



ISSN 2286-6922

วารสารสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

Rajamangala University of Technology Tawan-ok Social Science Journal

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2563 Vol.9 No.1 January - June 2020

จริยธรรม/จรรยาบรรณวารสาร

ผู้แต่ง (Authors)

1. ผู้แต่งต้องรับรองว่าผลงานที่ส่งมานั้นเป็นผลงานใหม่ และไม่เคยนำเสนอในรูปแบบรายงานการประชุม (Proceedings) หรือได้รับการตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน รวมทั้งการไม่อยู่ระหว่างการส่งหรือรอเพื่อการตีพิมพ์บทความ
2. ผู้แต่งต้องเขียนบทความวิจัยให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดของวารสาร ตามคำแนะนำของรายละเอียดการจัดเตรียมต้นฉบับ มิฉะนั้นทางบรรณาธิการวารสารจะไม่รับพิจารณาบทความนั้น ๆ
3. บทความต้องนำเสนอรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการวิจัย ไม่มีบิดเบือนข้อมูลหรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
4. ผู้แต่งต้องไม่นำผลงานของผู้อื่นมาอ้างเป็นผลงานของตัวเอง โดยบทความต้องมีการอ้างอิงอย่างถูกต้อง หากมีการนำผลงานผู้อื่นมาอ้างอิง และจะต้องจัดทำรายการอ้างอิงของผู้นั้นในรายการอ้างอิงท้ายบทความด้วย
5. ผู้แต่งที่มีชื่อปรากฏในบทความ จะต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในการดำเนินการวิจัยจริง และผู้แต่งจะต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (กรณีที่เกี่ยวข้องกับการส่งบทความ)
6. ผู้แต่งต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนในการทำวิจัยในกิตติกรรมประกาศ

บรรณาธิการวารสาร (Editors)

1. มีหน้าที่พิจารณารูปแบบความครบถ้วนและคุณภาพของบทความ ก่อนเริ่มกระบวนการประเมินเพื่อตีพิมพ์ เผยแพร่ในวารสารที่รับผิดชอบ และต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้นิพนธ์และผู้ประเมินบทความ แก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความและการตีพิมพ์วารสารฉบับนั้น ๆ
2. เป็นผู้ประเมินเบื้องต้นในการตัดสินใจคัดเลือกบทความเข้าสู่กระบวนการประเมินบทความ และตัดสินใจรับตีพิมพ์โดยพิจารณาจากผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งนี้บรรณาธิการวารสารจะต้องคำนึงถึงความใหม่ ความชัดเจน และความสอดคล้องของเนื้อหา กับนโยบายของวารสารเป็นสำคัญ
3. บรรณาธิการวารสารจะไม่รับตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์เผยแพร่จากที่อื่นมาแล้ว ทั้งในรูปแบบของวารสารหรือบทความหลังการนำเสนอในที่ประชุมวิชาการฉบับเต็ม (Proceeding) และต้องมีการตรวจสอบบทความในด้านการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) อย่างจริงจัง โดยใช้โปรแกรมที่ยอมรับในทางวิชาการ และกรณีตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่น บรรณาธิการวารสารต้องติดต่อผู้นิพนธ์หลักเพื่อขอคำชี้แจง และหากไม่มีข้อชี้แจงตามหลักวิชาการ บรรณาธิการจะ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์บทความนั้น ๆ
4. บรรณาธิการวารสารต้องไม่ปฏิเสธการตีพิมพ์บทความที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดหรือเพียงด้วยข้อสงสัย ความไม่แน่ใจ จนกว่าจะมีหลักฐานมาพิสูจน์ข้อสงสัยเหล่านั้น
5. บรรณาธิการวารสารจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใด ๆ กับผู้นิพนธ์ ผู้ประเมินบทความ และทีมผู้บริหาร

ผู้ประเมินบทความ (Reviewers)

1. ผู้ประเมินบทความจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์ เช่น เป็นผู้ร่วมโครงการ หรือรู้จักผู้นิพนธ์เป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่น ๆ ที่จะทำให้ผู้ประเมินไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะได้อย่างอิสระ ซึ่งหากมีกรณีดังกล่าวผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบ และปฏิเสธการประเมินบทความนั้น ๆ และต้องไม่เปิดเผยข้อมูลใด ๆ ของบทความและผู้นิพนธ์แก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
2. ผู้ประเมินบทความ ควรมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาของบทความที่ประเมิน โดยพิจารณาจากเนื้อหาของบทความ และการประเมินบทความโดยพิจารณาจากความสำคัญ ความใหม่ ความชัดเจน ความสอดคล้องของเนื้อหา และความเข้มข้นของบทความ ไม่ใช้ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลทางวิชาการรองรับ มาเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจบทความ
3. ผู้ประเมินบทความสามารถเสนอแนะผลงานวิจัยที่สำคัญ ๆ และสอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมิน แต่ผู้นิพนธ์ไม่ได้อ้างถึงเข้าไปในการประเมินบทความได้ นอกจากนี้ หากมีส่วนใดของบทความที่มีความเหมือนหรือความซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่น ๆ โดยมีหลักฐานชัดเจน ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบ และปฏิเสธการตีพิมพ์บทความนั้น ๆ



**Institute of Research and Development
Rajamangala University
of Technology Tawan-ok**

วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
Rajamangala University of Technology Tawan-ok Social Science Journal
ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2563 Vol.9 No.1 January - June 2020

ISSN 2286-6922



วารสารสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

วัตถุประสงค์เพื่อ

1. เป็นสื่อ รวบรวม เผยแพร่ผลงานวิจัยด้าน มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยครอบคลุม 7 ศาสตร์ ได้แก่ 1. พาณิชยศาสตร์ (บริหารธุรกิจ, ท่องเที่ยวและบริการ) 2. ศิลปศาสตร์ (ประวัติศาสตร์, จิตวิทยา, ภาษาและวัฒนธรรม) 3. ศึกษาศาสตร์ 4. นิเทศศาสตร์ 5. เศรษฐศาสตร์ 6. นิติศาสตร์ 7. รัฐศาสตร์ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้มีการนำผลงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์
2. เป็นการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลงานของงานวิจัยสู่ระดับมาตรฐานสากล
3. เสริมสร้างให้เกิดผลงานวิจัยใหม่ ๆ ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย

ผู้จัดพิมพ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

กำหนดการเผยแพร่

ตีพิมพ์ 2 ฉบับต่อปี มกราคม - มิถุนายน และ กรกฎาคม - ธันวาคม และเผยแพร่ในเว็บไซต์ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

การเผยแพร่

มอบให้หน่วยงาน/บุคคลที่สนใจ และเผยแพร่ในเว็บไซต์ ThaiJO

สำนักงาน

สำนักงานวารสารสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

อาคารสำนักงานอธิการบดี ชั้น 5 สถาบันวิจัยและพัฒนา

เลขที่ 43 ม.6 ต.บางพระ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20110

โทร. 0-3835-8142 โทรสาร 0-3835-8142



ชวลกิการพิมพ์ (Chonlakit Printing)

47 ถ.ศรีราชานคร 1 ต.ศรีราชา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20110

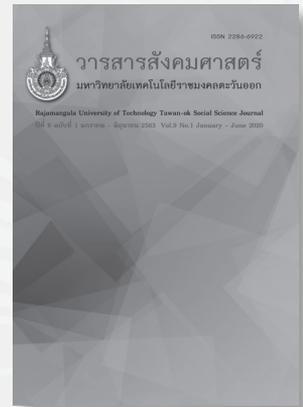
โทร. 038-324711 E-mail : chonlakit555@hotmail.com

วารสารสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก (RMUTTO SOCIAL SCIENCE JOURNAL)

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2563

Vol. 9 No. 1 January - June 2020



ISSN 2286-6922

เจ้าของ

สถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

บรรณาธิการ

ผศ.ดร.คมเดือน โพธิ์สุวรรณ

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

อ.ดนุชาวัฒน์ สุวรรณศิลป์

ที่ปรึกษา

รศ.ดร.ฤกษ์ชัย พุประทีปศิริ
ศ.ดร.สุมาลี สังข์ศรี
ศ.ดร.ชัยยงค์ พรหมวงศ์
รศ.ดร.นวลละออ แสงสุข
รศ.ดร.ณกร อินทรผดุง
รศ.ดร.ดุสิต เวชกิจ
รศ.ดร.จำเริญ ชูช่วยสุวรรณ
รศ.ดร.วิกร ตันทงูชโฒ
ดร.จตุพร อรุณกมลศรี

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.สิน พันธุ์พินิจ
ศ.ดร.สุมาลี สังข์ศรี
ศ.ดร.ชัยยงค์ พรหมวงศ์
ศ.กิตติคุณ สุมน อมรวิวัฒน์
ศ.ดร.วีระ อินพันทัง
รศ.ดร.วิกร ตันทงูชโฒ
รศ.ดร.สุพจน์ บุญวิเศษ
รศ.ดร.จำเริญ ชูช่วยสุวรรณ
รศ.ดร.วรพจน์ ศรีวงษ์กุล
รศ.พ.ต.อ.ดร.พงษ์พิชญ์ ภัคดีณรงค์
ม.สุโขทัยธรรมาธิราช
ม.กรุงเทพธนบุรี
สำนักงาน
ราชบัณฑิตยสภา
ม.ศิลปากร
ม.เกษตรศาสตร์
ม.บูรพา
มทร.ศรีวิชัย
มจพ.
โรงเรียนนายร้อยตำรวจ

ผลงานวิจัยและบทความในวารสารสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เป็นแนวคิด
ของผู้เขียน ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบ
ของคณะผู้จัดทำ บรรณาธิการ กองบรรณาธิการ
ไม่สงวนสิทธิ์การคัดลอก แต่ควรระบุแหล่งอ้างอิงจาก
วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ตะวันออก



วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เผยแพร่เป็นปีที่ 9 และได้ถูกจัดให้อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre: TCIC) กลุ่ม 2 นับตั้งแต่ปี 2559 วารสารวิชาการฉบับนี้ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งด้านคุณภาพและด้านการปรับปรุงวิธีการจัดการเพื่อให้การเผยแพร่เป็นไปอย่างกว้างขวาง ปัจจุบันวารสารให้ผู้แต่งเสนอบทความผ่านเว็บไซต์ (website) <https://tci-thailand.org>

บทความวิจัยในวารสารฉบับนี้ มีเนื้อหาสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศและนโยบายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ที่สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก อันได้แก่ประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออก การพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารอุตสาหกรรมรถยนต์ในภาคตะวันออก การตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความล่าช้าและตรงต่อเวลาของสายการบิน ประเด็นทางธุรกิจอื่น ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานและการประกอบธุรกิจในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เช่น การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน แนวทางการพัฒนาศักยภาพการบริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อร้านขนมจีน ความเชื่อเรื่องพญานาคกับการท่องเที่ยว การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในโรงงาน เป็นต้น

ประเด็นในเชิงมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่น่าสนใจต่อการพัฒนาสังคมมนุษย์ ได้แก่ แนวทางการพัฒนาเยาวชนภาคใต้ การใช้นิติวิทยาศาสตร์เพื่อการสอบสวน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรของผู้กระทำความผิดและข้อมูลเชิงคดีของคดียาเสพติดให้โทษ นอกจากนี้ การคาดคะเนความสูงของบุคคลากรจากขนาดของรองเท้า เป็นสาระที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการแก้ปัญหาในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ของผู้อ่านได้

วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ให้ความสำคัญกับการเผยแพร่เฉพาะบทความวิจัยและบทความวิชาการที่มีคุณภาพ การตรวจทานและประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (peer reviewer) ที่มีความเชี่ยวชาญตรงกับศาสตร์ของบทความผ่านวิธีการประเมินบทความแบบ double-blind peer review ยิ่งไปกว่านั้น สิ่งสำคัญที่คณะผู้จัดทำตระหนักอยู่เสมอคือ การออกเล่มวารสารให้ทันและตรงตามรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแต่ละปี กล่าวคือ เล่มแรกเผยแพร่ภายในเดือนมิถุนายน เล่มที่สองเผยแพร่ภายในเดือนธันวาคม



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมเดือน โปธิสุวรรณ
บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

ความเข้าใจและการใช้นิติวิทยาศาสตร์ในการสอบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทางของพนักงานสอบสวน 1	
<i>ขวัญใจ ยิ่งเจริญ คุณชัย คุณลักษณะนารี และ ศิริรัตน์ ชุสกุลเกรียง</i>	
ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อร้านขนมจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 9	
<i>จิระนาถ รุ่งช่วง ธรรมจักร เล็กบรรจง และ ธนินทร์ สังขดวง</i>	
ผลการเสริมสร้างศักยภาพด้านการซัพพลายเชนของ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี 20	
<i>ชัยวรพงศ์ ชูแก้ว พัชรลย์ ชูแก้ว วัชนะชัย จูมผา และ เจตน์จรรย์ อาจไธสง</i>	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี 29	
<i>ชัยวัฒน์ หุทัยพันธ์ และ วรพล แจ่มสวัสดิ์</i>	
สถานการณ์และแนวทางการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ 40	
<i>ดิเรก หมานมานะ มุฮัมหมัดรอฟอี มูซอ และ พะเยาว์ ละกะเต็บ</i>	
การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงอายุในสถานประกอบการ 50	
<i>เดชา จันทศิริ วีรชัย สิงห์คา และ ทรงสิทธิ์ สอนรอด</i>	
รูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก 60	
<i>นปภา มณีรัตน์</i>	
การวิเคราะห์และเปรียบเทียบปัจจัยการล่าช้าและการตรงต่อเวลา ของสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย 70	
<i>บุญญวัฒน์ อักษรกิตติ์ วรชมนต์ สันติศิริ และ อัศวิน วงศ์วิวัฒน์</i>	
แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอาง เพื่อรองรับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร 78	
<i>ปวีณา พานิชชัยกุล และ อิตินันท์ ชาญโกศล</i>	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด 88	
<i>พัชรี ชยากรโคภิต</i>	
ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการ ที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออก กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ 98	
<i>ลักขณา เตรียมตั้ง นันทภาค เดชพิบูลย์ และ สมพงษ์ อัศววิธิบัติ</i>	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การคาดคะเนความสูงของบุคคลจากขนาดของรองเท้า.....	106
<i>ศิริจันทนีย์ ตรีแก้ว อรทัย เขียวพุ่ม ศิริรัตน์ ชุสกุลเกรียง และ ศุภชัย ศุภลักษณ์นารี</i>	
ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของนักบัญชีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.....	114
<i>สมทรง คັນธนที ธาริณี อังคัยศ ญาณเดช ชื่นจิตต์ และ นพดล คำพิทักษ์</i>	
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรของผู้กระทำความผิดและข้อมูลเชิงคดีของคดียาเสพติดให้โทษ ในอำเภอบ้านโป่ง ในปี พ.ศ. 2558.....	123
<i>สุทัศน์ ทองเงิน ศุภชัย ศุภลักษณ์นารี และ ศิริรัตน์ ชุสกุลเกรียง</i>	
การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม.....	134
<i>อรทัย มุลคำ และ ขวลิย์ ณ ถลาง</i>	
ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาค ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย.....	143
<i>อรรณพงค์ ศรีตะลาลัย และ ขวลิย์ ณ ถลาง</i>	

