรกิจครอบครัว ควรมีการกำหนดแผนการสืบทอดธุรกิจครอบครัว ให้เป็นวาระสำคัญ ของแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ ธุรกิจครอบครัวที่ไม่มีการวางแผนสืบทอดธุรกิจ ครอบครัวที่ดีและอย่างเหมาะสม อาจนำมาซึ่ง ความขัดแย้งของสมาชิกในครอบครัว ผู้สืบทอด ขาดความรู้ความสามารถเพียงพอในการจัดการ ธุรกิจครอบครัว และในที่สุดอาจไม่สามารถนำ ธุรกิจครอบครัวไปสู่เป้าหมายของความยั่งยืนได้

การพัฒนาผู้สืบทอดธุรกิจ

ผู้สืบทอดธุรกิจครอบครัวไปสู่ความสำเร็จ เพื่อความอยู่รอดและยั่งยืนได้ ต้องได้รับการ พัฒนาความสามารถเพื่อให้เกิดการปรับตัว เข้ากับสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันกันอย่าง รุนแรง สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ นำพาธุรกิจ ครอบครัวเข้าสู่การแข่งขันระดับสากลได้ ผู้ก่อตั้ง ต้องพัฒนาผู้สืบทอดธุรกิจตั้งแต่เนิ่นๆ เพื่อเป็น การเตรียมทายาทที่จะเข้าสู่ธุรกิจครอบครัวใน อนาคต โดยให้มีความพร้อมทั้งด้านความรู้ และ ความเป็นนักบริหารจัดการ กล่าวคือ ได้รับความ ฝึกอบรมและการศึกษาที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยง ในธุรกิจครอบครัว มีสมรรถนะในระดับสูง สามารถแข่งขันได้ทั้งในระดับชาติและระดับ สากล มีความอดทน เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจครอบครัวอย่างลึกซึ้งและ ถ่องแท้ มีปฏิภาณ ไหวพริบ ตัดสินใจได้อย่าง ถูกต้องและแม่นยำ สามารถประนีประนอมและ ประสานประโยชน์ เข้าใจปัญหาและแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้อง ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ดังนั้น ผู้ที่ก่อตั้งหรือผู้นำในธุรกิจครอบครัว แต่ละรุ่น จะต้องเตรียมและพัฒนาทายาทธุรกิจ ครอบครัวคนต่อไปให้มีศักยภาพและพัฒนการ ดังกล่าว เพื่อให้ธุรกิจครอบครัวที่อยู่ภายใต้ “อุ้งมือ” ของทายาท สามารถนำพาธุรกิจครอบครัว ไปสู่เป้าหมายของความยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ปีต่างๆ. Fact Book. ข้อมูลสถิติการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์.
กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ปีต่างๆ. Fact Book. สรุป/ข้อเสนอเทศบริษัทจดทะเบียน.
กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- พิชิต พัทธกะเทพสมบัติ. 2548. การสำรวจโดยการสุ่มตัวอย่าง: ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ:
คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร. 2549. โครงสร้างและพลวัตรของทุนไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2544. ข้อมูลวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการ. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- สุรศักดิ์ ไชยธนกิจ. 2007. *Evolution of Family Firms from the Perspective of
Intellectual Capital Governance: Evidence from Thailand* ค้นจาก.
<http://www.thailalndnce.eco.ku.ac.th/document/paper/4.3.pdf> เมื่อวันที่
2 กันยายน 2552.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2546. องค์การและการบริหาร: การศึกษาและการจัดการแผนใหม่.
พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- เนตรนภา ไวทย์เลิศศักดิ์. 2549. กลุ่มทุนและธุรกิจครอบครัวไทย ก่อนและหลังวิกฤตเศรษฐกิจ
ปี 2540. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อำพล นววงศ์เสถียร. 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจครอบครัวใน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต. สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

- Aronoff. C.E. and Ward. J. L. 1997. *Pay in Family Business*. Nation's Business. 85:5:
23-29.
- Beckhard. R. and Dyer Jr.,W.G. 1983. *SMR forum: Managing Change in the Family
Firm-Issues and Strategies*. Sloan Management Review. 24:3. 59-65.
- Chaganti. R. and Schneer. J. A. 1994. A Study of the Impact of Owner's Mode
of Entry on Venture Performance and Management Patterns. Journal of
Business Venturing. 9: 243-261.

- Davis, J. H. Schoorman, F. D. and Donaldson, L. 1997. *Toward a Stewardship Theory of Management*. Academy of Management Review. 22:1. 20-47.
- Gersick, K. E., Davis, J. A; Hampton, M. M. and Lansberg, I. 1997. *Generation to Generation; Life Cycles of the Family Business*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Harju, J. and Heinonen, J. 2004. *The Keys Success in a Family Business*. Turku: Turku School of Economics and Business Administration, Small Business Institute: 1-16.
- Hook, C. and Trent. 1999. *The Learning Organization – An Exploratory Study*. Master's thesis. University of Limerick.
- Ibrahim, A. B. Soufani, K. and Lam, J. 2001. *A study of Succesion in a Family Firm. Family*.
- Kets de Vries, M. 1993. *The Dyamics of Family Controlled Firms: The Good and the Bad News*. Organizational Dynamics. 21:3. 59-71.
- Kukel, S. 2003. Family-Owned Business Succcess: *Leveraging Advantages and Mastering Challenges*. Retrieved Febuary 25, 2003 from <http://www.smallbizpartners.com/success/Xllarticles/family.html>
- Litz, R. A. 1995. *The Family Business: toward Definitional Clarity*. In Best Paper Proceedings of the Academy of Management Conference. 100-105.
- Sharma, P. Chirsman, J. J. and Chua, J. H. 2003. *Succession Planning as Planned Behavior Some*. Empirical Results. Family Business Review. 16:1. 1-16.
- Suehiro, Akira. 2001. Asia Cooperate Governance: *Disclosure-Based Screening Systems and Family*. Business Restructuring in Thailand. Skakai Kagaku Kenkyu. 52:2. 55-90.
- Wang, Y. and Poutziouris, P. 2003. Micheal Stone Ltd. *Balancing Family Tradition with Entrepreneurial Growth*. In The Growing Business Handbook. Jolly, A., ed. 36thed. London: Kogan Page. 137-145.
- Ward, J. 1987. Keeping the Family Business Healthy: How to Plan for Continuing Growth. Profitability and Family Leadership. San Fancisco: Jossey-Bass.
- Ward, J. 1988. The Special Role of Strategic Planning for Family Businesses. Family Business Review. 1:2. 105-115.
- Ward, J. 1997. Growing the Family Business: Special Challenges and Best Practices. Family Business Review. 10:4. 323-337.
- Westhead, P. and Cowling, M. 1997. Performance Contrasts between Family and Non-Family Unquoted Companies in the UK. International Journal of Entrepreneural Behavior and Research. 3:1. 30-52.

ความเข้าใจเกี่ยวกับวัจนกรรมการขอโทษเพื่อการเรียนรู้
และการสอนภาษาต่างประเทศ

Understanding Apology Speech Act
: Foreign Language Acquisition and Teaching Implications

ฟ้าสว่าง พัฒนะพิเชฐ *

Fasawang Pattanapichet *

* อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Full-time faculty, Bangkok University

บทคัดย่อ

วัจนกรรม(speech act) การขอโทษเป็นหนึ่งในปัญหาที่พบในหมู่ผู้เรียนภาษา บทความนี้นำเสนอรายละเอียดเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับวัจนกรรม(speech act) การขอโทษ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียนภาษาที่สองและอภิปรายแนวทางการสอนโดยมีจุดประสงค์เพื่อให้เกิดความตระหนักรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการสอนการขอโทษให้แก่ผู้เรียนภาษาต่างประเทศ

คำสำคัญ : วัจนกรรมการขอโทษ การเรียนภาษาที่สอง การสอนภาษาต่างประเทศ

Abstract

Apology speech act is a problematic aspect for most of English as foreign language (EFL) learners. This article presents a brief theoretical review of apology speech act, studies concerning second language (L2) acquisition of apology and later a discussion of some teaching implications with intention to raise awareness and develop understanding about teaching apology speech act to foreign language learners.

Keywords : apology, speech Act, foreign language acquisition, foreign language teaching

Introduction

Generally, we apologize for something that has been done wrong or that causes a problem to someone else. People apologize for various reasons but it is mostly to make a repair for an offense and maintain a good relationship with the addressee. Tavuchis (1991:19) defines apology as “an acknowledgement and painful embracement of our deeds, coupled with a declaration of regret.” Many scholars in the field of speech act have proposed different frameworks about apologies. Among such various theories, two distinct frameworks—one from Goffman (1971) and the other from Blum-Kulka and Olshtain (1984) have been widely referred. This article therefore will give an overall background of these two frameworks, review related studies concerning second language acquisition of apology and then discuss pedagogical implications.