ความเข้าใจและการใช้นิติวิทยาศาสตร์ในการสอบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทาง ของพนักงานสอบสวน

Inquiry police officers' understanding and use of forensic science in the investigation of specialized criminal cases

ขวัญใจ ยิ่งเจริญ ศุภชัย ศุภลักษณ์นารี และ ศิริรัตน์ ชูสกุลเกรียง

Kwanjai Yingcharoen, Supachai Supaluknari and Sirirat Choosakoonkriang

สาขาวิชานิติวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

k.yingcharoen@gmail.com

Received 19/11/2562

Accepted 22/04/2563

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาความเข้าใจและการใช้นิติวิทยาศาสตร์ในการสอบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทางของพนักงานสอบสวน โดยทำการศึกษาจากเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ปฏิบัติหน้าที่ด้านสืบสวนสอบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทางของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง จำนวน 230 นาย โดยใช้สอบถามและการสัมภาษณ์ในหัวข้อทั่วไปทางนิติวิทยาศาสตร์ การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรส่วนบุคคลกับคะแนนระดับความรู้ทางด้านนิติวิทยาศาสตร์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่าเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 74.2 มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี ร้อยละ 33.3 เจ้าหน้าที่ส่วนมากร้อยละ 69.3 จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี โดยมีชั้นยศร้อยตำรวจตรีถึงร้อยตำรวจเอก ร้อยละ 60.4 และเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 47.6 มีประสบการณ์ปฏิบัติงานด้านสืบสวนสอบสวนระหว่าง 5 - 10 ปี ส่วนใหญ่ไม่เคยผ่านการฝึกอบรมด้านนิติวิทยาศาสตร์ อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยระดับความรู้ความเข้าใจด้านนิติวิทยาศาสตร์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 11.95$, $SD = 1.49$) และจากการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญขึ้นอยู่กับอายุและหน่วยงานในสังกัด ($P\text{-Value} < 0.05$) ในขณะที่ เพศ ชั้นยศ อายุราชการ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้านสืบสวน ประสบการณ์การฝึกอบรมด้านนิติวิทยาศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับความรู้ความเข้าใจด้านนิติวิทยาศาสตร์ จากการสัมภาษณ์ในการปฏิบัติงานของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50.7 (114 คน) พบว่าต้องการการฝึกอบรมการให้ความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ และร้อยละ 64.0 (144 คน) พบว่ามีกำลังพลตำรวจไม่เพียงพอ โดยผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานด้านนิติวิทยาศาสตร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสืบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทางต่อไป

คำสำคัญ: สอบสวนกลาง นิติวิทยาศาสตร์ อาชญากรรมเฉพาะทาง

Abstract

The objective of this study was to examine inquiry police officers' understanding of forensic science and how they used forensic science in the investigation of specialized criminal cases. The participants were 230 police officers responsible for specialized crimes at Central Investigation Bureau (CIB). The surveys were conducted by using questionnaire and interviewing on general topics of forensic Science. Descriptive statistics were obtained for all demographic data and the associations of the data with questionnaire scores were assessed with one-way analysis of variances (ANOVA).

The majority of participants were male officers (74.2%) and the mean age of them was in the range of 41-50 years (33.3%). A large number of the officers (69.3%) were graduated with a bachelor degree and 60.4% of the participants were the officers having the ranks within the range of Police Sub - Lieutenant to Police Captain. Nearly half of the participants (47.6%) had the level experience as inquiry officer for 5 to 10 years. The majority of participants reported that they had no prior training in any course of forensic science. However the study revealed that they had a moderate level of understanding of forensic science as suggestions by their average scores. The ANOVA analyzed indicated that the scores were significant different depending on participants ages and on the department that they belonged to. However, there was no association between the scores and gender, education level, work experience or prior training in forensic science. Of participants investing the interview, 114 (50.0%) noted they needed a training course in forensic science and 144 (64.0%) complained about the increasing workloads in their departments. Finally the findings from this study may have significant implications for CIB management and planning.

Keywords: central investigation, forensic science, specialized crime

1. บทนำ

อาชญากรรมในปัจจุบันมีความซับซ้อน รุนแรง รวมทั้งมีแนวโน้มที่มีลักษณะเป็นเครือข่ายและมีผู้กระทำความผิดที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ เคลื่อนย้ายพื้นที่กระทำความผิดไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ทำให้ยากต่อการสืบสวนปราบปราม ส่งผลให้สร้างความเสียหายต่อสังคมและประชาชนจำนวนมาก หน่วยงานบังคับใช้กฎหมายจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความก้าวหน้าของอาชญากรรม โดยผู้บังคับใช้กฎหมายต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในอาชญากรรมลักษณะต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในการสืบสวนสอบสวน การค้นหาและรวบรวมพยานหลักฐานเพื่อพิสูจน์ความผิดให้มีความสมบูรณ์ เชื่อถือได้ กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลางเป็นหน่วยงานสนับสนุนการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมโดยเฉพาะอาชญากรรมที่มีความซับซ้อน รุนแรง มีลักษณะเป็นเครือข่ายในหน่วยงานกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลางมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในงานอาชญากรรมเฉพาะทางเป็นจำนวนมาก แบ่งเป็น 12 กองบังคับการ ได้แก่ 1. กองบังคับการอำนวยการ (บก.อก.) 2. กองบังคับการปราบปราม (บก.ป.) 3. กองบังคับการตำรวจทางหลวง (บก.ทล.) 4. กองบังคับการตำรวจรถไฟ (บก.รฟ.) 5. กองบังคับการตำรวจน้ำ (บก.รน.) 6. กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (บก.ปทส.) 7. กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคม.) 8. กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ (บก.ปอศ.) 9. กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการทุจริตและประพฤติมิชอบในวงราชการ (บก.ปปป.) 10. กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) 11. กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บก.ปอท.) และ 12. กองบังคับการตำรวจมหาดเล็กราชวัลลภรักษาพระองค์ 904 (บก.ตร.มท.ร.904.) ดังนั้นการปราบปรามผู้กระทำความผิดในคดีอาชญากรรมเฉพาะทางจะมีประสิทธิภาพส่วนสำคัญส่วนหนึ่งคือบุคลากรผู้ทำการสืบสวนสอบสวนติดตามผู้กระทำความผิดที่จะต้องมีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และการประยุกต์ใช้ข้อมูลโดยการนำความรู้จากวิทยาการด้านงานนิติวิทยาศาสตร์มาร่วมในการทำงาน

นิติวิทยาศาสตร์ที่นำมาใช้ประโยชน์ในงานด้านการสืบสวนและสอบสวนนั้นมียุ่่มากมาย อาทิ การตรวจสถานที่เกิดเหตุและการถ่ายรูป การตรวจลายนิ้วมือ ฝ่ามือ ฝ่าเท้า การตรวจเอกสาร เช่น ตรวจลายเซ็น ลายมือเขียน การตรวจทางฟิสิกส์ เช่น ตรวจร่องรอยการเฉี่ยวชนรถ และการตรวจทางชีววิทยา เช่นการตรวจ DNA โดยใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์เพื่อช่วยในการค้นหาความจริงในกระบวนการยุติธรรม (กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง, 2562)

กรณีเกิดปัญหาทางกฎหมาย และคดีความให้มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม รวมทั้งการนำความรู้ทางด้านนิติวิทยาศาสตร์สาขาต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อคลี่คลายคดี ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการนำนิติวิทยาศาสตร์มาใช้ในการสืบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทางของเจ้าหน้าที่ตำรวจกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง (Vetter, 1978) ซึ่งมีการนำนิติวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ร่วมกับเทคนิคการสืบสวน และหากทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของการสืบสวนจะสามารถนำไปแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานและพัฒนางานด้านนิติวิทยาศาสตร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสืบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทางให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อกระบวนการยุติธรรมต่อไป (Laeheem, 2009)

2. วิธีการศึกษา

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง “ความเข้าใจและการใช้นิติวิทยาศาสตร์ในการสอบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทางของพนักงานสอบสวน” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามและการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality research) โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก เพื่อศึกษาถึงการปฏิบัติงานด้านการสืบสวนสอบสวนที่มีการนำความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ รวมทั้งศึกษาถึงปัจจัยปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานเพื่อศึกษาหาแนวทางการแก้ไขและพัฒนางานด้านอาชญากรรมเฉพาะทางของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ เจ้าหน้าที่ทำหน้าที่สืบสวนสอบสวนของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง 9 กองบังคับการ จำนวนประชากร 516 คน ทั้งนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากวิธีของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) และสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจำนวน 5 คน

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้ การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร คือ เจ้าหน้าที่ ที่ทำงานด้านสืบสวน สอบสวน ของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง ซึ่งมีจำนวน 516 คน จาก 9 กองบังคับการ จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 225 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีวิธีการ ดังนี้

2.1.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เจาะลึกในการวิจัย

2.1.2 กำหนดขอบเขตเนื้อหาของคำถามเพื่อให้ครอบคลุมตัวแปรต่าง ๆ ที่จะทำการศึกษา สำหรับแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามระบุข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมวิจัยจำนวน 9 ข้อได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นยศ หน่วยงานในสังกัด อายุราชการ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้านสืบสวน ประสบการณ์การฝึกอบรมด้านนิติวิทยาศาสตร์ หลักสูตรที่เคยฝึกอบรม

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจด้านนิติวิทยาศาสตร์และการสืบสวนสอบสวน ที่มีต่องานด้านการสืบสวนคดีอาชญากรรม มีลักษณะเป็นคำถามเลือกตอบ 2 ตัวเลือก จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานด้านการสืบสวนและนิติวิทยาศาสตร์ มีลักษณะเป็นการแสดงความคิดเห็น 3 ตัวเลือก จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามแสดงความคิดเห็นของตำรวจเกี่ยวกับการแก้ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานทางด้านอาชญากรรมเฉพาะทางและนิติวิทยาศาสตร์เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด

2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวกับงานนิติวิทยาศาสตร์ การพิสูจน์หลักฐาน การตรวจสถานที่เกิดเหตุ การสืบสวนสอบสวน ระเบียบข้อกฎหมายเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของเจ้าพนักงาน และนโยบายการปฏิบัติราชการของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง โดยศึกษาค้นคว้าจากระเบียบ ข้อบังคับ ข้อกฎหมาย บทความ งานวิจัย หนังสือ วารสาร ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

สำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยจะใช้แบบสัมภาษณ์ที่ลักษณะของข้อคำถามปลายเปิด คำถามในแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวมีความละเอียด เจาะลึกครอบคลุมในประเด็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสืบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทาง ในแง่ของบทบาทในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับคดี รูปแบบวิธีการที่ใช้ในการปฏิบัติงานด้านการสืบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทาง ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานในการสืบสวน หรือการปฏิบัติในคดีที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสัมภาษณ์เกี่ยวกับประวัติชีวิต ประวัติการทำงาน เพื่อนำมาอธิบายในภาพรวมและเพื่อเสริมผลการศึกษาวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary Study) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสารจากทางราชการและหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องอันเป็นการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อต้องการทราบข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ ที่ครอบคลุมครบถ้วน ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ให้สมบูรณ์

2. การศึกษาวิจัยภาคสนาม โดยลักษณะของการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ทำการเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ทำหน้าที่สืบสวน สอบสวน โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบตามวิธีการวิจัยไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อศึกษาแง่มุมต่าง ๆ ในเรื่องดังกล่าวให้ได้ข้อมูลมาเสริมในภาพรวม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่สืบสวนสอบสวนของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง จำนวน 225 ฉบับ ไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package For The Social Science - SPSS) เพื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์เพื่อแสดงถึงข้อมูลภูมิหลังของประชากรตัวอย่าง โดยวิธีการทางสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายลักษณะทั่วไปและเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบและดูการกระจายของข้อมูล โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่

2. การวิเคราะห์เพื่อแสดงถึงระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนิติวิทยาศาสตร์ที่มีต่องานด้านการสืบสวนคดีอาชญากรรมและความคิดเห็นของกลุ่มประชากรตัวอย่างเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานด้านการสืบสวนและนิติวิทยาศาสตร์ โดยวิธีการทางสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่ามัธยฐานเลขคณิต (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรส่วนบุคคลกับคะแนนระดับความรู้ความเข้าใจทางด้านนิติวิทยาศาสตร์และการสืบสวนสอบสวน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนการนำความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ไปใช้ในการปฏิบัติงานด้านอาชญากรรมเฉพาะทางและ ข้อเสนอแนะ ปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงานทางด้านอาชญากรรมเฉพาะทางและนิติวิทยาศาสตร์ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถาม และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นำข้อมูลทั้งหมดมารวบรวมสรุปเป็นข้อ ๆ และบรรยายเชิงพรรณนา

3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง “ความเข้าใจและการใช้นิติวิทยาศาสตร์ในการสอบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทางของพนักงานสอบสวน” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านการสืบสวนสอบสวน ของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง จำนวน 225 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality research) โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In - Depth Interview) เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านการสืบสวนสอบสวน จำนวน 5 คน แล้วเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับชั้นยศ หน่วยงานในสังกัด อายุราชการ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้านสืบสวน ประสบการณ์การฝึกอบรมด้านนิติวิทยาศาสตร์
2. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความรู้ความเข้าใจด้านนิติวิทยาศาสตร์และการสืบสวนสอบสวนของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านการสืบสวนสอบสวน
3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรส่วนบุคคลกับคะแนนระดับความรู้ความเข้าใจด้านนิติวิทยาศาสตร์และการสืบสวนสอบสวน
4. การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านการสืบสวนสอบสวน

5. การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนการนำความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ไปใช้ในการปฏิบัติงานด้านอาชญากรรมเฉพาะทาง และข้อเสนอแนะ ปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงานทางด้านอาชญากรรมเฉพาะทางและนิติวิทยาศาสตร์