1. Theoretical Frameworks

1.1 Apologies as remedial interchanges

Similar to compliments, apologies are speech acts which pay attention to the face needs of the addressee. Primarily they aim at maintaining, or enhancing the addressee's face (Goffman, 1967). The term ‘apology’ has generally been used

to describe what Goffman refers to as a ‘remedy’ (1971:140) which is one element in a ‘remedial interchange’. This term nicely highlights the central function of apologies—to provide a remedy for an offence and restore social harmony. This idea goes hand in hand with Holmes's (1996:364). She points out that the issuing of an apology is a face-saving strategy where remedial exchange may incorporate an attempt to simultaneously redress the speaker's positive face needs as well as the victim's face needs. The remedial interchange consists of a dialogue in which the offender provides excuses and account for his offense and the offended shows some sign of the acceptance and sometimes appreciation for the offender's corrective behavior.

1.2 Apologies as post-event acts and hearer supportive acts

According to Blum-Kulka and Olshtain (1984), apologies are generally post-event acts. Apologies signal the fact that a certain type of event has already occurred (or the speaker might know the fact of its upcoming occurrence). By apologizing, the speaker recognizes the fact that s/he is at least partially involved in its cause. Hence, by their very nature, apologies involve loss of face for the speaker and support for the hearer. They also concur that apologies are “hearer-supportive acts” which threaten the

speaker's face. Moreover, they differentiate between positively- and negatively- oriented apologies in regard to the content of the apology itself. A positively-oriented apology, according to Olshtain and Blum-Kulka as cited in Meier (1992), manifests itself in minimizing the level of the offense and placing responsibility on factors other than speaker (S) while negatively-oriented apology manifests itself in speaker's taking on greater blame, accepting responsibility and using more elaboration and intensifiers

According to Blum-Kulka and Olshtain (1984), there are three preconditions which must hold true for the apology act to take place:

- a. S did X or abstained from doing X (or is about to do it).
- b. X is perceived by S only, by

Hearer (H) only, by both S and H, or by a third party as a breach of a social norm.

c. X is perceived by at least one of the parties involved as offending, harming, or affecting H in some way.

In order for the apology to materialize when these three preconditions exist, S must be aware of all the preconditions and infer the need for him/her to apologize. Similar to the above notion about social norms affecting apologies, by performing the apology S pays tribute to the social norm (recognizes precondition b) and attempts to placate the hearer (recognizes precondition c).

Olshtain and Cohen (1983) illustrated some basic strategies and formulas comprising the speech act set for apologies as follows:

Strategies

1. An expression of an apology
 - a. Expression of regret
 - b. An offer of apology
 - c. A request for forgiveness
2. An explanation or account of the situation
3. An acknowledgement of responsibility
 - a. accepting the blame
 - b. expressing self –deficiency
 - c. recognizing the other person as deserving apology
 - d. expressing the lack of intent
4. An offer of repair
5. A promise for forbearance

Examples

- I'm sorry.
I apologize.
Excuse me.
The bus was late.
- It's my fault.
I wasn't thinking.
You are right.
- I didn't mean to.
I'll pay for the broken vase.
It won't happen again.

Among these five strategies, two of which are general and depend less on contextual constraints, and three of which are situation-specific. The two general strategies are an expression of an apology and an acknowledgement of responsibility. The other three situation-specific strategies--an explanation, an offer of repair, and a promise for forbearance semantically reflect the content of the situation. In addition to the main strategies which make up the speech act set, there are ways in which the speaker can modify the apology either by intensifying it or by downgrading it. Most common intensifiers are *very* and *really*, while an expression such as 'I'm sorry, but...' and 'you really shouldn't get insulted by...' is used when a speaker intends to downgrade an apology.

2. Previous studies concerning second language acquisition

2.1 Issues of universality and disparity

Several studies have addressed and examined the speech act of apologies and it seems obvious that both universality and culture-specificity co-exist in the act of apologizing. As a result, issues concerning universality and disparity with regard to apologizing have received very much attention and been brought up to discussion in most of the studies.

Priori research works showed universality found among apologies in different languages. Olshtain (1989) investigated the strategies used to realize apologies by speakers of four different languages: Hebrew, Australian English, Canadian French, and German. He concluded that the strategies used to perform apologies are largely universal. Cordella (1991) revealed no significant differences in the frequency of apology strategies in English for Chileans and Australians but she also discovered that one social factor (gender) notably affects the use of apology in both groups. In the same line, Linnell et al. (1992) reported no differences between non-native and native speakers in six out of eight apology situations.

On the contrary, several of later research works provided distinctive evidence showing cultural disparities between the responses of L1 and L2 speakers of English and between the responses of L1 speakers where the target culture is not the same. For instance, Creese (1991) discovered disparities between American and British speakers of English when performing apologies. Montserrat (1992) did a study on the production of English apology strategies by Spanish speakers learning English. The results of his study confirmed his assumption as it revealed interesting dissimilarities of apology systems and the degree of

response intensifications between Peninsular Spanish and the American English. Similarly, Kim (2001) reported the findings of his study on Korean and EFL speakers' apology behavior in terms of social variables with particular attention to pragmatic transfer of first language norms. His findings showed that social factors have influence on Korean learners' transferring their native pragmatic norms into English. Turgut (2010) also conducted a comparative study between Korean ESL learners' apologies and apologies performed by native speakers of English. He indicated that time spent in the U.S. and English language learning significantly influence the use of apologies more in line with the native behavior while the use of intensifiers varies according to gender, cultural background and language proficiency. Moreover, Mardani and Eslami-Rasekh (2010) provided additional information reporting that Iranian people tend to apologize more frequently than native speakers with the frequent use of intensifiers given the same level of offence or mistake in the same social context. They also concluded that speech act is a language area in which performance is not absolute; therefore, learners cannot be expected to acquire native-like performance. Thijittang (2010) shared some dissimilar findings stating that the realization of selecting some apology strategies

for both Thai and English apologies is a universal phenomenon while the differences between apology strategies used by Thai native speakers and English native speakers are demonstrated in the quantity of direct acts of apologizing, explicit expression of apology and the use of sub-strategies. Finally, Farashaiyan and Amirkhiz (2011) found both similarities and differences in opting for apology strategies among their Iranian and Malaysian participants. In terms of the similarities, both groups utilized the same typology of strategies in 11 situations (out of 17) which they based their choice of strategy on the hierarchical differences. Regarding the differences, Iranians used four more types of strategies which were not observed in Malaysians' performance.

It seems that the existing literature reveals varied findings regarding the universal uniformity or cultural specificity of the use of apologies in different languages. Nevertheless, it is quite apparent that more various attributes are likely to emerge as scholars expand their research horizons by investigating apologies in different contexts.

2.2 Implications for L2 acquisition and teaching pedagogy of apologies

2.2.1 L2 acquisition of apology

Various findings of the studies on apology have led to assorted conclusions on second language acquisition and

teaching pedagogy. Supporting Olshtain's study (1989) and the others, Kasper and Rose (2001) believed that there is a lot of pragmatic information that adult learners possess because some pragmatic knowledge is universal. The speech act set for apologies has been found to be used in many distant speech communities. It seems that universality of some pragmatic knowledge or first language (L1) based pragmatic knowledge is good news for L2 learners to acquire apology. On the contrary, Ellis (2003) indicated that strategies used to perform apologies are not easy for L2 learners to acquire despite the universal knowledge of learners. Learners can have difficulty in apologizing in L2. He (2003) stated four factors which influence L2 learners' performance of apologies as follows:

1. The learners' level of linguistic proficiency

Ellis (2003) believed that L1 transfer is possible but does not actually occur due to a lack of the necessary L2 proficiency. Instead of performing the same apologies in their L1, learners are less likely to offer repair or acknowledge responsibility.

2. Their first language (L1)

L1 negative transfer is evident in many cases especially it has an effect on the intensity with which apologies are performed. As seen in Cohen and Olshtain's (1993) study, Hebrew speakers of

English were less likely to accept responsibility for an offence or make a repair than native English speakers.

3. Their perception of the universality or language specificity of how to apologize

People have different attitudes about how apologies should be performed cross-linguistically as proved by various studies mentioned above.

4. The nature of the specific apology situation

This factor refers to the extent to which learners acquire the socio-cultural rules of the L2 is situation-dependent.

Apart from the four factors, there is a significant influence of learning context on L2 acquisition of apologies. Kasper and Rose (2001) proposed that learning context plays a key role in the socio-pragmatics of apology development. They referred to Kondo's work (1997) observing Japanese EFL learners' apology performance before and after one year home stay in the U.S. in comparison with L1 speakers of Japanese and American English. The result showed that students' apologies became more target-like, whereas in others they did not. Kasper and Rose (2001) concluded that learners can acquire formulaic apology strategies through extended interaction in the target community. A similar conclusion was also made in the work of Turgut's (2010).