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านนิติวิทยาศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านสืบสวนสอบสวนของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง กรณีมีอายุที่แตกต่างกันและอยู่ในสังกัดที่แตกต่างกัน ด้วยสถิติ One-Way-Anova ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig เท่ากับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ที่มีอายุที่ต่างกัน มีระดับความรู้ความเข้าใจด้านนิติวิทยาศาสตร์และการสืบสวนสอบสวน ที่แตกต่างกัน

บทบาทการทำงานที่เกี่ยวข้องในคดีอาชญากรรมเฉพาะทาง

จากการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านสืบสวนสอบสวนของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง โดยเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ 2 ฝ่าย คือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติ มีบทบาทในการสืบสวนหาผู้กระทำผิดไปตรวจสถานที่เกิดเหตุ ตรวจหาวัตถุพยานหลักฐาน การค้นหาข่าวและรายละเอียดจากแหล่งข้อมูลทั่วไป เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร มีบทบาทในการบริหารงานในฐานะหัวหน้าหน่วยงาน

รูปแบบวิธีการที่ใช้นิติวิทยาศาสตร์ในการปฏิบัติงานด้านสืบสวน

หลักการทางนิติวิทยาศาสตร์ซึ่งมีอยู่หลากหลายสาขามีบทบาทและความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการสืบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทาง เพราะอาชญากรรมเฉพาะทางมีการพัฒนารูปแบบ วิธีการของการกระทำความผิดอย่างต่อเนื่อง และตลอดเวลา ทั้งในด้านพฤติกรรม การกระทำความผิดที่มีการนำเทคนิควิธีสมัยใหม่เข้ามาเป็นเครื่องมือ มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและขบวนการ มีความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยง เครือข่ายระหว่างประเทศ มีความสลับซับซ้อน แยกย่อยและละเอียดอ่อน ประกอบกับตัวอาชญากรเป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญและความเชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ เป็นอย่างดี ทำให้สร้างความเสียหายและก่อให้เกิดผลกระทบอย่างรุนแรงต่อระบบเศรษฐกิจ สังคมและความมั่นคงของประเทศ ขณะที่ยังมีการกระทำผิดอีกจำนวนมากที่ไม่สามารถดำเนินการสืบสวนสอบสวนหรือจับกุมตัวผู้กระทำผิดได้ โดยพยานหลักฐานทางนิติศาสตร์มีความสำคัญอย่างยิ่งในการยืนยันการกระทำผิด และยืนยันตัวผู้กระทำผิด

(Keeratithammakrit, 2009) ซึ่งจะสอดคล้องกับประจักษ์พยาน หรือพยานแวดล้อมอื่นที่ปรากฏในสำนวนการสอบสวน ทำให้พยานหลักฐานมีน้ำหนักและมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น หรือในคดีที่ไม่รู้ตัวผู้กระทำผิด ก็ต้องอาศัยวัตถุพยาน ในสถานที่เกิดเหตุ เช่น รอยนิ้วมือ คราบเลือด คราบอสุจิ ปลอกกระสุน ฯลฯ นำไปตรวจพิสูจน์ เพื่อช่วยในการสืบสวน สอบสวนเชื่อมโยงไปยังผู้กระทำผิด ซึ่งในวงการตรวจพิสูจน์วัตถุพยานต่าง ๆ เหล่านี้ จะต้องอาศัยความรู้และ กระบวนการทางนิติวิทยาศาสตร์ ยกตัวอย่าง หน่วยงาน บก.ปอท. โดยการกระทำผิดส่วนใหญ่เป็นการกระทำผิด เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เจ้าหน้าที่มีหน้าที่ตรวจพิสูจน์พยานวัตถุที่เป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อยืนยันการกระทำผิด ของผู้ต้องหา เป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงาน

ข้อมูลอาชญากรรมเฉพาะทางและคดีตัวอย่าง

คดีตัวอย่าง เช่น นำเข้าข้อมูลลามก, CHILD PORNOGRAPHY, คดีหลอกหลวง/ฉ้อโกงต่าง ๆ , คดี RUMANCE SCAM, คดีความมั่นคง, คดีฆาตกรรม, คดียาเสพติด, คดีฆ่าตัวตาย ฯลฯ

ข้อเสนอแนะในการพัฒนางานด้านนิติวิทยาศาสตร์เพื่อเป็นประโยชน์ในการสืบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทาง

1. ควรพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความชำนาญ ในการทำงานด้านการสืบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทาง จัดการฝึกอบรมความรู้ความสามารถในด้านนิติวิทยาศาสตร์อย่างจริงจัง มีการกำหนดลักษณะเฉพาะของบุคคลที่จะเข้ามาทำงานให้ชัดเจน
2. การใช้กฎหมายบังคับ ISP ให้ข้อมูลต่าง ๆ ด้วยความรวดเร็ว
3. ควรจัดให้มีเครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัย ใช้งานง่าย สะดวกต่อการพกพาไปยัง สถานที่เกิดเหตุ เพื่อนำมาใช้ในการสืบสวนและจับกุม

4. สรุป

ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี โดยมีชั้นยศ เป็นร้อยตำรวจตรีถึงร้อยตำรวจเอก อยู่ในสังกัดกองบังคับการปราบปราม มีอายุราชการระหว่าง 5 - 10 ปี ระยะเวลา ที่ปฏิบัติงานด้านสืบสวนสอบสวนระหว่าง 5 - 10 ปี ส่วนใหญ่ไม่เคยผ่านการฝึกอบรมด้านนิติวิทยาศาสตร์

ระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ตำรวจ

เจ้าหน้าที่ตำรวจที่ทำงานด้านสืบสวนสอบสวนของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง มีความรู้ความเข้าใจ ทางด้านนิติวิทยาศาสตร์โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (Noichan, 2018) จากการศึกษาพบว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจ มีความรู้ความเข้าใจในหลักปฏิบัติทางนิติวิทยาศาสตร์ โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 11.95 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เจ้าหน้าที่ตำรวจเพศชายและเพศหญิงมีระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ ระดับปานกลางเท่ากัน เจ้าหน้าที่ตำรวจอายุระหว่าง 41 ถึงอายุมากกว่า 50 ปี ระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ ระดับมาก ส่วนอายุระหว่าง 25 - 40 ปี มีระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ระดับปานกลาง เจ้าหน้าที่ตำรวจชั้นยศระหว่าง ด.ต. - ส.ต.ต และชั้นยศระหว่าง พ.ต.อ. - พ.ต.ต. มีระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ระดับมาก ส่วนชั้นยศ ร.ต.อ - ร.ต.ต. มีระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ระดับปานกลาง (Clinard, 2014) เจ้าหน้าที่ตำรวจที่มีอายุราชการระหว่าง 5 ปี ถึง มากกว่า 15 ปี มีระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ระดับมาก และ น้อยกว่า 5 ปี มีระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ ระดับปานกลาง เจ้าหน้าที่ตำรวจที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ระดับมาก และระดับ การศึกษาปริญญาตรีถึงต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ระดับปานกลาง เจ้าหน้าที่ตำรวจที่มี ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้านสืบสวนสอบสวน 5 - 15 ปี มีระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ระดับมาก และ ประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี มีระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ระดับปานกลาง เจ้าหน้าที่ตำรวจที่เคยฝึกอบรมด้าน นิติวิทยาศาสตร์ มีระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ระดับมาก ส่วนเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ไม่เคยฝึกอบรมด้านนิติวิทยาศาสตร์ มีระดับความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์ระดับปานกลาง ปัญหาอุปสรรคที่พบในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ คือ

เมื่อมีเหตุอาชญากรรมเกิดขึ้นในพื้นที่หลายแห่งในเวลาเดียวกัน เมื่อถึงสถานที่เกิดเหตุ กำลังตำรวจมีไม่เพียงพอ ทำให้ทำงานได้ไม่ครอบคลุม คิดเป็นร้อยละ 64.0 (144 คน) และการจัดการอบรมให้ความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์มีน้อยเกินไป คิดเป็นร้อยละ 50.7 (114 คน) และนอกจากนี้ยังพบว่าควรให้ความสำคัญและสนับสนุนงานด้านนิติวิทยาศาสตร์ โดยมีการจัดอบรมเพิ่มพูนความรู้และทักษะทางนิติวิทยาศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพิ่มบุคลากรให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพแก่เจ้าหน้าที่ตำรวจให้มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งจะมีประโยชน์เป็นอย่างยิ่งในการทำงาน ด้านการสืบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทางต่อไป

5. อภิปรายผลการวิจัย

เจ้าหน้าที่ตำรวจที่ทำงานด้านสืบสวนสอบสวนของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง มีความรู้ความเข้าใจทางด้านนิติวิทยาศาสตร์โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และด้วยลักษณะของอาชญากรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ความต้องการหน่วยตำรวจที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางมากขึ้น ทำให้กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลางมีหน่วยงานในระดับกองบังคับการหลายหน่วย กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ตอบแบบสอบถามจึงมีความแตกต่างกันในหน้าที่งานที่รับผิดชอบ ดังนั้นแบบสอบถามที่นำมาใช้จึงเป็นคำถามความรู้ความเข้าใจด้านนิติวิทยาศาสตร์ในภาพรวม ทำให้ผลการศึกษาตัวแปรแต่ละตัว ค่าที่ได้มีความแตกต่างกันเล็กน้อย

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรส่วนบุคคลกับคะแนนระดับความรู้ความเข้าใจด้านนิติวิทยาศาสตร์ และการสืบสวนสอบสวน และข้อมูลการผ่านการอบรมด้านนิติวิทยาศาสตร์ พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับอายุและหน่วยงานในสังกัด ($P\text{-Value} < 0.05$) เรื่องการพัฒนางานด้านการตรวจสถานที่เกิดเหตุของสถานีตำรวจในเขตพื้นที่ตำรวจภูธรภาค 8 ผลจากการวิเคราะห์จะพบว่าตำแหน่งและอายุ ของพนักงานสอบสวนต่างก็มีผลต่อการตรวจสถานที่เกิดเหตุ พนักงานสอบสวนที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ควรจะมีผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูง เพราะมีการสั่งสมประสบการณ์การทำงานจนทำให้มีความรู้ความชำนาญ มีทักษะและเทคนิควิธีการต่าง ๆ ในการตรวจสถานที่เกิดเหตุ รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่การงาน

ในขณะที่ เพศ ชั้นยศ อายุราชการ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้านสืบสวน ประสบการณ์การฝึกอบรมด้านนิติวิทยาศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับความรู้ความเข้าใจทางด้านนิติวิทยาศาสตร์ ($P\text{-Value} > 0.05$) (วันเพ็ญ, 2556) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศและการรับรู้ความสามารถของตนเองด้านอินเทอร์เน็ต” ผลจากการวิเคราะห์พบว่า เพศที่แตกต่างกันของนักศึกษาไม่มีผลทำให้การรับรู้ความสามารถของตนเองด้านอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาแตกต่างกัน เนื่องจาก ความรู้ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ และโครงสร้างที่เกิดขึ้นจากการศึกษาหรือเป็นความรู้ที่เกี่ยวกับสถานที่ สิ่งของ หรือบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือรายงาน ทารัรับรู้ข้อเท็จจริงเหล่านี้ต้องชัดเจนและต้องอาศัยเวลา เพศชาย และเพศหญิงจึงสามารถมีระดับความรู้ที่เท่ากันได้โดยสามารถใช้เวลาในการศึกษาเรื่องนั้น ๆ ส่วนการฝึกอบรมด้านนิติวิทยาศาสตร์ไม่มีผลต่อการปฏิบัติงานด้านการสืบสวนสอบสวน ซึ่งตามหลักความเป็นจริงแล้วการฝึกอบรมควรจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างยิ่ง เพราะเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ผ่านการฝึกอบรมจะต้องมีระดับการปฏิบัติงานแตกต่างจากเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ไม่เคยผ่านการฝึกอบรม แต่จากผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกทำให้ทราบว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ผ่านการฝึกอบรมมาแล้ว เมื่อกลับมาปฏิบัติงานจริง ไม่มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานตามหลักวิชาการ และทีมงานที่มีศักยภาพทำให้ต้องปฏิบัติงานตามกำลังคน อุปกรณ์เครื่องมือ และงบประมาณที่มีจำกัด ซึ่งไม่เป็นตามหลักวิชาการที่ได้รับการฝึกอบรม อีกทั้งการฝึกอบรมหลายหลักสูตรมักจะไม่มีการประเมินและติดตามผลอย่างจริงจัง จึงทำให้เจ้าหน้าที่ขาดความตั้งใจในการฝึกอบรม

ปัญหาอุปสรรคที่พบในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ คือ เมื่อมีเหตุอาชญากรรมเกิดขึ้นในพื้นที่หลายแห่งในเวลาเดียวกัน เมื่อถึงสถานที่เกิดเหตุ กำลังตำรวจมีไม่เพียงพอ ทำให้ทำงานได้ไม่ครอบคลุม (สรยุทธ์, 2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัญหาและอุปสรรคของพนักงานสอบสวนในการรวบรวมพยานหลักฐานด้านนิติวิทยาศาสตร์ประกอบสำนวน

คดีอาญา : ศึกษาเฉพาะกรณีกองบังคับการตำรวจนครบาล 1 ผลจากการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคอยู่ในระดับมากกับการที่พนักงานสอบสวนยังขาดความรู้ ความสามารถ ไม่มีความชำนาญและไม่มีประสบการณ์ในการเก็บรวบรวมพยานหลักฐานด้านนิติวิทยาศาสตร์ อีกทั้งไม่ได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายและค่าตอบแทนในการทำงานอย่างเหมาะสม ประกอบกับพนักงานสอบสวนมีไม่เพียงพอกับปริมาณงานคดีที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน แนวทางการแก้ไขปัญหาคือให้ความสำคัญและสนับสนุนงานด้านนิติวิทยาศาสตร์ โดยมีการจัดอบรมเพิ่มพูนความรู้และทักษะทางนิติวิทยาศาสตร์ของเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพิ่มบุคลากรให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพแก่เจ้าหน้าที่ตำรวจให้มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งจะมีประโยชน์เป็นอย่างยิ่งในการทำงานด้านการสืบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทางต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความรู้ความเข้าใจในการนำนิติวิทยาศาสตร์มาใช้ในการสืบสวนคดีอาชญากรรมเฉพาะทางในภาพรวม ควรมีการแยกศึกษาเฉพาะในแต่ละคดี เช่น คดีอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ คดีอาชญากรรมทางเทคโนโลยี เป็นต้น
2. ควรมีการศึกษาว่าความรู้ด้านนิติวิทยาศาสตร์สามารถนำไปใช้กับเจ้าหน้าที่ที่ทำงานด้านอื่น ๆ ได้อย่างไร

6. เอกสารอ้างอิง

- กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง, ก. 2562. ยุทธศาสตร์กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559-2562.
- วันเพ็ญ วิโรจน์เจริญวงศ์, 2556. วันเพ็ญ วิโรจน์เจริญวงศ์. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 21(6 (พิเศษ)), 565-577.
- สรยุทธ์ อ่วมสำอางค์, 2554. ปัญหาและอุปสรรคของพนักงานสอบสวนในการเก็บรวบรวมพยานหลักฐานด้านนิติวิทยาศาสตร์ประกอบสำนวนการสอบสวนคดีอาญา : ศึกษาเฉพาะกรณี กองบังคับการตำรวจนครบาล 1. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารงานยุติธรรม)), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 362.
- Clinard, M. R., Quinney, R., & Wildeman, J. 2014. *Criminal behavior systems: A typology*: Routledge.
- Keeratithammakrit, N. 2009. *The Integration Knowledge of Forensic Sciences with Criminal Investigations by Police Officer*. Mahidol University.
- Laeheem, K., & Baka, D. 2009. Risk factors related to youths' violence behaviors in the three southern border provinces of Thailand. *Risk*, 15(6).
- Noichan, W. 2018. Factors Affecting Motor Vehicle Theft Committed By Inmates In Bangkok Prison. *Suan Sunandha Academic and Research Review*, 12(1), 1-14.
- Vetter, H. J., & Silverman, I. J. 1978. *The nature of crime*: Saunders Philadelphia.

ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ต่อร้านขนมจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

Satisfaction Toward Marketing Mix (7Ps) of Thai Tourists Kanom Jeen Restaurants in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province

จิระนาถ รุ่งช่วง ธรรมจักร เล็กบรรจง และ ธนินทร์ สังขดวง

Jiranart Rongchong, Tammachak Lakbanchong and Thanin Sangkhaduang

สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง

College of hospitality and tourism, Rajamangala University of Technology Srivijaya Trang Campus

Rongchoung@hotmail.com 085-510-4304

Received 23/09/2562

Accepted 24/04/2563

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และเคยใช้บริการร้านขนมจีน ในเขตอำเภอเมือง นครศรีธรรมราช 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของร้านขนมจีน ในเขตอำเภอเมือง นครศรีธรรมราช โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และนำมาวิเคราะห์สถิติที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีอายุ 41-60 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 183 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.75 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.00 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการวางแผนที่จะพักอยู่ในจังหวัดนครศรีฯ จำนวน 4-5 วัน จำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.75 เดินทางมาพร้อมครอบครัว จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.80 และมีค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าอาหารต่อวันต่อคน มากกว่า 200 บาท จำนวน 170 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.50 3) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านราคา, ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.97), ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.87) และ ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.99) ตามลำดับ ด้านลักษณะทางกายภาพ, ด้านส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคลากร และ ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 1.01), ($\bar{X} = 3.09$, S.D. = 0.91), ($\bar{X} = 3.01$, S.D. = 1.04), ($\bar{X} = 2.88$, S.D. = 1.06) ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนประสมทางการตลาด ร้านขนมจีน อ. เมือง จ. นครศรีฯ

Abstract

This research aimed to study 1) To explore demographic data of Thai tourists who have travelled to Muang district, Nakhon Si Thammarat province. 2) To study behaviour of Thai tourists who have travelled to and visited Kanom Jeen restaurants in Muang district, Nakhon Si Thammarat province. 3) To study Thai tourists' satisfaction level toward marketing mix of Kanom Jeen restaurants in Muang district, Nakhon Si Thammarat province. The questionnaire was used as a tool to collect data with 400 Thai tourists travelling in Mueang district, Nakhon Si Thammarat province. The data was analyzed

employing related statistics. The result showed the followings. 1) Most of the participants were 201 men (50.25%). 178 of them aged between 41-60 years old (44.50%). 183 participants graduated from high school (45.75%). 156 participants worked as an employee in private organization (39%). In addition, 176 participants earned 15,000-30,000 Baht per month (44%). 2) The results of tourist's behavior revealed that most of the participants planned to stay at Nakhon Si Thammarat province for 4-5 days (191 participants, 47.75%). 119 of them traveled with family (29.80%). Also, 170 participants (42.50%) reported their food expenses for more than 200 Baht a day per person. 3) Considering level of tourists' satisfaction, their satisfaction towards Kanom Jeen restaurants in Mueang district, Nakhon Si Thammarat province in each aspect were high level of satisfaction towards the price, the product and the place ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.97), ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.87) and ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.99), respectively. Moderate level of satisfaction towards the physical evidence, the marketing promotion, the people, and the process services ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 1.01), ($\bar{X} = 3.09$, S.D. = 0.91), ($\bar{X} = 3.01$, S.D. = 1.04) and ($\bar{X} = 2.88$, S.D. = 1.06), respectively.

Keywords: Satisfaction of thai tourists, Marketing mix, Kanom Jeen restaurants Mueang District Nakhon Si Thammarat province.

1. บทนำ

โครงการ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด เป็นนโยบายเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองที่มีศักยภาพ นอกเหนือจากเมืองท่องเที่ยวหลัก 10 เมืองของไทย โดยเน้นนักท่องเที่ยวชาวไทย สำหรับการดำเนินการโครงการในไตรมาสที่ 1 สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 16,843.39 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 8.09 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยจังหวัดที่มีรายได้สูงสุด 3 อันดับแรก คือ นครศรีธรรมราช ตรัง และตราด (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2561) นครศรีธรรมราช (นครศรีฯ) 1 ใน 12 เมืองต้องห้าม...พลาด เมืองประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครองและศาสนา มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางยาวนานกว่า 1,800 ปี มีความเจริญรุ่งเรืองทางพุทธศาสนา มีอารยธรรมและศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2561) เนื่องจากจังหวัดนครศรีฯ เป็นแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางด้านธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่น และด้านวัฒนธรรมการบริโภคอาหาร โดยในปี 2560 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีฯ จำนวนทั้งสิ้น 3,704,823 คน แบ่งเป็นชาวไทย 3,622,204 คน ชาวต่างชาติ 82,619 คน สร้างรายได้ 15,609 ล้านบาท ส่งผลให้สถานการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัดมีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ขนมจีน อาหารดั้งเดิมที่มีมาช้านาน จนถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมด้านอาหารของชาวนครศรีฯ เนื่องจากเป็นอาหารที่นิยมของทุกเพศทุกวัยและทุกเทศกาล ทั้งยังอุดมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการที่มีสารอาหารครบถ้วน จากเส้นขนมจีน น้ำแกงขนมจีนและผักเหนาะเครื่องเคียงที่นำมารับประทานร่วมกับขนมจีน ซึ่งสอดคล้องกับการจัดงานเทศกาล เพื่ออนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมการกินขนมจีนให้อยู่คู่กับเมืองนครศรีฯ ส่งเสริมให้เป็นเอกลักษณ์ที่มีความโดดเด่น นักท่องเที่ยวที่สามารถหาขนมจีนรับประทานได้ ตลอด 24 ชั่วโมง ดังคำกล่าว เมืองขนมจีน 24 ชั่วโมง จากประเด็นดังกล่าว จึงทำให้คณะผู้วิจัยต้องการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อร้านขนมจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีฯ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาการบริการธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่น ซึ่งเป็นสำคัญของการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาหารท้องถิ่นจะเป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจที่จะให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนเกิดความประทับใจในรสชาติของอาหารและอยากกลับมาเยือนอีกในครั้งต่อ ๆ ไป อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าทางการท่องเที่ยวและสื่อสารภาพลักษณ์ทางการตลาดสำหรับท้องถิ่นได้ และสร้างศักยภาพด้านการแข่งขันที่ยั่งยืน

ด้านการท่องเที่ยวต่อไป

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีฯ

2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และเคยใช้บริการร้านขนมจีน ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีฯ

3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของร้านขนมจีน ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีฯ

1.2 ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การนำกลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการกำหนดราคา มาประสมกัน เพื่อทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนกับตลาดเป้าหมาย หรือกล่าวได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นการผสมผสานของเครื่องมือทางการตลาด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ (ศิริฤทธิ์, 2555) โดยส่วนประสมทางการตลาดมีดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าหรือบริการที่ธุรกิจจัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีที่จับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ (ศิริฤทธิ์, 2555) ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการ ต้องพิจารณาถึงความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (ฉัตรยาพร, 2549)

ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องจ่าย เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า หรือบริการ ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณค่ากับราคา ดังนั้นผู้ที่กำหนดกลยุทธ์ต้องพิจารณาด้านต้นทุนและค่าใช้จ่ายของผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดราคาที่เหมาะสม (ฉัตรยาพร, 2549)

การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กลไกการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เช่น ที่ตั้งของธุรกิจและความง่ายในการเข้าถึง โดยการนำสินค้าหรือบริการส่งมอบให้แก่ลูกค้าตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงสินค้าหรือบริการ (เสรี, 2542)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือที่ใช้จูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการซื้อและสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ และเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ เมื่อลูกค้าต้องการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ นั้น ๆ (ศิริวรรณ และคณะ, 2546)

กระบวนการ (Process) หมายถึง การวางแผนหรือระบบ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า กระบวนการ เป็นการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยอาศัยการวางแผน เวลาและประสิทธิภาพถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการ (ศิริฤทธิ์, 2555)

บุคลากร (People) หมายถึง บุคลากรของธุรกิจ ผู้ที่ทำหน้าที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยผ่านการพัฒนา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด บุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (ศิริฤทธิ์, 2555)

ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หลักฐานทางกายภาพ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของธุรกิจและลูกค้าสามารถมองเห็นได้ เช่น อาคารสำนักงานเครื่องใช้ต่าง ๆ เป็นต้น หากธุรกิจใดสร้างภาพลักษณ์ให้น่าสนใจ จะทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจมากขึ้น (ศิริฤทธิ์, 2555)

โดยปัจจุบันประเทศไทยได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่อการบริการร้านอาหาร (วิไลวรรณ, 2556) ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้าน ริว ซาบู ซาบู สาขาสยามสแควร์ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุดโดย รองลงมาคือ ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (จิราพร, 2559) ศึกษา

ความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราช พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (วีระพงษ์, 2560) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารและเครื่องดื่ม ชุมชนตรอกวังหลัง กทม. ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาและส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญต่อการเข้าถึงลูกค้าได้โดยง่าย

2. วิธีการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และเคยใช้บริการร้านขนมจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีฯ ช่วงเดือน กันยายน - พฤศจิกายน พ.ศ. 2561

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีฯ จำนวน 3,622,204 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตร ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเฉพาะ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว และเคยใช้บริการร้านขนมจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีฯ ซึ่งเป็นวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และแจกแจง เฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์เป็นเวลา 12 สัปดาห์ (24 วัน) เฉลี่ยการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 17 คนต่อวัน จะได้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ชุด โดยเก็บข้อมูลตามสถานที่ที่กำหนดไว้ ที่ได้จากการแนะนำจากเว็บไซต์ Wongnai จำนวน 10 ร้าน ได้แก่ ร้านขนมจีนเมืองคอน พานยม ร้านขนมจีนเส้นสด เมืองคอน ร้านขนมจีนห้วยเย็น ร้านขนมจีนป่าแอ็ด ร้านขนมจีนแม่ยายแกงปู ร้านขนมจีนเส้นสดจ่าหอย ร้านขนมจีนในสวน ร้านขนมจีนเมืองคอน ท่าไร่ ร้านขนมจีนบ้านัน และร้านขนมจีนศาลาประดู่ทก (Wongnai, 2560)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด แบบตรวจสอบรายการ (Check list) ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดการบริการของร้านขนมจีน ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scales) 5 ระดับ

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการสุ่มรวบรวมพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อร้านขนมจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีฯ แล้วนำมาพัฒนาเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยวิธีการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบเนื้อหาและความเข้าใจของแบบสอบถามเพื่อประเมินว่า คำถามแต่ละข้อมีความตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยและหัวข้อหรือไม่ โดยใช้วิธีการ Item-Objective Congruency Index (IOC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ไว้ จากนั้นทำการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามแล้วนำไปทดลองใช้ กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง โดยทำการสุ่มเก็บตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ที่ร้านขนมจีนบริเวณอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีฯ และทำการวิเคราะห์ข้อคำถามรายข้อ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมที่ปรับแก้ จากนั้นทำการปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างและหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายในด้วยวิธีการ ของ Cronbach's โดยคำตอบมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า มีค่าความสอดคล้อง IOC ≥ 0.50 ค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha = 0.91 (Cronbach, 1970)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำไปวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เป็นหลัก โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) ใช้สำหรับวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3. ผลการวิจัย

3.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว และเคยใช้บริการร้านขนมจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีฯ พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 เพศหญิง 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 41-60 ปี จำนวน 178 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาคืออายุ 21-40 ปี จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.25 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 สถานะภาพของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สมรสมากที่สุด จำนวน 206 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาอยู่ในสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 158 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.50 และสถานภาพโสด จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.00 ระดับการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 183 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมาได้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.50 การศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.50 และระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 อาชีพข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.25 เกษียณ/ว่างงาน/อื่น ๆ จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.50 และอาชีพอิสระ จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.25 รายได้ส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยว เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือรายได้ 30,001-60,000 บาท จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.75 มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.25 และมีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท น้อยที่สุด จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ ถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่มีถิ่นพำนักที่กรุงเทพฯ มากที่สุด จำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมาคือถิ่นพำนักอยู่ในภูมิภาคอื่นของประเทศ จำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.25 และถิ่นพำนักที่จังหวัดอื่น ๆ ในภาคใต้จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.75 ตามลำดับ

3.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่มีจำนวนวันที่พักอาศัยในเมืองนครศรีฯ 4-5 วันมากที่สุด จำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.75 จำนวนวันที่พักอาศัยในเมืองนครศรีฯ 1-3 วัน จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.00 และจำนวนวันที่พักอาศัยในเมืองนครศรีฯ มากกว่า 7 วัน จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.25 จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีฯ ต่อปี พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีฯ 2-3 ครั้งต่อปี รองลงมาเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีฯ ครั้งนี้เป็นครั้งแรก จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.50 นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว มากกว่า 5 ครั้งต่อปี จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.30 และเดินทางมาท่องเที่ยว 4-5 ครั้งต่อปี จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.40 ตามลำดับ กลุ่มคนที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มากับครอบครัว มากที่สุดจำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.80 รองลงมาเดินทางมากับคนพิเศษ จำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.40 เดินทางมาคนเดียว จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.30 และเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ จำนวนครั้งในการบริโภคอาหารในรูปแบบขนมจีนต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในหนึ่งครั้ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มากกว่า 3 มื้อมากที่สุดจำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมา 2-3 มื้อ จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.50 และ 1 มื้อ

จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ จำนวนผู้ร่วมรับประทาน พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมรับประทาน ร่วมกัน 3-5 คน จำนวน 163 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมาคือจำนวนผู้ร่วมรับประทานร่วมกันมากกว่า 5 คน จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.50 และมีจำนวนผู้ร่วมรับประทานร่วมกัน 1-2 คน จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.75 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ในการบริโภคอาหารในรูปแบบขนมจีนหนึ่งมื้อ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าอาหารในการบริโภคอาหารในรูปแบบขนมจีนหนึ่งมื้อ อยู่ที่ มากกว่า 200 บาท มากที่สุดจำนวน 170 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าอาหารในการบริโภคอาหารในรูปแบบขนมจีนหนึ่งมื้อ 100-200 บาท จำนวน 169 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.25 และมีค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าอาหารในการบริโภคอาหารในรูปแบบขนมจีนหนึ่งมื้อ น้อยกว่า 100 บาท จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.25 ตามลำดับ

3.3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านขนมจีนในเขตอำเภอเมือง นครศรีธรรมราช

จากการศึกษาในส่วนนี้จะทำให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมทางการตลาดในรูปแบบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่น ที่มีต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่น (ขนมจีน) ที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านการบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ภาพรวม

ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.81	0.87	มาก	2
2. ด้านราคา	3.84	0.97	มาก	1
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.76	0.99	มาก	3
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.09	0.91	ปานกลาง	5
5. ด้านบุคลากร	3.01	1.04	ปานกลาง	6
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	2.88	1.06	ปานกลาง	7
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.34	1.01	ปานกลาง	4
รวม	3.39	0.98	ปานกลาง	ปานกลาง

ตารางที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ในขณะที่มีความเห็นในระดับปานกลาง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีน้ำยาที่หลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ	3.69	0.95	มาก
2. มีรสชาติอร่อยเป็นที่ชื่นชอบ	3.71	1.02	มาก
3. วัตถุดิบที่ใช้ปรุงรมีคุณภาพดี มีความสดใหม่อยู่เสมอ	3.56	0.86	มาก
4. อาหารมีความสะอาด และสุขอนามัยที่ดี	4.10	0.76	มาก
5. ผักสดและเครื่องเคียง มีรสชาติอร่อยและมีบริการเพียงพอ	4.03	0.79	มาก
รวม	3.81	0.87	มาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก จำนวน 5 ข้อ คือ อาหารมีความสะอาด และสุขอนามัยที่ดี ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.76) ผักสดเครื่องเคียง และผักสด มีรสชาติอร่อย และมีบริการเพียงพอ ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.79) มีรสชาติอร่อยเป็นที่ชื่นชอบ ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 1.02) มีน้ำยาที่หลากหลายประเภทตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.95) และวัตถุดิบที่ใช้ปรุงมีคุณภาพดี มีความสดใหม่อยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. รายการอาหารมีราคาที่เหมาะสม	3.83	0.93	มาก
2. มีป้ายบอกราคาให้เห็นได้อย่างชัดเจน	3.66	1.13	มาก
3. ราคาอาหารไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	4.03	0.86	มาก
รวม	3.84	0.97	มาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านราคา โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.97) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก จำนวน 3 ข้อ คือ ราคาอาหารไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.86) รายการอาหารมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.93) และมีป้ายบอกราคาให้เห็นได้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 1.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ทำเล ที่ตั้ง ใกล้แหล่งชุมชน สถานที่ที่จับจ่ายใช้สอยหรือสถานที่ท่องเที่ยว	3.63	1.09	มาก
2. การคมนาคมสะดวกจ่ายตาย มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการ	4.06	0.93	มาก
3. สถานที่จอดรถมีความสะดวก	3.60	0.95	มาก
รวม	3.76	0.99	มาก

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.99) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก จำนวน 3 ข้อ คือ การคมนาคมสะดวกจ่ายตาย มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.93) ทำเล ที่ตั้ง ใกล้แหล่งชุมชน สถานที่ที่จับจ่ายใช้สอย ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 1.09) และสถานที่จอดรถมีความสะดวก ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีป้ายหน้าร้านเห็นได้อย่างชัดเจน	3.26	0.92	ปานกลาง
2. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram เป็นต้น	2.62	0.88	ปานกลาง
3. มีการส่งเสริมการขาย หรือกิจกรรมพิเศษ เนื่องในโอกาสต่าง	3.39	0.94	ปานกลาง
รวม	3.09	0.91	ปานกลาง

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$, S.D. = 0.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลางทุกข้อ คือ มีการส่งเสริมการขาย หรือกิจกรรมพิเศษ เนื่องในโอกาสต่าง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.94) มีป้ายหน้าร้านเห็นได้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.92) และ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram เป็นต้น ($\bar{X} = 2.62$, S.D. = 0.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พนักงานมีความเต็มใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.17	1.04	ปานกลาง
2. จำนวนพนักงานมีเพียงพอเหมาะสมในการให้บริการ	3.03	1.08	ปานกลาง
3. พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อยเหมาะสมสำหรับการบริการ	2.84	0.94	ปานกลาง
4. พนักงานมีมารยาทในการต้อนรับ เช่น กล่าวทักทาย กล่าวขอบคุณ เป็นต้น	3.02	1.1	ปานกลาง
รวม	3.01	1.04	ปานกลาง

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 3.01$, S.D. = 1.04) พนักงานมีความเต็มใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = 1.04) จำนวนพนักงานมีเพียงพอเหมาะสมในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.03$, S.D. = 1.08) พนักงานมีมารยาทในการต้อนรับ เช่น กล่าวทักทาย ($\bar{X} = 3.02$, S.D. = 1.10) และ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อยเหมาะสมสำหรับการบริการ ($\bar{X} = 2.84$, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการบริการ

ด้านกระบวนการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ขั้นตอนการรับออเดอร์อาหาร มีความรวดเร็วและถูกต้อง	2.82	1.00	ปานกลาง
2. ขั้นตอนการเสิร์ฟอาหาร มีความรวดเร็วและถูกต้อง	2.99	1.03	ปานกลาง
3. ขั้นตอนการเช็คบิลและออกใบเสร็จ มีความรวดเร็วและถูกต้อง	2.85	1.15	ปานกลาง
รวม	2.88	1.06	ปานกลาง

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการบริการ โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 2.88$, S.D. = 1.06) พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลางทุกข้อ คือ การเสิร์ฟอาหาร ($\bar{X} = 2.99$, S.D. = 1.03) การเช็คบิล ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 1.15) และ การรับออเดอร์อาหาร ($\bar{X} = 2.82$, S.D. = 1.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความเป็นระเบียบของอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในร้าน	3.29	0.88	ปานกลาง
2. ความสวยงามในการตกแต่งประดับประดา	3.45	1.05	ปานกลาง
3. ความสะอาดและสุขอนามัยของอุปกรณ์ต่าง ๆ บนโต๊ะอาหาร	3.45	1.12	ปานกลาง
4. ห้องน้ำมีความสะอาดและมีอุปกรณ์ทำความสะอาด เช่น อ่างล้างมือ กระดาษชำระ เป็นต้น	3.18	1.02	ปานกลาง
รวม	3.34	1.01	ปานกลาง

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 1.01) พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลางทุกข้อ คือ ความสวยงามในการตกแต่งร้าน ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 1.05) ความสะอาดและสุขอนามัย บนโต๊ะอาหาร ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 1.12) ความเป็นระเบียบภายในร้าน ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.88) และห้องน้ำมีความสะอาดและมีอุปกรณ์ทำความสะอาด เช่น อ่างล้างมือ กระดาษชำระ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = 1.02) ตามลำดับ

4. สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อร้านขนมจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีฯ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีอายุ 41-60 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 มีสถานภาพสมรส จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 183 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.75 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.00

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนวันที่พักอาศัยในเมืองนครศรีฯ 4-5 วัน จำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.75 จำนวนครั้งในการบริโภคอาหารในรูปแบบขนมจีนต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในหนึ่งครั้ง มากกว่า 3 มื้อ จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.00 จำนวนสมาชิกโดยเฉลี่ยที่บริโภคพร้อมกัน พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกโดยเฉลี่ยที่บริโภคพร้อมกัน 3-5 คน จำนวน 163 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.75 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ในการบริโภคอาหารในรูปแบบขนมจีนหนึ่งมื้อ มากกว่า 200 บาท จำนวน 170 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.50

3. การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดของร้านขนมจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีฯ ที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.87) ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.97) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.99) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$, S.D. = 0.91) ปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 3.01$, S.D. = 1.04) ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 2.88$, S.D. = 1.06) และด้านปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 1.01)

4.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขนมจีน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในธุรกิจร้านอาหาร โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่น ที่มีการแข่งขันสูง โดยผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ หากเมนูอาหารภายในร้านมีความหลากหลาย สินค้าที่ได้รับมีรสชาติที่อร่อย มีความสะอาด และได้มาตรฐาน นอกจากนั้นราคาสินค้ายังต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการ และหากมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาก็จะต้องระบุหรือแจ้งผู้ใช้บริการให้ทราบอย่างชัดเจน (ปาริชาติ, 2559) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านอาหารไทยในประเทศมาเลเซีย พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะด้านคุณภาพของอาหารมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ (รสสุคนธ์, 2553) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จ.พระนครศรีอยุธยา พบว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า (ลัดดา, 2556) ที่ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจ

ของผู้บริโภคร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน ในเขต กทม. พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถหารับประทานได้ง่าย และสถานที่จอดรถสะดวกสบาย ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด

ในขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวม มีความพึงพอใจในการใช้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง อาจเป็นเพราะทางร้านมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การลด แลก แจก แถม การโฆษณาสินค้าให้เป็นที่รู้จักผ่านทางช่องทางที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง (อัปสรศรี, 2552) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ภัตตาคารลอยน้ำเรื่อริเวอร์ไซด์ พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า ในขณะที่ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (ซวัล, 2558) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของประชากรใน กทม. พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภค อาหารนานาชาติของประชากรใน กทม. เนื่องจากผู้บริโภค ต่างมีความต้องการที่จะได้รับบริการ และได้รับประทานอาหารที่ตนสั่งอย่างรวดเร็ว

4.3 ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในเกณฑ์มาก ในด้านราคา ผู้ประกอบการควรหมั่นรักษาและพัฒนาคุณภาพอาหารให้เหมาะสมกับราคาต่อไป ควรหมั่นตรวจสอบวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ และอาจพิจารณาหาวิธีการลดต้นทุนการผลิตอาหาร แต่คงคุณภาพเดิมไว้ ซึ่งจะเป็นวิธีการที่จะดึงดูดใจให้ลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และ เพิ่มระดับความพึงพอใจด้านราคาได้สูงขึ้นอีกด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในเกณฑ์มาก ผู้ประกอบการ ควรหมั่นพัฒนา และ รักษามาตรฐาน และรสชาติอาหารที่อร่อยถูกปาก รวมถึงการออกแบบรูปลักษณ์ น่าดึงดูดใจกว่าในปัจจุบัน เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญ ซึ่งจะส่งผลให้รักษาลูกค้าประจำให้มาใช้บริการได้อย่างสม่ำเสมอ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในเกณฑ์มาก ผู้ประกอบการ ควรเลือกสถานที่ตั้งของร้านให้สามารถเดินทางมาได้สะดวก รวมถึงมีจำนวนที่นั่งรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการได้อย่างเพียงพอ

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ผู้ประกอบการควรที่จะให้ความสำคัญการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้เกิดการโต้ตอบหรือการมีส่วนร่วมกับลูกค้า ปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ผู้ประกอบการควรส่งเสริมให้พนักงานแต่งกายสุภาพสะอาด ซึ่งเจ้าของร้านและผู้ประกอบการร้าน ควรปลูกฝังการมีจิตใจรักงานบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ผู้ประกอบการ ควรมีการบริการที่รวดเร็วและถูกต้อง มีความพร้อมในการบริการ ซึ่งผู้ประกอบการควรหมั่นตรวจสอบกระบวนการทำงานของร้านอยู่เสมอ และ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ผู้ประกอบการควรใช้ภาชนะใส่อาหารและเครื่องดื่ม มีความสะอาด ปลอดภัย ผู้ประกอบการอาจต้องหมั่นตรวจสอบภาพลักษณ์ให้มีความสะอาดปลอดภัย พร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา

5. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนเงินงบประมาณโครงการวิจัย ประเภทเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง ที่เอื้อต่อการทำงาน ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบพระคุณที่ปรึกษาโครงการวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้

6. เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. สำนักงานจังหวัดนครศรีฯ. 2561. นครศรีฯ 2561. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2561 จาก www.nakhonsithammarat.go.th
- จิราพร วรเวชวิทยา. 2559. ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ห้องอาหารครัวเมืองราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2549. การจัดการและตลาดบริการ. ซีเอ็ดยูเคชั่น: กรุงเทพฯ
- ซวัล เอี่ยมสกุลรัตน์. 2558. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติของ ประชากรใน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปาริชาติ เป็ญฤทธิ์. 2559. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านอาหารไทยในประเทศมาเลเซีย. วารสาร กระแสวัฒนธรรม. 17(32):59-72.
- รสสุคนธ์ รสชะเอม. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ลัดดา ปิ่นเกล้า. 2556. พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเข้าใช้บริการ ร้านอาหาร ประเภทฟาสต์ฟู้ด ในสถานีบริการน้ำมัน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- วีไลวรรณ บุญวิเศษ. 2556. การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านอาหาร ขาบู สาขาสยามสแควร์. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วีระพงษ์ ภู่อ่าง. 2560. ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารและเครื่องดื่มชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม การบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. สำนักพิมพ์ไทมอน อิน บิสซิเนสเทรเวอล์: กรุงเทพฯ
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังคศิลป์. 2555. หลักการตลาด. สำนักพิมพ์ท็อป: กรุงเทพฯ
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560. รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7 (มกราคม-มีนาคม 2560). สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2561 จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8404
- เสรี วงศ์มณฑา. 2542. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซแท็กซ์: กรุงเทพฯ
- อัปษรศรี ม่วงคง. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มาใช้บริการ ภัตตาคารลอยน้ำเรอริเวอร์ไซด์. ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Cronbach, Lee J. 1970. *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper and Row Publishers.
- Wongnai. 2560. ร้านอาหารยอดนิยม ในนครศรีฯ. วันที่สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2560, เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/businesses?domain=1&rerank=true®ions=2993&page.number=2>
- Yamane, T. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis (3rd ed.)*. New York. Harper and Row Publications.727-728.