2.2.2 Teaching apology to L2 learners

Despite the fact that adult learners possess a lot of pragmatic information, Kasper and Rose (2001) argued that learners do not always use what they know. Moreover, EFL learners do not have a benefit of target language learning context. L2 learners; therefore, need some formal explicit instructions in order to acquire the uses of apology. Similar ideas are mentioned by many scholars (Schmidt, 1993; Olshtain and Cohen, 1991; Cohen, 1996; Meier, 1997; Martinez-Flor, 2005; Mardani, 2010; Tateyama, 2001; Baleghizadeh, 2007; Pinner, 2008; Turgut, 2010; Thijittang, 2010). For example, Pinner (2008) agreed with Schmidt (1993) and Cohen (1996) that overtly teaching illocutionary force and meaning behind speech acts can greatly be of use to language learners as this will contribute to their confidence enabling them to further improve as speakers of English. Thijittang (2010) shared the same opinion stating that explicit apology teaching as well as a contrastive study of apologies in L1 and L2 will assist learners to understand clearly in choosing apology strategies appropriately for different situations. This is in agreement with Turgut (2010) adding that the cultural difference topics in apologies should be included in teaching, teacher education, course materials and curriculum.

To design pedagogical syllabuses to develop learners' pragmatic competence, two types of learning activities : i) awareness-raising activities and ii) opportunities for communicative practice have been mentioned and supported by many scholars.

1) Awareness-raising activities

Referring to Kasper (1997), Meier (1997:26) proposed that an awareness-raising approach require a readjustment of focus and practice in L2 and foreign language classroom, "openly viewing it as a venue for culture teaching". She suggested 3 types of activities as follows:
1. A discussion of judgments of appropriateness in context both for the learners' cultures and for the target culture

To conduct awareness-raising activities, teacher can start a lesson by presenting the students with authentic input in which the speech act of apology in the target culture is employed in real and natural setting. The use of video clips, films and TV can be an appropriate material that provides authentic audiovisual input. Then, a series of awareness-raising activities focusing on the socio-pragmatic aspects implied in such a conversation can be introduced such as posing questions for a discussion, then providing students with the written video script for the video taped situation together with asking questions that direct

the students to various linguistic forms used to make apologies.

2. *Using learners' observations, guided discussion, comparisons of successful and unsuccessful dialogues and critical incidents to increase learners' understanding of linguistic behaviors*

This idea goes along with Pinner (2008:12) stating that students should be asked to make their own observations and choices based on their observations concerning appropriateness. He believes that by providing the learners with the information they need to make their observations, the limitations of appropriateness in cross-sociocultural contexts can be escaped and it is a way to allow learners to figure out for themselves how to perform a speech act in any given situation.

3. *Modifying textbook dialogues and enacting role plays to raise learners' awareness of socio-cultural factors as they inform linguistic decisions*

Many scholars emphasize the importance of making use of universal pragmatic knowledge by making the learners aware of what they know already and encourage them to use their universal or transferable L1 pragmatic knowledge in L2 contexts. This idea is consistent with an idea of Olshtain and Cohen's (1991). They believe that it is very important to take learner beyond simplistic coverage of the speech act set. The focus of teaching les-

sons should include all apology strategies with underlying principles for when to use what and analyze the speech act set into its semantic formulas. For example, teacher should teach their learners to know which strategy to use in a given apology situation as well as to know which language forms are appropriate for realizing that strategy and how to modify these strategies in the given situation. Moreover, teachers need to develop an awareness of socio-cultural and socio-linguistic differences that exist between one's first language and the target language. For example, learners should be exposed to the patterns used most commonly by English native speakers to avoid some L1 negative transfer. According to Mardani (2010), such awareness is essential since it will often help explain to both teachers and learners why unintended pragmatic failure and breakdown in communication sometimes occur.

II) Opportunities for communicative practice

Due to the fact that pragmatic ability in a second or foreign language is part of a nonnative speakers' communicative competence, traditional language classroom or teacher-fronted teaching might not facilitate student's learning. Communicative student-centered approach is recommended since student-centered activities do more than just

extend students' speaking time. They also give them opportunities to practice conversational management, perform a larger range of communicative acts, and interact with other participants in completing a task (Kasper 1997). Several activities can be used to practice pragmatic abilities, namely those role-plays, simulations and dramas. Therefore, a series of these communicative activities could be used to develop learners' pragmatic performance when making apologies. Last but not least, feedback should also be given to learners from both the teacher and their peers regarding their performance in terms of pragmatic appropriateness. For example, a discussion allowing each student to give comments on each of their peers' role-plays can be done either in an oral or in a written format or both.

To illustrate a sample of teaching practices of apologies for better understanding, teaching steps suggested by Olshtain and Cohen (1991) are discussed as follows. Olshtain and Cohen (1991) pointed out the specification of situational and social factors matched with the most common realizations of the speech act are needed. For example, students need to realize that it is important to express an intensified apology to show a sincere apology when interacting with friends or interlocutors who are in a higher status

than the speaker. Teacher should give their students chances to compare apologies in a variety of contexts and carefully consider the differences and similarities. They suggested five different ways to do so.

1. The diagnostic assessment

It can be carried out in writing or in oral interaction with teacher to establish the student's level of awareness of speech act in general. Students will be given a situation with different choices of responses and they need to choose one. Later, teacher can use the result to assess how they realize the apology patterns.

2. The model dialog

Teacher presents students with examples of the speech act in use. Short and natural dialogues are more appropriate. Students will be asked to identify the apology, the relationship of the speakers. Then a group discussion can be assigned to help the students become more sensitive to social and pragmatic factors affecting speech acts.

3. The evaluation of a situation

Teacher can help reinforce the students' awareness of the factors affecting the choice of strategies. A set of apology situations is given to be decided in pairs or in small groups. Teacher can ask the students to decide how apology is needed for each violation.

4. Role-play activities

Teacher can use role-play to help students practice the use of apologies. Information about each interlocutors interacting in the conversation and about the situation is needed. Students then need to think of potential violation and act out in a role-play.

5. Feedback and discussion

Students are asked to talk about their perceptions, expectations and awareness of similarities and differences between speech act behavior in the target language and in their first culture. This could be done after the role-plays. It will help them recognize areas of inference where pragmatic failure may occur.

All in all, speech acts can be a challenging area for language teachers to teach their students due to their complex features and variations. At the same time, without a mastery of speech acts learners can face difficulties or even have breakdowns in communication. Acquiring the apology speech act is complex in the sense cultural variables can be a great hindrance to second language learners but very important because the act of apologizing requires an action or an utterance in order to save faces and maintain harmony between people. This paper attempts to raise awareness and understanding of this speech act in the hope that it will help teachers to be able to provide effective instructions to their learners.

References

- Nicholas Tavuchis (1991) **Mea Culpa: A Sociology of Apology and Reconciliation**. Stanford: Stanford University Press.
- Erving Goffman (1971). **Relations in Public**. New York: Harper Colophon Books
- Erving Goffman. (1967). **Interaction Ritual**. Chicago: Aldine Publishing Company
- Janet Holmes (1996). **Women, Men and Politeness**. Singapore: Longman
- Blum-Kulka, Shoshanna and Olshtain, Elite (1984) "A Cross-Cultural Study of Speech Act Realization Patterns (CCSARP)". **Applied Linguistics**, 5, 3. pp.196-213.
- Ardith J. Meier (1992). **A Sociopragmatic Contrastive Study of Repair Work in Austrian German and American English**. Unpublished PhD dissertation. Austria: University of Vienna
- Elite Olshtain and Andrew Cohen (1983). Apology: A Speech Act Set. In N. Wolfson and E. Judd (Eds.), **Sociolinguistics and Language Acquisition** (pp.18-35). Rowley, MA: Newbury.
- Elite Olshtain (1989). Apologies **Across Languages. Cross-Cultural Pragmatics : Requests and Apologies**. Norwood: Ablex.
- Marisa Cordella (1991) "Spanish speakers apologizing in English: a cross cultural pragmatics study". **Australian Review of Applied Linguistics**, 14. pp.115-138.
- Linnell, Julian, Porter, Felicia, Stone, Holly & Chen, Wan-Lei (1992) Can you apologize me? An investigation of speech act performance among non-native speakers of English. **Working papers in Education Linguistics**, 8. pp.33-53.
- Angela Creese (1991). Speech act variation in British and American English. **WPEL**, 7, 2. pp. 37-58.
- Mir Montserrat (1992).Do We Apologize The Same?: An Empirical Study on the Act of Apologizing by Spanish Speakers Learning English. **Pragmatics & Language Learning**, 3.pp.1-19
- Duk-Young Kim (2001) **A Descriptive Analysis of Korean and English Apologies with Implications for Interlanguage Pragmatics** PhD dissertation. Faculty of Education. Florida: University of Florida

- Yildiz Turgut (2010) Comparison of Korean ESL learners' with native speakers' apologies: implications for teachers. **Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Der-gisi, Cilt:1, Sayı:1 s. pp.1-19.**
- Mehdi Mardani. And A. Eslami-Rasekh (2010). Investigating Effects of Teaching Apology Speech Act, with a Focus on Intensifying Strategies, on Pragmatic Development of EFL Learners: The Iranian Context. **The International Journal of Language Society and Culture**, 30, Retrieved July13, 2011 from www.educ.utas.edu/users/tle/JOURNAL/
- Siriruck Thijittang (2010) **Pragmatics strategies of English of Thai University Students; Apology Speech Acts**. PhD thesis. University of Tasmania
- Farashaiyan, Atieh and Amirkhiz, Seyed (2011). A Descriptive-Comparative Analysis of Apology Strategies: The case of Iranian EFL and Malaysian ESL University Students. **English Language Teaching**, 4, 1. pp.224-229.
- Kasper, Gabriele and Rose, Kenneth R (2001). **Pragmatic and Language Teaching**. Cambridge: Cambridge University Press pp. 13-32.
- Rod Ellis (2003). **The Study of Second Language Acquisition**. Oxford: Oxford Press pp. 43-62.
- Cohen, Andrew D. and Olshtain, Elite (1993). The Production of Speech Acts by EFL Learners. **TESOL Quarterly**, 27. pp.33-56.
- Sachiko Kondo (1997). Longitudinal study on the development of pragmatic competence in a natural learning context–Perception behind performance. **Proceedings of Sophia University Linguistic Society**, 12. pp.35–54.
- Richard Schmidt (1993). Consciousness, Learning and Interlanguage Pragmatics. In S. Blum-Kulka and G. Kasper (eds.) (1993) **Interlanguage pragmatics**. New York: Oxford University Press.
- Elite Olshtain and Andrew Cohen (1991). Teaching Speech Acts Behavior to Non-native Speakers. In M. Marianne Celce-Murcia (Ed.) **Teaching English as a Second or Foreign Language (2nd)** (pp.154-165). Boston: Heinle & Heinle
- Andrew Cohen (1996). Developing Ability to Perform Speech-acts. **Studies in Second Language Acquisition**, 18. pp. 253-267.
- Ardith J. Meier (1997). Teaching the universals of politeness. **ELT Journal**, 51, 1. pp.21-28

- Alicia Martinez-Flor (2005). A Theoretical Review of the Speech Act of Suggesting towards Taxonomy for its Use in FLT. **Revista Alicantina de Estudios Ingleses**, 18. pp.167-187
- Yoshimi Tateyama (2001) Explicit and Implicit Teaching of Pragmatic Routines. In K.R. Rose and G. Kasper (eds.), **Pragmatics in Language Teaching**. UK: Cambridge University Press.
- Susan Baleghizadeh (2007)"Speech Acts in English Language Teaching". **Iranian Journal of Language Studies**, 1-2.pp.143-154.
- Richard S. Pinner (2008). Speech Act Theory: Benefits and Insights in English Language Teaching. Master's thesis. Department of Applied Linguistics and ELT. London: King's College

เตรียมพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนด้วยความเป็นเลิศทางภาษา

Preparation for ASEAN Community with
Language Excellence

เสาวภา วิษาดิ *

Saovapa Wichadee *

* สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Language Institute, Bangkok University

บทคัดย่อ

บทความนี้กล่าวถึงการรวมตัวกันเพื่อเป็นประชาคมอาเซียนภายใต้แนวคิด “หนึ่งวิสัยทัศน์ หนึ่งเอกลักษณ์ หนึ่งประชาคม” ถือเป็นปรากฏการณ์สำคัญปรากฏการณ์หนึ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่อาเซียนจะเป็นประชาคมอาเซียนภายในปี 2558 จะส่งผลโดยตรงต่อการตลาด การผลิตและแรงงานของคนไทย นอกจากนี้สิ่งสำคัญที่มองข้ามไม่ได้คือ ความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการติดต่อสื่อสาร ภาษาจะมีความจำเป็นอย่างมาก จะเห็นได้ว่าการดำเนินการหลายอย่างเพื่อรับมือกับสิ่งเหล่านี้อย่างต่อเนื่องในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอุดมศึกษา แม้ว่าสถาบันการศึกษาเหล่านั้นจะมีแนวทางในการดำเนินงานแตกต่างกันแต่ก็ยังคงยึดเป้าหมายเดียวกันคือการพัฒนาด้านทักษะภาษาอังกฤษและการสอนภาษาอื่นๆ ควบคู่กันไป

คำสำคัญ : อาเซียน การสอนภาษาอังกฤษ ประชาคม

Abstract

This article states that establishing ASEAN Community with the concept “One Vision, One Identity, One Community” is considered an important phenomenon, leading to changes in many aspects. Especially, formation of ASEAN Community by 2015 will directly affect marketing, production, and labor of Thai people. In addition, the important thing which cannot be overlooked is the ability to use languages for communication. Languages will become very necessary. Therefore, a lot of things have been done in school and higher education levels to deal with the upcoming changes during the past year. Although these institutions have different guidelines to follow, they expect to achieve the same goal: developing English language skill and teaching other related languages.

Keywords : ASEAN, language teaching, community

บทนำ

ในปีพ.ศ. 2558 ประเทศสมาชิกอาเซียนตกลงกันในการก้าวสู่การเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) โดยมีเป้าหมายคือ “การเป็นตลาดและเป็นฐานการผลิตเดียวกัน จะมีการเคลื่อนย้ายสินค้าบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานระหว่างประเทศในอาเซียนอย่างเสรี” ซึ่งหมายความว่า อาเซียน 10 ประเทศจะรวมกันเป็นหนึ่งเดียว หรือที่เรียกกันว่า “อาเซียนเป็นหนึ่ง” อาเซียนมุ่งหวังประโยชน์จากการรวมตัวกันเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและค้าขายกัน เพื่อให้ประชาชนอยู่ดีกินดีและได้รับประโยชน์ในหลายด้าน อาทิเช่น การคมนาคม เทคโนโลยี และแรงงาน เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าอาเซียนจะสร้างสังคมที่เอื้ออาทรและแบ่งปันสภาพความเป็นอยู่ที่ดีเพื่อยกระดับคุณภาพของประชาชน แต่ในอีกมุมมองหนึ่ง การเป็นประชาคมจะทำให้การค้าขายสินค้าและบริการแต่ละประเทศสมาชิกขยายกว้างขึ้น จะเกิดภาวะที่เรียกว่า “การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือ” หมายความว่า เมื่อเราไปสมัครงานเราก็จะมีคู่แข่งจากประเทศในอาเซียนอีก 9 ประเทศได้แก่ พม่า ลาว มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนาม เขมร บรูไน เข้ามาสมัครงานด้วย คู่แข่งในการสมัครงานตำแหน่งต่างๆ ในประเทศไทยจะเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันเราก็สามารถไปสมัครงานที่ประเทศเหล่านั้นได้เช่นกัน จากสถานการณ์นี้เองจะเห็นได้ว่าภาษาอังกฤษและภาษาในกลุ่มอาเซียนจะมีบทบาทมากขึ้นในการทำงานเพราะต้องใช้ในการติดต่อสื่อสาร ดังนั้น นอกจากการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและการค้าแล้ว จุดเปลี่ยนครั้งสำคัญคือเรื่องทักษะการใช้ภาษา มาตรฐาน

การทำงานที่เป็นสากลต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ภาษาอังกฤษจะเป็นภาษาต่างประเทศหลักที่ใช้กันอย่างกว้างขวางในวงการต่างๆ เพราะเป็นเครื่องมือสำคัญในการแสวงหาความรู้และการทำงาน ส่วนผู้ที่มีความรู้ภาษาอังกฤษดีแล้วยังรู้ภาษาต่างประเทศอื่นอีกจะกลายเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีค่ามาก โดยถ้าเรามีความสามารถในการใช้ภาษาเป็นอย่างดีแล้ว ย่อมจะมีภาษีดีกว่าและมีโอกาสได้งานทำสูงกว่า คนที่มีศักยภาพที่ดีเหมาะสมกับตำแหน่งงานจะเป็นที่ต้องการของนายจ้าง แล้วคนไทยพร้อมหรือยังที่จะเดินก้าวเข้าร่วมประชาคมอาเซียนได้อย่างมั่นใจ การพัฒนาผู้เรียนในฐานะเยาวชนของชาติให้มีความพร้อมที่จะเป็นพลเมืองอาเซียนถือว่าเป็นบทบาทที่สำคัญของสถาบันการศึกษา ทำอย่างไรที่จะพัฒนาผู้เรียนให้มีความเป็นเลิศในด้านภาษาจนสามารถสู้กับคนชาติอื่นๆ ได้

การเตรียมความพร้อมของสถานศึกษาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

ในช่วงเวลาหนึ่งปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้มีการปรับตัวเพื่อรับกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวพอสมควรหน่วยงานแรกที่ขับเคลื่อนในการเตรียมความพร้อมดังกล่าวได้แก่กระทรวงศึกษาธิการ จากการประชุมคณะกรรมการระดับชาติเพื่อขับเคลื่อนการศึกษาในอาเซียนสู่การบรรลุเป้าหมายการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ในปี 2558 เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2553 ณ กระทรวงศึกษาธิการ โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการเป็นประธาน และผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วย ผู้แทนองค์กรหลักของกระทรวงศึกษาธิการ ผู้แทนสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา ผู้อำนวยการเครือข่ายมหาวิทยาลัยอาเซียน และผู้แทนกรมอาเซียน กระทรวงการ