ผลการเสริมสร้างศักยภาพด้านการขับขี่อย่างปลอดภัย

ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี

The Effects of Safe Driving Enhancement for Undergraduate Students of
Rajamangala University of Technology Tawan-Ok, Chanthaburi Campus

ชัยวรพงศ์ ชูแก้ว^{1*} พัชรลัย ชูแก้ว¹ วัชนะชัย จูมผา² และ เจตน์จรรย์ อาจไรสง³

Chaiworaphong Chukaew¹, Patcharalai Chukaew¹,

Watchanachai Joompha² and Jetchan Atthaisong³

¹ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

² สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมการเกษตร ³ สาขาวิชาการจัดการ คณะเทคโนโลยีสังคม

E-mail: mangoaec2556@gmail.com โทร. 06 1965 5649

Received 10/12/2562

Accepted 18/04/2562

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ เพื่อศึกษาผลการถ่ายทอดความรู้ และเพื่อสำรวจความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้ด้านการขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลและรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลอย่างปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี จำนวน 1,756 คน โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากนักศึกษาที่ลงทะเบียนเข้ารับการถ่ายทอดความรู้การเสริมสร้างศักยภาพด้านการขับขี่อย่างปลอดภัย จำนวน 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบทดสอบก่อนและหลังของความรู้ด้านการขับขี่ปลอดภัย และแบบสำรวจความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปผลการวิจัย ดังนี้ นักศึกษาที่เข้ารับการถ่ายทอดความรู้ จำนวน 80 คน ทำแบบทดสอบก่อนการถ่ายทอดความรู้ จำนวน 50 ข้อ พบว่ามีคะแนนเฉลี่ย 23.98 คะแนน เมื่อนักศึกษาเข้ารับการถ่ายทอดความรู้ ระยะเวลา 5 ชั่วโมง สามารถทำแบบทดสอบหลังการถ่ายทอดความรู้ จำนวน 50 ข้อ มีคะแนนเฉลี่ย 43.64 คะแนน ผลการสำรวจความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้สำหรับเสริมสร้างศักยภาพการขับขี่อย่างปลอดภัย โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.36 อยู่ในระดับดี

คำสำคัญ: การขับขี่ ปลอดภัย การถ่ายทอดความรู้ ความพึงพอใจ

Abstract

This research aimed to investigate the knowledge transfer and to survey the student's satisfaction of safe driving-riding instruction. The samplings in the study were 1,756 undergraduate students of Rajamangala University of Technology Tawan-Ok, Chanthaburi Campus as well as selected 80 students by purposive sampling method from all of registered. The tools of the study were pre and post tests of the ability development for safe driving including satisfaction questionnaires. Percent, means, and standard deviation were used. At last, the findings were as follows: The 80 participants examined the 50-pointed pre-test and average gained 23.98 points. After the 5-hour instruction, the average were 43.64 points. Thus, the results to survey the student's satisfaction of safe drive enhancement. Overall, the average of 4.36 is at a good level.

Keywords: Driving, Safety, Instruction, Satisfaction

1. บทนำ

จากการที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) เมื่อปี พ.ศ. 2510 และปี พ.ศ. 2558 ทุกประเทศในกลุ่มสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้ทำการเปิดเสรีอาเซียน ซึ่ง 1 ใน 4 ของยุทธศาสตร์ คือ การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ทำให้ 10 ประเทศของสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สามารถทำการเคลื่อนย้ายทรัพยากรบุคคลด้านโลจิสติกส์ และทำการเคลื่อนย้ายการลงทุนโลจิสติกส์ (The Department of ASEAN Affairs, 2018) จากเหตุผลข้างต้นทำให้บุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และองค์กรเอกชนด้านโลจิสติกส์ได้เข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทย อีกทั้งธุรกิจโลจิสติกส์ของไทย จึงมีอัตราการขยายเพิ่มขึ้นตาม Table 1

Table 1 : The growth rate of logistics business 2017-2018

Logistic Business	2017		2018	
	Expenditure (million bath)	Growth Rate (%)	Expenditure (million bath)	Growth Rate (%)
Land Logistic Business	137,700	6.2	145,100 - 147,300	5.3 - 7.0
Warehouse business	71,700	6.2	75,500 - 76,700	5.3 - 7.0
Freight Forwarder	57,700	1.6	58,000 - 58,900	0.5 - 2.1
Post Mail	28,100	8.7	30,800 - 31,300	9.8 - 11.3

Source: Kasikorn Research Center (2019)

การปฏิบัติหน้าที่ในสายงานโลจิสติกส์ อาทิเช่น จัดซื้อ การขนส่งสินค้า การจัดการคลังสินค้า การจัดการศูนย์กระจายสินค้า และวิเคราะห์และปรับปรุงระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เป็นต้น ผู้สมัครงานนั้นต้องมีคุณสมบัติส่วนตัวด้านการขับขี่ยานพาหนะประเภทที่ 1 หรือที่เรียกว่า รถจักรยานยนต์ และรถยนต์ 4 ล้อ (ส่วนบุคคล) จะทำให้ผู้สมัครงานคนดังกล่าวจะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ หรือมีโอกาสได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานมากกว่าผู้สมัครที่ไม่มีความสามารถในด้านดังกล่าว (Kaewplung and Shukaew, 2017)

สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศในช่วงการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง พ.ศ. 2552 - 2561 ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาสมรรถนะและขีดความสามารถของกำลังแรงงาน โดยมุ่งเน้นการผลิตและพัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ เพื่อเป็นการเสริมสร้างคุณลักษณะที่พึงประสงค์และสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ตรงความต้องการของตลาดแรงงาน (The National Primary Education, 1999)

จากสถิติอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นของธุรกิจโลจิสติกส์ของไทยช่วงปี 2560 - 2561 และยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้ตระหนักในการจัดโครงการขับขี่ปลอดภัยในครั้งนี้ จึงเปิดโอกาสให้นักศึกษา และผู้ที่สนใจเข้ารับการถ่ายทอดความรู้ด้านการขับขี่รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลและรถยนต์ส่วนบุคคล การถ่ายทอดความรู้ได้มีหลายส่วนที่เข้ามาดำเนินการร่วมกันทั้งในด้านการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการขอรับใบอนุญาตขับขี่ในประเทศไทย การเตรียมความพร้อมก่อนขับขี่ สัญญาณและเครื่องหมายจราจร การขับขี่ตามกฎหมายจราจร เทคนิคและมารยาทในการขับขี่ เป็นต้น อันเป็นการส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมมีความรู้ความสามารถสำหรับการขับขี่อย่างปลอดภัยตามกฎหมายจราจรของประเทศไทย

1.1 วัตถุประสงค์

1.1.1 เพื่อศึกษาผลการถ่ายทอดความรู้ด้านการขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคล และรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลอย่างปลอดภัย

1.1.2 เพื่อสำรวจความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้ด้านการขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคล และรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลอย่างปลอดภัย

2. วิธีการศึกษา

2.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

2.1.1 ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี จำนวน 1,756 คน (The Office of Academic Promotion and Registration, 2016)

2.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเข้ารับการถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับเคลื่อนอย่างปลอดภัย โดยคณะผู้วิจัยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 80 คน

2.2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อถ่ายทอดความรู้ และสำรวจความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้ด้านการขับเคลื่อนอย่างปลอดภัยส่วนบุคคลและรถยนต์ส่วนบุคคลอย่างปลอดภัย คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

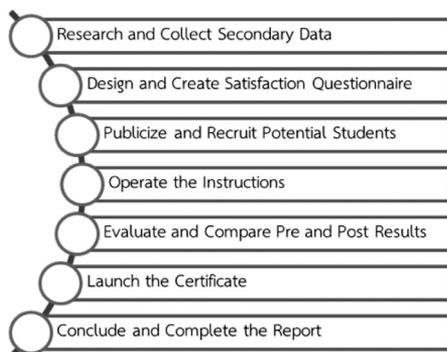


Figure 1 Research Methodology

จากแผนภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัยของการถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับเคลื่อนอย่างปลอดภัย 7 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา และรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการศึกษาข้อมูล 3 ประเด็นหลัก คือ ประเด็นแรก คือ การผลิตบัณฑิตให้ตรงความต้องการของตลาดแรงงานด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ (ออกนิเทศนักศึกษาสหกิจศึกษา) ศึกษาข้อมูลคุณสมบัติของผู้สมัครงานจากเว็บไซต์รับสมัครงาน ประเด็นที่สอง คือ ศึกษาหนังสือ วารสารวิจัยและวิชาการ เอกสารการอบรมการขอใบอนุญาตใบขับขี่รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลและรถยนต์ส่วนบุคคล และเว็บไซต์กรมการขนส่งทางบก ประเด็นสุดท้าย คือ ศึกษาหนังสือ วารสารวิจัย เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการสำรวจความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ออกมากำหนดประเด็นสำคัญของการสำรวจความพึงพอใจให้ครอบคลุมเนื้อหาการถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับเคลื่อนอย่างปลอดภัย

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบ และสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ

เมื่อคณะผู้วิจัยดำเนินการศึกษาข้อมูลการออกแบบแบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อนำมาสร้างเป็นร่างแบบสอบถามความพึงพอใจ จากนั้นนำร่างดังกล่าวจัดส่งที่ปรึกษาการวิจัย เพื่อทำการขอคำชี้แนะการปรับปรุงแบบสอบถาม เมื่อได้คำชี้แนะจากที่ปรึกษาจึงทำการแก้ไข และจัดพิมพ์ต้นฉบับแบบสอบถามความพึงพอใจให้มีประเด็นสำคัญของการสำรวจความพึงพอใจให้ครอบคลุมเนื้อหาการถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับเคลื่อนอย่างปลอดภัย ซึ่งเป็นแบบสอบถามประเภทปลายปิดจะประกอบด้วยคำถามที่มีรูปลักษณะตัวเลือก (Khongsawatkiat, 2009) โดยประเด็นคำถามสำคัญของการสำรวจความพึงพอใจฯ ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก 8 ประเด็นรอง (Table 3)

ขั้นตอนที่ 3 การประชาสัมพันธ์ และการรับสมัครนักศึกษา

จากขั้นตอนที่ 1 และ 2 ทำให้คณะผู้วิจัยมีความพร้อมในการถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับเคลื่อนอย่างปลอดภัย จึงได้ทำการประชาสัมพันธ์ และเปิดรับสมัครนักศึกษาที่มีความต้องการเสริมสร้างศักยภาพ

ด้านการขับขี่รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล และรถยนต์ส่วนบุคคล เพื่อนำไปเป็นหนังสือรับรองการขอสอบภาคทฤษฎีกับสำนักงานขนส่งจังหวัด โดยทำการประชาสัมพันธ์ และการรับสมัครนักศึกษาเป็นระยะเวลา 1 เดือน

ขั้นตอนที่ 4 ดำเนินการถ่ายทอดความรู้

คณะผู้วิจัยดำเนินการจัดเตรียมเอกสาร สื่อนำเสนอ สถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ อาหารกลางวัน อาหารว่าง (เช้าและบ่าย) สำหรับการถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับขี่อย่างปลอดภัยในวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี ซึ่งก่อนการถ่ายทอดความรู้ฯ ทางคณะผู้วิจัยแจกแบบทดสอบแก่นักศึกษา เพื่อวัดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับขี่อย่างปลอดภัย โดยแบบทดสอบก่อนการถ่ายทอดความรู้ฯ มีจำนวน 50 ข้อ เท่ากับ 50 คะแนน ระยะเวลาทำแบบทดสอบ 30 นาที ต่อจากนั้นคณะผู้วิจัยทำการถ่ายทอดความรู้ฯ แก่นักศึกษา ซึ่งประกอบด้วยวิธีการขอ คุณสมบัติของผู้ขอรับใบอนุญาตขับขี่ในประเทศไทย การเตรียมความพร้อมก่อนขับขี่ สัญญาณและเครื่องหมายจราจร การขับขี่ตามกฎหมายจราจร เทคนิคและมารยาทในการขับขี่ และสุดท้ายหลังการถ่ายทอดความรู้ฯ ให้นักศึกษาทำการวัดความรู้จำนวน 50 ข้อ เท่ากับ 50 คะแนน ระยะเวลาทำแบบทดสอบ 30 นาที ซึ่งแบบทดสอบก่อนและหลังมีลักษณะเหมือนกัน

ขั้นตอนที่ 5 ประเมิน และเปรียบเทียบผลคะแนน

การประเมินแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ประเมินผลคะแนนก่อนและหลังการถ่ายทอดความรู้ฯ คือ เมื่อทำการวัดความรู้แก่นักศึกษาทั้งก่อนและหลังการถ่ายทอดความรู้ฯ จะทำการตรวจสอบวัดผลคะแนนฯ ด้วยมือตามคู่มือการเฉลย และเปรียบเทียบผลคะแนนก่อนและหลังการถ่ายทอดความรู้ฯ ส่วนที่สอง คือ การประเมินความพึงพอใจการถ่ายทอดความรู้ฯ สำหรับเสริมสร้างศักยภาพการขับขี่อย่างปลอดภัย คณะผู้วิจัยทำการชี้แจงแบบประเมินฯ แก่นักศึกษา จากนั้นทำการแจกแบบสอบถามเพื่อให้นักศึกษาทำการประเมิน หลังจากให้นักศึกษาทำการประเมินเสร็จสิ้น คณะผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมผลการประเมินแล้วนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

ขั้นตอนที่ 6 ออกหนังสือรับรองผ่านการถ่ายทอดความรู้ด้านการขับขี่อย่างปลอดภัย

หลังเสร็จสิ้นขั้นตอนที่ 4 และ 5 คณะผู้วิจัยทำการตรวจสอบเอกสารลงรายชื่อ ระยะเวลาเข้ารับการถ่ายทอดความรู้ฯ ผลคะแนนก่อนและหลังการถ่ายทอดความรู้ฯ และเอกสารสำเนาบัตรประชาชนของนักศึกษา ประกอบกับหนังสือรับรองผ่านการถ่ายทอดความรู้ฯ ซึ่งนักศึกษาที่ได้รับหนังสือรับรองผ่านการถ่ายทอดความรู้ฯ จะต้องเข้ารับการถ่ายทอดความรู้ฯ จำนวน 5 ชั่วโมง ผลคะแนนหลังการถ่ายทอดความรู้ฯ ได้มากกว่าหรือเท่ากับ 30 คะแนน เมื่อผู้วิจัยทำการตรวจสอบในขั้นตอนนี้เป็นที่เรียบร้อยแล้วดำเนินการประสานงานกับผู้ได้รับอนุญาตการอบรมการขับขี่ปลอดภัย เพื่อดำเนินการออกหนังสือรับรองผ่านการถ่ายทอดความรู้ฯ แก่นักศึกษาต่อไป

ขั้นตอนที่ 7 สรุปผล และจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

คณะผู้วิจัยทำการสรุปผลการการถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับขี่อย่างปลอดภัย และจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำเสนอต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.3.1 แบบทดสอบความรู้ก่อน และหลัง การเข้าร่วมเสริมสร้างศักยภาพของผู้เข้ารับการถ่ายทอดความรู้ด้านการขับขี่อย่างปลอดภัย

2.3.2 แบบสำรวจความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับขี่อย่างปลอดภัย

2.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.4.1 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับขี่อย่างปลอดภัย เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าแบ่งระดับความคิดออกเป็น 5 ระดับ คือ (Chancharor, 2000)

ระดับคะแนนเท่ากับ 5 คือ ความคิดเห็นดีมาก

ระดับคะแนนเท่ากับ 4 คือ ความคิดเห็นดี

ระดับคะแนนเท่ากับ 3 คือ ความคิดเห็นปานกลาง

ระดับคะแนนเท่ากับ 2 คือ ความคิดเห็นน้อย

ระดับคะแนนเท่ากับ 1 คือ ความคิดเห็นน้อยที่สุด

และเกณฑ์ประเมินความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับขี้อย่างปลอดภัย จัดระดับค่าเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ คือ (Chanchalor, 2000)

ระดับคะแนนเท่ากับ 4.50-5.00 คือ ความคิดเห็นดีมาก

ระดับคะแนนเท่ากับ 3.50-4.49 คือ ความคิดเห็นดี

ระดับคะแนนเท่ากับ 2.50-3.49 คือ ความคิดเห็นปานกลาง

ระดับคะแนนเท่ากับ 1.50-2.49 คือ ความคิดเห็นน้อย

ระดับคะแนนเท่ากับ 1.00-1.49 คือ ความคิดเห็นน้อยที่สุด

2.4.2 การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าเฉลี่ยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้ (Silpjaru, 2006)

$$\text{สูตร } \bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ \bar{X} = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

$\sum X$ = ผลรวมของคะแนน

N = จำนวนผู้เข้ารับการถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับขี้อย่างปลอดภัย

2.4.3 การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (Silpjaru, 2006)

$$\text{สูตร } S.D. = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{(N-1)}}$$

เมื่อ $S.D.$ = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

N = จำนวนครั้งในการประเมิน

X = ค่าคะแนนในการประเมินแต่ละครั้ง

\bar{X} = ค่าเฉลี่ยในการประเมินทั้งหมด

3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

การเสริมสร้างศักยภาพด้านการขับขี้อย่างปลอดภัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการถ่ายทอดความรู้ และเพื่อสำรวจความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้ด้านการขับขี้อย่างปลอดภัย ส่วนบุคคลและรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลอย่างปลอดภัย มีผลการศึกษา ดังนี้

3.1 ผลการทดสอบความรู้ด้านการขับขี้อย่างปลอดภัยก่อน และหลังถ่ายทอดความรู้สำหรับเสริมสร้างศักยภาพการขับขี้อย่างปลอดภัย

Table 2 The results of pre and post tests of ability development for safe driving's instruction.

The results of pre and post tests	N	\bar{X}	$S.D.$
Pre-test	80	23.98	7.68
Post-test	80	43.64	8.24

จาก Table 2 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน พบว่าการทดสอบความรู้สำหรับเสริมสร้างศักยภาพการขับขี้อย่างปลอดภัยจำนวน 50 ข้อ 50 คะแนน ก่อนได้รับการถ่ายทอดความรู้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 23.98 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 7.68 คิดเป็นร้อยละ 47.96 ซึ่งเป็นคะแนนที่ไม่ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 60 และหลังได้รับการถ่ายทอดความรู้ จำนวน 50 ข้อ 50 คะแนน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 43.64 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 8.24 คิดเป็นร้อยละ 87.28 ซึ่งเป็นคะแนนที่ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 60

3.2 การสำรวจความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้สำหรับเสริมสร้างศักยภาพการขับขี้อย่างปลอดภัย

หลังจากทำการถ่ายทอดความรู้สำหรับเสริมสร้างศักยภาพการขับขี้อย่างปลอดภัยคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้ารับการถ่ายทอดความรู้สำหรับเสริมสร้างศักยภาพการขับขี้อย่างปลอดภัย โดยมีผลการสำรวจแสดงใน table 3 ดังนี้

Table 3 The results of satisfaction in the instruction of the ability development for safe driving's instruction

Evaluation list	Overall	\bar{X}	S.D.	Level
1. Conveying method				
1.1 Method and presentation performances	363	4.54	0.59	Very good
1.2 Clear content and understandable	360	4.50	0.60	Very good
1.3 Availability for coordination and questions	361	4.51	0.60	Very good
2. Facilities				
2.1 Appropriate venue	335	4.19	0.76	Good
2.2 Appropriate operational period	318	3.98	0.84	Good
2.3 Appropriate media and papers	330	4.13	0.70	Good
3. Uses				
3.1 Available knowledge from the instruction for daily life	362	4.53	0.59	Very good
3.2 Available knowledge from the instruction for driving or riding license	359	4.49	0.60	Good
Average Total Score		4.36	0.66	Good

จาก Table 3 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน พบว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการถ่ายทอดความรู้ของขั้นตอนและรูปแบบนำเสนอการถ่ายทอดความรู้ ($\bar{X} = 4.54$, $S.D. = 0.59$) ระดับความพึงพอใจลำดับที่สอง ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ($\bar{X} = 4.53$, $S.D. = 0.59$) และระดับความพึงพอใจลำดับสุดท้าย ด้านกระบวนการถ่ายทอดความรู้ในการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม และการซักถาม ($\bar{X} = 4.51$, $S.D. = 0.60$)

3.3 การอภิปรายผล

3.3.1 การถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับขี้อย่างปลอดภัย

มีผลทำให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้ และความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น โดยวัดได้จากแบบทดสอบหลังการถ่ายทอดความรู้ฯ ด้วยการอบรมเชิงปฏิบัติการ และการยกตัวอย่างกรณีศึกษามีผลทำให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีทักษะพร้อมทั้งความเชื่อมั่นในตัวเองขณะขับขีร์ถยนต์ส่วนบุคคล และรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล เนื่องจากเป็นสื่อที่เชื่อมโยงจากทฤษฎี หรือ พ.ร.บ. การขนส่งทางบก ที่เป็นภาษาทางกฎหมาย ซึ่งนักศึกษากลุ่มตัวอย่างไม่เข้าใจหรือเข้าใจยากปรับมาเป็นกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงในสถานการณ์ปัจจุบันให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเข้าใจง่ายและนำไปใช้จริงในชีวิตประจำวัน (Mulpong, 2010) ที่ได้กล่าวว่า แนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ คือ ควรมีการจัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้ด้านกฎหมายจราจรแก่นักศึกษาหรือประชาชนทั่วไปที่ใช้ยานพาหนะในการเดินทาง ส่งเสริมให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายขับรถอย่างถูกวิธี มีความรู้ด้านยานพาหนะ รวมทั้งการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการจัดกิจกรรม

3.3.2 การสำรวจความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้สำหรับเสริมสร้างศักยภาพการขับขี้อย่างปลอดภัยเมื่อพิจารณาทางด้าน ดังต่อไปนี้

1) ด้านกระบวนการถ่ายทอดความรู้ มีผลการสำรวจความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้ด้านการเสริมสร้างศักยภาพการขับขี้อย่างปลอดภัยจากกลุ่มตัวอย่างระดับที่ดีมาก เนื่องจากคณะผู้วิจัยได้ทำการถ่ายทอดความรู้ฯ อย่างเป็นขั้นตอน โดยจากอธิบายจากจุดเริ่มต้นวิธีการขอใบอนุญาตขับขี่ในประเทศไทย คุณสมบัติของผู้ขอรับใบอนุญาตขับขี่ในประเทศไทย การเตรียมความพร้อมก่อนขับขี่ สัญญาณและเครื่องหมายจราจร การขับขี่ตามกฎหมายจราจร เทคนิคและมารยาทในการขับขี้อย่างเป็นระบบ และรูปแบบนำเสนอการถ่ายทอดความรู้ในรูปแบบกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงในสถานการณ์ปัจจุบันที่นักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจ พร้อมทั้งมีการกระตุ้นการถามตอบข้อคำถามต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาการถ่ายทอดความรู้ฯ และเน้นการสร้างบรรยากาศที่สนุกสนานสอดแทรกมุขตลกต่าง ๆ หมวด 4 แนวทางจัดการศึกษา มาตรา 24 การจัดการกระบวนการเรียนรู้ให้สถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดการเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจ และความถนัดของผู้เรียน โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ฝึกทักษะกระบวนการคิดการจัดการ การเผชิญสถานการณ์จริง ฝึกปฏิบัติให้ทำได้ คิดเป็น และเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีผลการสำรวจความพึงพอใจในด้านนี้อยู่ในระดับดี เนื่องจากการเลือกใช้สถานที่สำหรับการถ่ายทอดความรู้ฯ เป็นห้องขนาดใหญ่ ติดเครื่องปรับอากาศหลายตำแหน่งภายในห้อง ทำให้อากาศเย็นสบาย และไม่แออัด แต่เมื่อระยะเวลาการถ่ายทอดความรู้ฯ ผ่านไปเป็นระยะเวลานาน ๆ อากาศเริ่มหนาวจัดทำให้ต้องปิดเครื่องปรับอากาศบางตัว เมื่อปิดเครื่องปรับอากาศบางตัวทำให้อากาศร้อน และไม่สบายตัว ส่วนความเหมาะสมด้านระยะเวลาในการจัดการบริหารเวลาการถ่ายทอดความรู้ฯ ได้มีแบ่งช่วงเวลาทั้งหมด 6 ช่วง คือ การทดสอบความรู้ก่อนการถ่ายทอดความรู้ฯ พักรับประทานอาหารว่างช่วงเช้า การถ่ายทอดความรู้ช่วงที่ 1 พักรับประทานอาหารกลางวัน การถ่ายทอดความรู้ช่วงที่ 2 พักรับประทานอาหารว่างช่วงบ่าย และการทดสอบความรู้หลังการถ่ายทอดความรู้ฯ ซึ่งทางคณะผู้วิจัยเป็นผู้ดูแลจัดหาอาหารว่างช่วงเช้าและช่วงบ่ายและอาหารกลางวันไว้รับรองนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง และการแบ่งช่วงเวลาส่งผลต่อความรู้สึกผ่อนคลาย ไม่เคร่งเครียดของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง ส่วนความเหมาะสมของสื่อเอกสาร และอุปกรณ์การนำเสนอมีความพร้อมและเหมาะสม เนื่องจากมีเครื่องขยายเสียงที่สามารถปรับระดับเสียงได้เหมาะสม ผู้ถ่ายทอดมีการบรรยายด้วยคำที่สุภาพ น้ำเสียงที่มีการปลุกเร้าอารมณ์นักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างเป็นช่วง ๆ ทำให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างสภาวะอารมณ์ตื่นเต้นตามกรณีศึกษาตัวอย่าง เครื่องฉายภาพ (Project) และรับภาพขยายใหญ่ ทำให้เห็นภาพต่าง ๆ รวมทั้งสื่อการนำเสนอ (Power Point) ได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ

3) ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ มีผลสำรวจความพึงพอใจด้านนี้อยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากองค์ประกอบของเนื้อหาการถ่ายทอดความรู้ฯ ได้มุ่งเน้นข้อปฏิบัติตาม พ.ร.บ. จราจรทางบก อาทิเช่น สัญญาณป้ายจราจร ลักษณะการใช้รถในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ (ฝนตก, มีอุบัติเหตุในทางข้างหน้า) การปฏิบัติตนเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือพบเห็นผู้ได้รับอุบัติเหตุบนท้องถนน วิธีการบังคับทิศทางรถฯ เป็นต้น ซึ่งเป็นการชี้แนะแนวทางประโยชน์ หรือผลลัพธ์ที่ดีหากปฏิบัติ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างปฏิบัติตามการถ่ายทอดความรู้ฯ ในชีวิตประจำวันสำหรับการเดินทางของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง ต้องใช้ยานพาหนะรถยนต์ส่วนบุคคลหรือและรถจักรยานยนต์ทุก ๆ วัน ทำให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้จริง เพื่อขับขีรถยนต์ส่วนบุคคลหรือรถจักรยานยนต์ส่วนบุคคลที่ปลอดภัย ป้องกันอุบัติเหตุ หรือปฏิบัติตามกฎจราจรที่ถูกต้อง (Ratanavaraha, 2009) การรับรู้ประโยชน์ของการขับขี้อย่างปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการขับขี้อัจฉริยะยานยนต์ (Griffin and Neal, 2000) การที่บุคคลอยู่ในบรรยากาศความปลอดภัย (Safety Climate) ที่เอื้อต่อการส่งเสริมให้เกิดความรู้และทักษะด้านความปลอดภัยจะช่วยจูงใจให้บุคคลปฏิบัติพฤติกรรมความปลอดภัยได้ง่ายขึ้น และปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ นโยบายส่งเสริมความปลอดภัย การมีประกาศป้ายเตือนต่าง ๆ กฎระเบียบข้อบังคับ

4. สรุป และข้อเสนอแนะ

4.1 สรุป

จากการวิจัยผลการเสริมสร้างศักยภาพด้านการขับขี้อย่างปลอดภัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี พบว่า

4.1.1 การถ่ายทอดความรู้ด้านการขับเคลื่อนต้นแบบบุคคล และรณรงค์รณรงค์ส่วนบุคคลอย่างปลอดภัย

การถ่ายทอดความรู้ด้านการขับเคลื่อนต้นแบบบุคคล และรณรงค์รณรงค์ส่วนบุคคลอย่างปลอดภัยให้กับนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน จำนวน 5 ชั่วโมง ส่งผลให้นักศึกษามีความรู้ และความเข้าใจด้านการขับเคลื่อนต้นแบบบุคคลเพิ่มขึ้นทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 โดยวัดได้จากการแบบทดสอบก่อนและหลังการถ่ายทอดความรู้