ต่างประเทศ ที่ประชุมได้ให้ความเห็นชอบร่างนโยบายเพื่อดำเนินงานตามปฏิญญาชะอำ-หัวหินว่าด้วยการเสริมสร้างความร่วมมือด้านการศึกษากำหนด 5 นโยบาย ดังนี้

นโยบายที่ 1 การเผยแพร่ความรู้ ข้อมูลข่าวสารและเจตคติที่ดีเกี่ยวกับอาเซียน เพื่อสร้างความตระหนักและเตรียมความพร้อมของครู ศึกษานิเทศก์ และบุคลากรทางการศึกษา นักเรียน นักศึกษา และประชาชน เพื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนภายในปี 2558

นโยบายที่ 2 การพัฒนาศักยภาพของนักเรียน นักศึกษา และประชาชนให้มีทักษะที่เหมาะสมเพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน เช่น ความรู้ภาษาอังกฤษ ภาษาเพื่อนบ้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ ทักษะและความชำนาญการที่สอดคล้องกับการปรับตัว และเปลี่ยนแปลงทางอุตสาหกรรม และการเพิ่มโอกาสในการหางานทำของประชาชน รวมทั้งการพิจารณาแผนผลิตกำลังคน

นโยบายที่ 3 การพัฒนามาตรฐานการศึกษาเพื่อส่งเสริมการหมุนเวียนของนักศึกษา และครูอาจารย์ในอาเซียน รวมทั้งเพื่อให้มีการยอมรับในคุณสมบัติทางวิชาการร่วมกันในอาเซียน การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาต่างๆ และการแลกเปลี่ยนเยาวชน การพัฒนาระบบการศึกษาทางไกล ซึ่งช่วยสนับสนุนการศึกษาตลอดชีวิต การส่งเสริมและปรับปรุงการศึกษาด้านอาชีวศึกษาและการฝึกอบรบทางอาชีพ ทั้งในขั้นต้นและขั้นต่อเนื่อง ตลอดจนส่งเสริมและเพิ่มพูนความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาของประเทศสมาชิกของอาเซียน

นโยบายที่ 4 การเตรียมความพร้อมเพื่อเปิดเสรีการศึกษาในอาเซียนเพื่อรองรับการก้าวสู่

ประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย การจัดทำความตกลงยอมรับร่วมด้านการศึกษา การพัฒนาความสามารถ ประสพการณ์ในสาขาวิชาชีพสำคัญต่างๆ เพื่อรองรับการเปิดเสรีการศึกษาควบคู่กับการเปิดเสรีด้านการเคลื่อนย้ายแรงงาน

นโยบายที่ 5 การพัฒนาเยาวชนเพื่อเป็นทรัพยากรสำคัญในการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน (สำนักงาน กศน., 2553)

นายชินวรณ์ บุญยเกียรติ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการในขณะนั้นชี้ให้เห็นว่า การศึกษาและการฝึก อบรม นับวันจะทวีบทบาทความสำคัญมากขึ้น และเป็นหนทางนำไปสู่การพัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) จึงได้จัดโครงการ “โรงเรียนอาเซียน” ขึ้นและกำลังเดินหน้าพัฒนานักเรียนไทยให้เป็น “พลเมืองอาเซียน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียนในอีก 4 ปีข้างหน้า เป็นการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาสู่ประชาคมอาเซียน (Spirit of ASEAN) เป้าหมายคือ การจัดตั้งศูนย์อาเซียนศึกษาในสถานสังกัด สพฐ.จำนวนทั้งสิ้น 54 โรงเรียน โรงเรียนดังกล่าวแบ่งออกได้แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1. Buffer School เป็นโรงเรียนที่อยู่ติดกับชายแดนประเทศสมาชิก และสอนภาษาอาเซียน 1 ภาษา (ประเทศที่มีชายแดนติดต่อกับโรงเรียน 4 ประเทศคือ ลาว พม่า กัมพูชา และมาเลเซีย) จำนวน 24 โรงเรียน อาทิเช่น โรงเรียนคลองน้ำใสวิทยาคารซึ่งเป็นโรงเรียนชายแดนแห่งหนึ่งที่อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว หรือแม้แต่โรงเรียนเวียงแก่นวิทยาคม จังหวัดเชียงราย มีภารกิจสำคัญในการให้ความรู้แก่นักเรียน

เกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านตามโครงการโรงเรียน
นำร่องประชาคมอาเซียน

2. Sister School เป็นโรงเรียนที่ไม่มีเขต
ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นโรงเรียนที่จะ
สานสัมพันธ์กับประเทศสมาชิกต่างๆ จัดการ
เรียนรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน เน้นการเรียน
การสอนภาษาอังกฤษ เทคโนโลยี และภาษา
อาเซียนอีก 1 ภาษา คือ เวียดนาม ฟิลิปปินส์
อินโดนีเซีย สิงคโปร์ บรูไน ลาว พม่า กัมพูชา
และมาเลเซีย จำนวน 30 โรงเรียนศูนย์อาเซียน
ศึกษา อาทิเช่นการจัดตั้งศูนย์อาเซียนศึกษา
ที่โรงเรียนพิบูลวิทยาลัยเมื่อปี 2553 เพื่อเป็น
แหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนและมี
ศักยภาพในการจัดกิจกรรมสร้างความตระหนัก
และพัฒนาเยาวชนไทยให้มีสมรรถนะที่สำคัญ
สำหรับการดำเนินชีวิตในประชาคมอาเซียนรวมถึง
ชุมชนที่รายรอบโรงเรียนให้มีความรู้ความ
เข้าใจเกี่ยวกับอาเซียน

นอกจากนี้ ประเทศไทยได้ริเริ่มโครงการ
ที่ได้รับการสนับสนุนจากที่ประชุมสุดยอดผู้นำ
อาเซียน-จีน ครั้งที่ 12 ณ เซอ่า หัวทิน ในปี
พ.ศ. 2554 ภายใต้การสนับสนุนจากกองทุน
อาเซียน-จีน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
จากอาเซียนและจีนจะได้แบ่งปันประสบการณ์ซึ่ง
กันและกัน ซึ่งในเดือนมิถุนายน 2553 ที่ผ่านมา
ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดการประชุม
คณะทำงานเฉพาะกิจด้านการศึกษาอาเซียน+3
ที่จังหวัดภูเก็ต ผู้แทนสาธารณรัฐประชาชนจีน
ได้แสดงเจตจำนงที่จะผนึกความร่วมมือกับ
อาเซียนในการเปิดสอนวิชาอาเซียนศึกษาและ
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งเสริมการเรียนการสอน
ภาษาจีน ญี่ปุ่น และเกาหลี พร้อมทั้งแสดงความ
ประสงค์จะสนับสนุนทุนการศึกษาจำนวน 1,200
ทุน ให้แก่นักเรียนอาเซียนระหว่างปี 2552-2553

การรับมือประชาคมอาเซียนของสถาบันระดับ
อุดมศึกษา

1. การพัฒนาอาจารย์ผู้สอน สำหรับใน
ระดับอุดมศึกษาก็มีการตื่นตัวกันมากในเรื่อง
อาเซียนเป็นหนึ่งใน มหาวิทยาลัยหลายแห่งให้
ความสำคัญที่อาจารย์ผู้สอนเป็นลำดับแรก
เพราะมีแนวคิดที่ว่าอาจารย์ทุกคนควรมีความ
เข้าใจเรื่องอาเซียนเป็นหนึ่งในตรงกันและเห็นว่า
เป็นภารกิจเร่งด่วนที่ต้องช่วยกัน อาจารย์ควรมี
ส่วนร่วมแสดงมุมมอง สะท้อนความคิดเห็นต่างๆ
เกี่ยวกับการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยไปสู่
ประชาคมอาเซียนในอนาคต การเรียนการสอน
จะมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับอาจารย์เป็น
สำคัญ ดังนั้นการพัฒนาอาจารย์ผู้สอนให้มี
ศักยภาพพอที่จะทำให้การเรียนการสอนไปสู่
เป้าหมายที่ตั้งไว้จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง
ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหลายแห่งจึงได้กำหนด
แนวทางในการเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวสู่
อาเซียนเป็นหนึ่งในดังนี้คือ

1.1 ส่งเสริมพัฒนาอาจารย์ให้ใช้ภาษา
อังกฤษอย่างต่อเนื่องและจริงจังเพื่อต่อยอดไปสู่
การเตรียมและสร้างนักศึกษาให้มีทักษะ
การสื่อสารภาษาอังกฤษที่ดีต่อไป ซึ่งกระทำได้
ในรูปแบบการส่งอาจารย์ไปศึกษาภาษาอังกฤษ
เป็นกรณีเฉพาะในต่างประเทศ อาทิ เช่น
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี (มรส.) โดย
มหาวิทยาลัยเชื่อว่าการสร้างความก้าวหน้าใน
ความรู้ก็คือการสร้างความรู้ความก้าวหน้าในการทำงาน
ซึ่งประโยชน์ก็จะตกแก่นักศึกษานั้นเอง

1.2 สนับสนุนและส่งเสริมให้อาจารย์
จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษใน
ทุกรายวิชา และเพื่อเตรียมความพร้อมดังกล่าว
ควรจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ “Professional Staff
Development Course” เป็นระยะเวลาดังนี้

ประมาณ 5-7 วัน เพื่อพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการจัดการเรียนรู้สำหรับอาจารย์ในสาขาวิชาต่างๆ ทั้งในระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา โดยหลังจากเข้ารับการอบรมแล้ว อาจารย์ผู้เข้าอบรมแต่ละคนจะสามารถสอนโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีส่วนช่วยผลักดันหลักสูตรของสถาบันการศึกษาให้สามารถรองรับนักศึกษาชาวต่างประเทศตามบริบทของประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ได้ จากแนวทางนี้จะเห็นได้ว่าคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้ดำเนินการแล้วโดยบรรจุเป็นแผนงานไว้อย่างชัดเจน

1.3 อาจารย์ผู้สอนซึ่งเป็นบุคลากรสำคัญในการถ่ายทอดความรู้เพื่อพัฒนาสังคม ต้องมีการปรับการเรียนเปลี่ยนการสอน แสวงหาเทคนิควิธีสอนใหม่ๆ เพื่อสร้างบรรยากาศและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายมหาวิทยาลัยจึงควรพัฒนาอาจารย์ผู้สอนภาษาอังกฤษในประเด็นเหล่านี้ด้วยเพราะจะช่วยขับเคลื่อนภารกิจนี้ได้อย่างดี มหาวิทยาลัยอาจจะจัด “English Camp” โดยเชิญคณาจารย์ชาวต่างชาติมาเป็นวิทยากรในการบรรยาย ฝึกปฏิบัติ เทคนิคการสอนภาษาอังกฤษแบบ Competency Based และการวางแผนการจัดกิจกรรมภาษาอังกฤษในการสอนเพื่อพัฒนาคุณภาพของผู้สอน ให้อาจารย์ภาษาอังกฤษมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคนิคใหม่ๆ ในการสอนภาษาอังกฤษอย่างแท้จริง และสามารถถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นระบบ หลังจากจบการอบรมควรมีการคัดเลือกอาจารย์ที่มีความพร้อมในการเป็นวิทยากรถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่อาจารย์ในสาขาวิชาอื่นๆ ซึ่งจะทำให้บางวิชาหรือบางคณะใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อในการสอนส่วนในปีถัดไปก็สามารถจัดได้ทุกคณะตาม

เป้าหมายของมหาวิทยาลัยในการพัฒนาศักยภาพของอาจารย์ให้สามารถสื่อสารใช้ภาษาอังกฤษในการเรียนการสอนในทุกสาขาวิชาทุกคน ซึ่งในขณะนั้นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) รัตนโกสินทร์ได้ใช้แนวทางการพัฒนาดังกล่าว

2. การพัฒนาผู้เรียน การเตรียมความพร้อมให้กับผู้เรียนนั้นก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการพัฒนาอาจารย์ผู้สอน สถาบันระดับอุดมศึกษาทุกแห่งควรตระหนักถึงความสำคัญของภาษาว่าเป็นสิ่งจำเป็น เพราะผู้เรียนต้องมีศักยภาพด้านภาษาที่ดีพอจึงจะใช้ในการทำงานได้ มหาวิทยาลัยจึงควรมีการประกาศจุดยืนและเสนอแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจนเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย ในทัศนะของผู้เขียนที่เป็นอาจารย์สอนภาษาอังกฤษขอเสนอการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในด้านการใช้ภาษาดังนี้คือ

2.1 มหาวิทยาลัยต้องปรับเปลี่ยนหลักสูตรโดยเพิ่มการเรียนภาษาอังกฤษให้มากขึ้นกว่าเดิมหรือยกระดับภาษาอังกฤษเป็นวิชาบังคับมากขึ้น การสอนต้องมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะในการสื่อสารที่ดีทั้งด้านการฟัง การอ่าน การเขียน และการสนทนาจนสามารถนำไปใช้ในการทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง นอกจากเน้นเรื่องภาษาอังกฤษแล้วอาจารย์ผู้สอนยังต้องบูรณาการความรู้เรื่องอาเซียนสอดแทรกผ่านการสอนภาษาอังกฤษอีกด้วย บัณฑิตยุคใหม่ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารดีและทำงานข้ามวัฒนธรรมได้

2.2 มหาวิทยาลัยควรมีการส่งเสริมให้นิสิตนักศึกษาได้เรียนและฝึกทักษะภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น อาทิเช่น พัฒนาศักยภาพภาษาอังกฤษตามสาขาที่เรียนโดยเปิดอบรมหลักสูตร

ภาษาอังกฤษเฉพาะด้านที่ผู้เรียนสามารถนำไปใช้ในการทำงานได้ เช่น Negotiating in English, English for Fashion Design เป็นต้น อาจารย์ผู้สอนต้องอธิบายให้ผู้เรียนเข้าใจถึงความสำคัญของภาษาอังกฤษในประชาคมอาเซียน

2.3 มหาวิทยาลัยควรมีการจัดสอบเพื่อวัดความรู้ทางภาษาอังกฤษโดยแบ่งเป็นระดับและกำหนดว่านักศึกษาจะต้องผ่านอย่างน้อยกี่ระดับ หรือทำการประเมินผลความรู้ทางภาษาอังกฤษให้กับนักศึกษาอย่างสม่ำเสมอเช่น จัดโครงการทดสอบความรู้ความสามารถด้านภาษาอังกฤษ การวัดระดับความรู้จะช่วยให้ นักศึกษาทราบว่าตนเองมีความสามารถอยู่ในระดับใด จะได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องฝึกฝนทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้นเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกภายนอก

2.4 มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมแสดงความสามารถในเวทีระดับนานาชาติสำหรับนักศึกษาไทย อาทิเช่น speech contest, storytelling, multi-skills competition, English quiz เป็นต้น เพราะกิจกรรมเหล่านี้ จะช่วยให้นักศึกษามีโอกาสฝึกฝนทักษะความรู้ความสามารถของตน เปิดโลกทัศน์ของตนในการใช้ภาษาอังกฤษในระดับสากล

2.5 เพื่อจะเข้าสู่อาเซียนอย่างมั่นใจ ทัศนคติของประเทศไทยจึงต้องรอบรู้ในภาษาสากลอย่างน้อย 2 ภาษา ได้แก่ภาษาอังกฤษและภาษาอื่นๆ ในประเทศสมาชิกอาเซียนอีก 1 ภาษา มหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้วยภาษาของเพื่อนบ้านมากขึ้น สถาบันการศึกษาจึงควรจัดภาษาเหล่านี้ไว้เป็นวิชาเลือกทั้งภาษามาเลเซียเวียดนามเพิ่มเติมจากเดิมที่มีภาษาจีน เกาหลี เยอรมัน รัสเซีย ฝรั่งเศส ยกตัวอย่างเช่น มหาวิทยาลัย

ธุรกิจบัณฑิตย์นอกจากจะสร้างบรรยากาศในมหาวิทยาลัยให้บุคลากร นักศึกษา ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการเป็นประชาคมอาเซียนแล้วยังได้จัดตั้งศูนย์เตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน ศูนย์แห่งนี้ได้จัดการเรียนการสอนเฉพาะด้านเกี่ยวกับอาเซียนเน้นการสอนกฎหมายอาเซียนและเปิดสอนภาษาและให้ความรู้เรื่องวัฒนธรรมของประเทศอาเซียน เช่น ภาษาอินโดนีเซีย การจัดหลักสูตรภาษาอินโดนีเซีย เป็นที่น่าสนใจเพราะอินโดนีเซียเป็นตลาดที่ใหญ่มากมีแนวโน้มว่าจะถ้ารู้ภาษานี้จะทำให้สามารถติดต่อสื่อสารทำการค้าได้เป็นอย่างดี

2.6 ควรเตรียมความพร้อมจากประสบการณ์ตรงในการใช้ภาษาให้กับนักศึกษา ด้วยการสนับสนุนให้นักศึกษาออกไปฝึกงานในต่างประเทศเพื่อได้รับประสบการณ์ ความรู้ และสังคมใหม่ๆ ได้ฝึกปฏิบัติในการพบปะเจรจา และปรับตัวให้เท่าทันโลกเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น

2.7 มหาวิทยาลัยควรมีการเซ็น MOU ลงนามความร่วมมือแลกเปลี่ยนทั้งนักศึกษา กับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศทั้งการศึกษาต่อการฝึกงานของนักศึกษาให้มากขึ้น ซึ่งก็จะเป็นการดีมากถ้าจะจัดตั้งศูนย์เตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community Preparation Centre: ACPC) เพื่อสร้างความพร้อมให้แก่ภาคส่วนต่างๆ ของสังคมไทยสำหรับการเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 ดังที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้เปิดศูนย์เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนไปแล้ว

2.8 สถาบันการศึกษาในประเทศไทยอาจร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในประเทศอาเซียนจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเผยแพร่การใช้ภาษาไทยให้เป็นที่รู้จักกันมากขึ้น ดังเช่นที่

สถานทูตอินโดนีเซียประจำประเทศไทยได้จัดประกวดสุนทรพจน์ “The 2010 Bahasa Indonesia Speech Contest” เป็นการประกวดการกล่าวสุนทรพจน์ภาษาอินโดนีเซียเพื่อสืบสานความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและอินโดนีเซีย อีกทั้งประชาสัมพันธ์ภาษาและวัฒนธรรมของอินโดนีเซีย โดยมีหัวข้อสุนทรพจน์ที่ใช้ในการประกวดที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้เข้าแข่งขันได้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับประเทศอินโดนีเซียและประชาคมอาเซียนอีกด้วย หัวข้อสำหรับกล่าวสุนทรพจน์ได้แก่

1. My Experience in Indonesia
2. Indonesia and Thailand Friendship
3. I Love Indonesia
4. My Opinion about Indonesia
5. Role of Bahasa Indonesia in ASEAN
6. ASEAN Community 2015

บทสรุป

การเตรียมความพร้อมเรื่องภาษาที่จะใช้สื่อสารร่วมกันของประชาคมอาเซียนถือเป็นเรื่องสำคัญและเร่งด่วน สถานศึกษาในทุกระดับจึงได้มีการตื่นตัวและให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ โดยการกำหนดนโยบายและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมของผู้เรียนและบุคลากร จะเห็นได้ว่าสถาบันการศึกษาหลายแห่งไม่เพียงแต่ส่งเสริมภาษาอังกฤษแต่ยังสนับสนุนให้เรียนรู้ภาษาต่างประเทศภาษาที่สองหรือสามอีกด้วยเพราะภาษาเหล่านี้จะทำให้การติดต่อสื่อสารกันกับคนในประเทศในอาเซียนง่ายขึ้น อุปสรรคในการทำงานร่วมกับคนชาติอื่นน้อยลง ขณะนี้คนไทยมีเวลาเหลืออีกเพียง 4 ปีนับจากวันนี้ในการ

ฝึกฝนทักษะทางภาษาให้เป็นหนึ่งเพื่อเข้าสู่การเป็น “ประชาคมอาเซียน” อย่าลืมนึกว่าภาษาเป็นทักษะอย่างหนึ่งต้องใช้เวลาในการฝึกฝน จึงจะเกิดความชำนาญและเชี่ยวชาญ การจัดการศึกษาในวันนี้จึงเป็นตัวชี้ขนาดของประเทศไทยในวันหน้า คนไทยทุกคนควรพัฒนาตนเองเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของโลก ถ้าคนไทยมีความพร้อมและมีศักยภาพที่ดีก็จะสามารถค้าขายและทำงานกับชาติอื่นได้อย่างราบรื่น การที่คนไทยสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้ก็จะสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับประเทศชาติเช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

- กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ. (2554). บันทึกการเดินทางอาเซียน. กรุงเทพฯ : วิวัฒนาเอ็นิเมชั่น จำกัด.
- การประกวดสุนทรพจน์ The 2010 Bahasa Indonesia Speech. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2554, จาก [Contesthttp://www.inter.chula.ac.th/inter/news/Bahasa_Indo_SpeechContest.html](http://www.inter.chula.ac.th/inter/news/Bahasa_Indo_SpeechContest.html)
- ความท้าทายและโอกาส ของไทยในประชาคมอาเซียน. (2553). FTA Watch กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคประชาชน. สืบค้นเมื่อ 8 เมษายน 2554, จาก <http://www.ftawatch.org/all/news/18988>
- เทคนิคสอนภาษาอังกฤษแบบรับอาเซียน. (2554). สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2554 จาก <http://www.smartcurve.com/>
- ปี 2558 กลุ่มประเทศอาเซียนรวมเป็นหนึ่ง. (2553). สืบค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2553, จาก <http://acpyuarticle.blogspot.com/2010/10/2558-1.html>
- มรส.เตรียมสู่ประชาคมอาเซียน ร่างแผนพัฒนา 15 ปี-ส่งอาจารย์เรียนภาษา. (2553). ประชาชาติธุรกิจ. ปีที่ 34 ฉบับที่ 4257 (วันที่ 28 ตุลาคม).
- ม.ธุรกิจฯ เตรียมสร้างความพร้อมรับมืออาเซียน. (2554). สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2554, จาก <http://www.dpu.ac.th/2011/news.php?id=4234>
- สำนักงาน กศน. (2553). เรียนรู้ไปกับ ASEAN. สืบค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2554, จาก http://www.nfe.go.th/joomla2/index.php?option=com_content&view=article&id=8560:-asean&catid=96:11

Innovation to the Core : A Blueprint for Transforming the Way Your Company Innovates

Peter Skarzynski

Rowan Gibson

Harvard Business Press 2008



ท่ามกลางการแข่งขันในโลกธุรกิจที่นับวันจะรุนแรงขึ้น นวัตกรรมกลายเป็นพลังขับเคลื่อนทางธุรกิจที่สำคัญในการผลักดันองค์กรให้ประสบความสำเร็จในระยะยาว องค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างความสามารถด้านนวัตกรรมอย่างยั่งยืน Innovation to the Core จัดเป็นหนังสือ “How to” ที่นำเสนอเทคนิคและวิธีการเพื่อสร้างความสามารถด้านนวัตกรรม ซึ่ง Peter Skarzynski และ Rowan Gibson ร่วมกันเขียนขึ้นเพื่อกระตุ้นให้องค์กรตระหนักถึงความเป็นไปได้ที่จะสร้างนวัตกรรมให้กลายเป็นความสามารถหลักขององค์กร

Innovation to the Core บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับนวัตกรรม และการสร้างนวัตกรรมให้เป็นความสามารถหลักขององค์กร มุมมองที่แตกต่างของหนังสือเล่มนี้ คือ การสร้างนวัตกรรมไม่ใช่กิจกรรมพิเศษ หรือหน้าที่เฉพาะของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งในองค์กร หากแต่เป็นการร่วมสร้างนวัตกรรมจากทุกคนในองค์กร เนื่องจากความสามารถด้านนวัตกรรมจะถูกฝังอยู่ในขั้นตอนและกระบวนการทำงานต่าง ๆ ทั่วทั้งองค์กร

สาระสำคัญของหนังสือเล่มนี้ คือการนำเสนอกระบวนการและขั้นตอนสำหรับการอัดฉีดนวัตกรรมเข้าสู่กระแสและการดำเนินงานหลักขององค์กร และทำให้นวัตกรรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นทุกที่ทุกเวลาโดยผู้บริหารระดับสูง และพนักงานระดับปฏิบัติการ องค์กรจะได้เรียนรู้วิธีการและเทคนิคที่สำคัญในการ

สร้างนวัตกรรมให้กลายเป็นความสามารถหลักขององค์กร ซึ่งทุกคนจะมีส่วนร่วมในการกระตุ้นให้องค์กรเติบโตและมีกำไรอย่างยั่งยืนจากนวัตกรรม เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน เริ่มจากเปิดมุมมองใหม่ที่มีต่อการสร้างความสามารถด้านนวัตกรรม แนะนำวิธีการต่างๆ ในการสร้างความสามารถด้านนวัตกรรม จัดให้มีการประเมินผลที่สะท้อนความสามารถด้านนวัตกรรม บริหารจัดการทรัพยากรที่จำเป็นต่อนวัตกรรม ปิดท้ายด้วยแนะนำวิธีการสร้างนวัตกรรมให้เป็นความสามารถหลักขององค์กรดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 (Turning Rhetoric into Reality)

เป็นการกระตุ้นให้องค์กรพิจารณาความสามารถด้านนวัตกรรมของตนเอง และอธิบายให้เห็นถึงความสำคัญของนวัตกรรม ก่อนที่องค์กรจะสามารถสร้างนวัตกรรมให้เป็นความสามารถหลักได้ องค์กรจะต้องปรับเปลี่ยนมุมมองที่มีต่อโลกเพื่อมุ่งหาความคิดใหม่ อันเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรม นักสร้างนวัตกรรมได้ความคิดใหม่มาจาก การมองนวัตกรรมผ่านเลนส์ 4 แบบ ได้แก่ ทำท่ายความเชื่อเดิม ใช้ประโยชน์จากแนวโน้มที่ไม่มีมีความต่อเนื่องกัน ใช้ประโยชน์จากความสามารถและสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ และทำความเข้าใจความต้องการที่ไม่แสดงออกมาอย่างชัดเจน

ส่วนที่ 2 (Enlarging and Enhancing the Innovation Pipeline) มุ่งเน้นการเพิ่มจำนวนความคิดที่มีคุณภาพเพื่อป้อนเข้าสู่กระบวนการพัฒนานวัตกรรม โดยแนะนำวิธีการเพิ่มความคิด 5 วิธี ได้แก่ เปิดรับความคิดจากคนจำนวนมาก หว่านเมล็ดพันธุ์ความคิดให้มากพอ เปิดรับความคิดมากขึ้น เพิ่มรูปแบบการผสมผสานความคิด และกำหนดเป้าหมาย

ที่เฉพาะเจาะจงสำหรับการค้นหาความคิด ประเด็นสำคัญในช่วงท้ายของส่วนนี้ คือ การสนับสนุนให้สร้างนวัตกรรมให้กับรูปแบบธุรกิจ (Business Model) ที่ฉีกแนวออกจากบรรทัดฐานของอุตสาหกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองหรือยังไม่พึงพอใจ ให้คุณประโยชน์ใหม่หรือต่างไปจากเดิม ตลอดจนสร้าง และ/หรือ ดึงเอามูลค่าเพิ่มออกมาด้วยวิธีที่แปลกใหม่

ส่วนที่ 3 (Evaluating and Aligning New Growth) นำเสนอวิธีการประเมินความคิดและตัดสินใจเลือกความคิดที่มีศักยภาพ เพื่อไปต่อยอดให้เป็นประโยชน์ทางธุรกิจ การที่องค์กรจะสามารถเลือกความคิดที่มีศักยภาพได้ องค์กรจะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างของนวัตกรรมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยต้องมีการกำหนดจุดมุ่งหมายของกระบวนการพัฒนานวัตกรรมให้ชัดเจน โครงสร้างของนวัตกรรมจะเป็นพื้นฐานของการค้นหาความคิด และช่วยกำหนดขอบเขตของกระบวนการค้นหาความคิด

ส่วนที่ 4 (Maximizing the Return on Innovation) กล่าวถึงวิธีการสร้างผลตอบแทนสูงสุดจากนวัตกรรม โดยการบริหารจัดการทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมทั้งเพิ่มทรัพยากรให้มากขึ้นเป็นทวีคูณ ทรัพยากรหลักที่หนังสือเล่มนี้ให้ความสำคัญคือ เงินทุน และบุคลากรที่มีความสามารถ ตอนท้ายของส่วนนี้เน้นให้องค์กรบริหารจัดการความเสี่ยง โดยแนะนำวิธีกำหนดจังหวะเวลาที่เหมาะสมและลดความเสี่ยงของการลงทุนในนวัตกรรม

ส่วนที่ 5 (Driving Innovation to the core) เป็นหัวใจของหนังสือเล่มนี้ ซึ่งแนะนำแนวทางและวิธีการที่ทำให้นวัตกรรมกลายเป็น

ความสามารถหลักขององค์กร องค์กรต้องรักษาสมดุลระหว่างอุปทานและอุปสงค์ของนวัตกรรมอยู่เสมอ โดยมุ่งเพิ่มอุปทานของนวัตกรรม และจัดการให้อุปสงค์ของนวัตกรรมเกิดขึ้นไปพร้อมกัน โดยแนะนำ Innovation Scorecard ที่ช่วยให้องค์กรกำหนดตัวชี้วัด เป้าหมาย และสิ่งจูงใจในการบริหารจัดการอุปทานและอุปสงค์ของนวัตกรรม อย่างไรก็ตามความสามารถด้านนวัตกรรมจะกลายเป็นความสามารถหลักได้นั้น องค์กรต้องสร้างความสามารถด้านนวัตกรรมให้เป็นระบบ โดยพัฒนาองค์ประกอบด้านภาวะผู้นำและองค์กร บุคลากรและทักษะ กระบวนการ และเครื่องมือ และวัฒนธรรมและค่านิยมไปพร้อมกัน บทเรียนจากส่วนสุดท้ายของหนังสือเล่มนี้ คือ ความสามารถด้านนวัตกรรมจะต้องกลายเป็นวิถีชีวิตขององค์กร ที่ผสมผสานไปกับกระบวนการดำเนินงานขององค์กรในทุกวัน

หนังสือนวัตกรรมเล่มนี้มิได้มุ่งนำเสนอทฤษฎีด้านนวัตกรรม หากแต่เป็นพิมพ์เขียว (Blueprint) สำหรับองค์กรที่ต้องการสร้างความสามารถด้านนวัตกรรมให้เกิดขึ้นจริง Innovation to the core จึงเต็มไปด้วยเครื่องมือและวิธีการที่หลากหลาย ในการสร้างความสามารถด้านนวัตกรรม นำเสนอผ่านกรณีศึกษาที่หลากหลายเกี่ยวกับบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการสร้างนวัตกรรมได้อย่างยั่งยืน หนังสือเล่มนี้ได้นำเสนอมุมมองใหม่ในการสร้างความสามารถด้านนวัตกรรม โดยเน้นว่านวัตกรรมต้องผสมผสานอยู่ในกระบวนการดำเนินงานขององค์กร ไม่ใช่กิจกรรมพิเศษ หรือหน่วยงานพิเศษด้านนวัตกรรมที่เสริมขึ้นมาในองค์กร ความร่วมมือจากทุกคนในองค์กรจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น

แม้หนังสือเล่มนี้ประกอบไปด้วยเนื้อหาในการสร้างนวัตกรรมให้เป็นความสามารถหลักที่น่าสนใจ ผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับแนวคิด (Concept) พื้นฐานด้านนวัตกรรมและการจัดการองค์กรมาก่อน อาจเกิดคำถามในบางครั้ง ยกตัวอย่างเช่น เมื่อผู้เขียนกล่าวถึงการใช้ Innovation Scorecard ที่ต่อยอดมาจาก Balanced Scorecard ผู้เขียนมิได้อธิบายวิธีการทำ Innovation Scorecard โดยละเอียด ด้วยผู้เขียนประเมินว่าผู้อ่านรู้จัก Balanced Scorecard ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการจัดการองค์กรที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย

เนื่องจากเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ เป็นแนวคิดที่ได้จากกรณีศึกษาของบริษัทขนาดใหญ่ที่ดำเนินกิจการในต่างประเทศ เช่น บริษัท CEMEX บริษัท IBM และ บริษัท Whirlpool ทำให้องค์กรในประเทศไทย โดยเฉพาะองค์กรขนาดกลางและเล็ก ไม่สามารถลอกเลียนแบบเทคนิคและวิธีการสร้างความสามารถด้านนวัตกรรมให้เป็นความสามารถหลักจากหนังสือเล่มนี้ได้ทั้งหมด หากแต่องค์กรต่างๆ เหล่านี้สามารถเรียนรู้ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญจากหนังสือเล่มนี้ และนำไปประยุกต์ให้เหมาะสมกับตนก็จะเป็นประโยชน์อย่างมาก

สุดท้ายนี้ บทเรียนสำคัญจาก Innovation to the core คือ ความสำเร็จด้านนวัตกรรมอย่างยั่งยืนจะไม่เกิดขึ้นจริง หากองค์กรไม่นำความรู้และเครื่องมือด้านนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้อย่างจริงจัง

ดร.สาวิตรี สุทธิจักร์

แนวทางการจัดเตรียมบทความ (Manuscript) สำหรับขอตีพิมพ์ในวารสารสุทธิปริทัศน์

วารสารสุทธิปริทัศน์เป็นวารสารวิชาการของมหาวิทยาลัยสุโขทัยซึ่งตีพิมพ์บทความวิชาการและบทความวิจัยจากบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย จัดพิมพ์ราย 4 เดือน ปีละ 3 ฉบับ ประจำเดือนเมษายน สิงหาคม 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
- การส่งบทความทางไปรษณีย์ ขอให้ท่านส่งต้นฉบับในรูปแบบของ Microsoft Word จำนวนไม่เกิน 20 หน้า (พร้อมรูปตารางที่เกี่ยวข้องและเอกสารอ้างอิง) จำนวน 3 ชุด และบันทึกแผ่นดิสก์ 1 ชุด ส่งมาที่

กองบรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ 110/1-4 ถ.ประชาชื่น เขตหลักสี่

กรุงเทพมหานคร 10210 โทรศัพท์ 02-9547300 ต่อ 445 หรือ 690

- หากผู้เขียนต้องการส่งบทความทางอีเมลสามารถส่งได้ที่ dpujournal@hotmail.com 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

ใบสมัครสมาชิกวารสาร “สุทธิปริทัศน์”

ชื่อ-นามสกุล

สถานที่ทำงาน

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

สถานที่ส่งวารสาร

สถานที่ติดต่อ

โทรศัพท์

สถานภาพสมาชิก ☐ สมาชิกใหม่
☐ สมาชิกเก่า หมายเลข.....

อัตราค่าสมาชิก ☐ 1 ปี จำนวน 3 ฉบับ เป็นเงิน 200 บาท
☐ 2 ปี จำนวน 6 ฉบับ เป็นเงิน 400 บาท
☐ 3 ปี จำนวน 9 ฉบับ เป็นเงิน 600 บาท

ชำระค่าสมาชิกโดย ☐ ธนาคาร
☐ เช็คธนาคาร.....
เลขที่.....
☐ อื่นๆ (ระบุ).....จำนวน.....บาท

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร

()

ธนาคารส่งจ่าย “มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” (ปทจ.หลักสี่)

เจ้าหน้าที่ของ

บรรณาธิการวารสารสุทธิปริทัศน์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210



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