4.1.2 การสำรวจความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้ด้านการขับเคลื่อนต้นแบบบุคคล และรณรงค์ส่วนบุคคลอย่างปลอดภัย

นักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้ด้านการขับเคลื่อนต้นแบบบุคคล และรณรงค์ส่วนบุคคลอย่างปลอดภัย โดยภาพรวมในระดับดี ซึ่งในแต่ละด้านประกอบด้วยประเด็นหลัก 3 ด้าน และประเด็นย่อย 8 ข้อ

4.1.2.1 ด้านกระบวนการถ่ายทอดความรู้

ประเด็นหลักด้านกระบวนการถ่ายทอดความรู้ โดยภาพรวมในระดับดีมาก ซึ่งประกอบด้วยประเด็นย่อย 3 ข้อ ได้แก่

- 1) ขั้นตอน และรูปแบบนำเสนอการถ่ายทอดความรู้ อยู่ในระดับดีมาก
- 2) เนื้อหาการนำเสนอมีความชัดเจน และเข้าใจง่าย อยู่ในระดับดีมาก
- 3) เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม และการซักถาม อยู่ในระดับดีมาก

4.1.2.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ประเด็นหลักด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมในระดับดี ซึ่งประกอบด้วยประเด็นย่อย 3 ข้อ ได้แก่

- 1) ความเหมาะสมของสถานที่ อยู่ในระดับดี
- 2) ระยะเวลาในการดำเนินการเหมาะสม อยู่ในระดับดี
- 3) ความเหมาะสมของสื่อ เอกสาร และอุปกรณ์การนำเสนอ อยู่ในระดับดี

4.1.2.3 ด้านการนำไปใช้ประโยชน์

ประเด็นหลักด้านการนำไปใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับดีมาก

- 1) การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน อยู่ในระดับดีมาก
- 2) สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เพื่อขับเคลื่อนต้นแบบบุคคล หรือรณรงค์รณรงค์ส่วนบุคคล

ส่วนบุคคล อยู่ในระดับดี

4.2 ข้อเสนอแนะ**4.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคำหรับครั้งนี้**

คณะผู้วิจัยควรทำการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ส่วนตัวของคุณผู้วิจัย Facebook Fanpage ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี เพื่อเพิ่มจำนวนนักศึกษาที่เข้ารับการถ่ายทอดความรู้

4.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

คณะผู้วิจัยขอเพิ่มงบประมาณสนับสนุนการถ่ายทอดความรู้สำหรับเสริมสร้างศักยภาพการขับเคลื่อนต้นแบบบุคคลด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ด้วยการซื้อโฆษณาผ่าน Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนนักศึกษาที่เข้ารับการถ่ายทอดความรู้

5. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี สำหรับการอนุเคราะห์บุคลากร สถานที่และอุปกรณ์การจัดการถ่ายทอดความรู้ ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุลในการอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน สุดท้ายนี้ขอขอบใจนักศึกษากลุ่มตัวอย่างทุกท่านในการเข้าร่วมการถ่ายทอดความรู้ครั้งนี้

6. เอกสารอ้างอิง

- Chanchalor, S. 2000. **Measurement and Evaluation**. Bangkok: Bangkok Supplementary Media Center. (In Thai)
- Kaewplung, P., Shukaew, N. 2017. **Logistics and Supply Chain Management** : Chiangmai: Maejo University Press. (In Thai)
- Kasikorn Research Center. 2017. **E-commerce Logistics**. https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/E-Commerce_Logistic.pdf. Accessed 24 September 2018. (In Thai)
- Khongsawatkiat, K. et al. 2009. **Business Research Method**. Bangkok: Pearson Education Indochina. (In Thai)
- Mulpong, M. 2010. **A Model to Promote Safe Motorcycle Riding for The Youth of Thailand and Lao PDR**. Ph.D. Thesis. Department of Regional Development Strategies, Loei Rajabhat University, Loei. (In Thai)
- Ratanavaraha V. 2009. **Factors Affecting Motorcycle Helmet Use: Using Structural Equation Modeling (SEM) for The Theory of The Health Belief Model in Urban and Rural Area**. Faculty of Engineering, Suranaree University of Technology. (In Thai)
- Silpjaru, T. 2006. **Statistical Research and Analysis by SPSS**. (5th Publication). Bangkok: V Inter Print. (In Thai)
- The Department of ASEAN Affairs. 2018. **50 Years of Thailand in ASEAN**. Bangkok: Tammachart. (In Thai)
- The National Primary Education. 1999. **Guidelines on Operations, Promotion of Reading Habits in School**. Office of the National Primary Education: Bangkok. (In Thai)
- The Office of Academic Promotion and Registration. 2016. **Statistic of Students in 2016**. The University of Rajamangala University of Technology Tawan-Ok. <http://academic.rmutto.ac.th/?p=526>. Accessed 16 October 2016. (In Thai)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี

Factor Influence on the Consumers' Purchase Decision of

Motor Insurances in Chonburi

ชัยวัฒน์ หฤทัยพันธ์ และ วรพล แจ่มสวัสดิ์

Chaiwat Haruethaipun and Vorrapol Jamsarwat

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

E-mail: chaiwat_ha@mutto.ac.th

Received 15/12/2562

Accepted 30/04/2563

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์รวมไปถึงเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี และนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาด กลุ่มตัวอย่างการวิจัยได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อประกันภัยรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยและทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยวิธี IOC ตัวแปรอิสระคือ ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล ตัวแปรตามคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) และทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ในกรณีที่พบความแตกต่างของปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เรียงตามลำดับ มากที่สุด มาก และปานกลาง ในปัจจัยดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลจากการทดสอบสมมติฐานระหว่างข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P \leq 0.05$) พบว่า 1. เพศที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน 2. อายุที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกายภาพที่แตกต่างกัน 3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน 4. สถานภาพที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านกายภาพที่แตกต่างกัน และ 5. อาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ ประกันภัยรถยนต์ จังหวัดชลบุรี

Abstract

This research aims at explaining which personal characteristics information and marketing mix factors (7Ps) in the decision-making process of buying a motor insurance in Chonburi, including comparing the differences of personal characteristics information with marketing mix factors and use the research results to develop marketing strategies. For the research, a sample size of 400 people were questioned. Use questionnaires as a research tool. The independent variables were personal characteristics information. The dependent variable was consumer marketing mix factor (7Ps). The

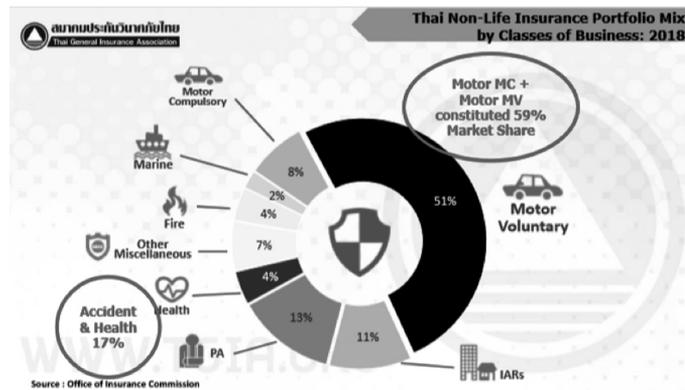
statistical analysis includes percentage, mean, standard deviation Analysis of variance (One-Way ANOVA) and pair testing using the Scheffe method. In the event that there are differences in relevant factors The instrument quality was verified by Item Objective Congruence (IOC) method. Statistical software was used. The results revealed that most respondents were male with an age range between 31-40 years having marital status, a bachelor degree and working for private companies with an average income between 15,001 to 30,000 THB/month. Respondents gave importance to marketing mix factors (7Ps) in ranking the highest, high, and moderate factors respectively. Process factors, Product factors, Price factor, Marketing promotion factors Personnel factors Physical factors, and the factors of distribution channels overall, are the average of high level. The results of the hypothesis testing between personal characteristics information and marketing mix factors (7Ps) are at the statistical significance level 0.05 ($P \leq 0.05$). It is found that 1. The different genders have different opinions in 3 factors, in that, price rate of insurance, the sale channels, and sale promotion. 2. Different ages have different opinions in 2 factors, in that, the sale channels, and physical factor. 3. Different educational backgrounds have different opinion in 2 factors, in that, the sale channels, and sale promotion. 4. Different status has different opinion in only physical factor, and 5. Different careers have different opinion in buying insurance products.

Keywords: Purchase Decisions, Motor Insurances, Chonburi

1. บทนำ

การประกันภัยเริ่มมีความสำคัญ และมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนในปัจจุบันอยู่ในช่วงของแผนพัฒนาการประกันภัยฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2559-2563) ซึ่งได้กำหนดเป้าหมายหลักที่ต้องการมุ่งเน้นให้ “ระบบประกันภัยไทยเติบโตอย่างยั่งยืน และได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากประชาชน” โดยคาดหวังให้ระบบประกันภัยมีความมั่นคง มีการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันได้ในตลาดเสรี ประชาชนมีความรู้ตระหนักถึงความสำคัญของการประกันภัยสามารถใช้ประโยชน์จากการประกันภัยได้อย่างเหมาะสม ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์หลัก 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมประกันภัยเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทประกันภัยมีความมั่นคง แข็งแรงทางการเงิน มีการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับไว้วางใจของประชาชน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างความรู้ การเข้าถึงการประกันภัยเพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ ตระหนักถึงความสำคัญของการประกันภัย ได้ใช้ประกันภัยเป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงให้กับชีวิต และทรัพย์สิน ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการแข่งขันเพื่อให้บริษัทประกันภัยมีขีดความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านการประกันภัยเพื่อให้ระบบประกันภัยมีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจประกันภัย (คปภ. 2559., แผนพัฒนาการประกันภัยฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2559 - 2563)) จากแผนพัฒนาการประกันภัยดังกล่าวนี้ จึงมีความพยายามจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้ร่วมกันดำเนินการให้เป็นไปในทิศทางที่วางไว้ตามยุทธศาสตร์เพื่อให้เกิดประโยชน์โดยรวมต่อธุรกิจประกันภัยทั้งหมด จากแนวโน้มของธุรกิจประกันภัยในปี 2563 โดยเฉพาะธุรกิจประกันวินาศภัยในช่วงของการปรับเข้าสู่วิถีชีวิตยุคใหม่ (New Normal) ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่ได้รับอานิสงส์จากประกันโควิด-19 มากกว่าบริษัทประกันชีวิตโดยสัดส่วนเบี้ยรับจากกรมธรรม์ประกันโควิด-19 สูงถึง 3,551,760,137 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.46 ของเบี้ยรับรวมในธุรกิจประกันวินาศภัยปี 2562 ที่มียอดทั้งสิ้น 244,062 ล้านบาท แต่อย่างไรก็ตาม หากมองในภาพรวมของธุรกิจประกันวินาศภัยพบว่า เบี้ยประกันภัยโดยรวมยังคงได้รับผลกระทบจากภาวะทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ทั้งประกันภัยการเดินทาง ประกันภัยการขนส่งสินค้าทั้งนำเข้าและส่งออก ประกันภัยทางธุรกิจ (อาทิ ประกันวิศวกรรมและอากาศยาน) รวมถึงยอดขายรถยนต์ใหม่ที่ลดลงอาจส่งผลกระทบต่อภาพรวมของการประกันภัย

รถยนต์ที่ลดลงด้วยเช่นกัน ดังนั้นภาพรวมแนวโน้มเบี้ยประกันภัยรับตรงรวมของบริษัทประกันวินาศภัยปี พ.ศ. 2563 อาจเติบโตลดลงมาที่ร้อยละ 0-2 จากร้อยละ 5.2 ในปี 2562 เนื่องจากการชะลอตัวของกาารรับประกันภัยในทุกประเภทหลัก ๆ นั่นเอง



ที่มา : ข้อมูลสถิติของสมาคมประกันวินาศภัยไทย

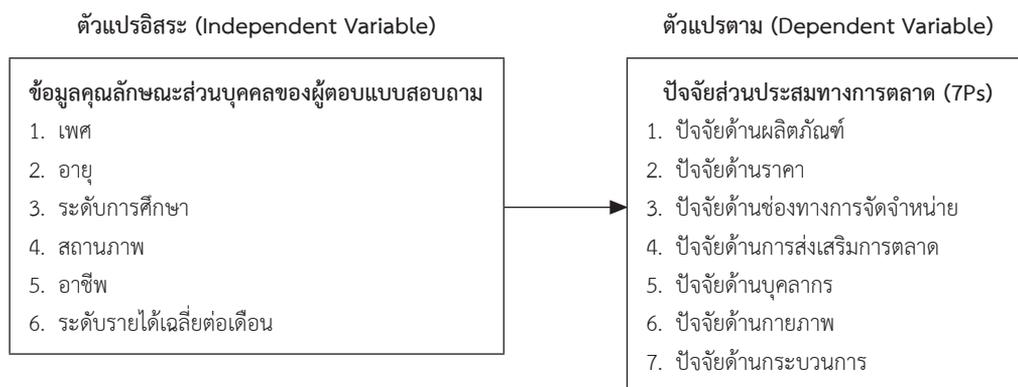
ภาพที่ 1 จำแนกตามประเภทของการรับประกันวินาศภัย

จากภาพที่ 1 พบว่าการประกันภัยรถยนต์ (Motor Insurance) ถือเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของการประกันวินาศภัย ซึ่งทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบันการเดินทางโดยรถยนต์มีความสำคัญต่อประชาชนเป็นจำนวนมาก การเดินทางบนท้องถนนมีความเสี่ยงภัย เช่น อุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ยานพาหนะในการเดินทางซึ่งถ้าเกิดขึ้นก็จะนำไปสู่การบาดเจ็บหรืออาจร้ายแรงไปถึงขั้นการสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินได้ ดังนั้น การป้องกันหรือลดความเสี่ยงภัยจากอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้น ถือเป็นสิ่งสำคัญในธุรกิจประกันภัยมีการแข่งขันอย่างรุนแรง ดังนั้น การอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ให้เหมาะสมกับช่วงเวลาจะเกิดการได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน หนึ่งในกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญคือ การส่งเสริมการขายเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญ การมีช่องทางกาารจัดจำหน่ายที่สะดวกมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย ถือได้ว่าเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อประกันภัย การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ และการดำเนินงานทางการตลาด รวมไปถึงการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อประกันภัยรถยนต์ก็เป็นส่วนสำคัญจากที่กล่าวมาข้างต้น ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แสดงถึงคุณลักษณะของประชากรอาจส่งผลต่อการกำหนดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจประกันภัย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี” ผลการวิจัยยังจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานหรือภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลไปใช้เป็นแนวทางการปรับกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม ทั้งนี้ยังเป็นประโยชน์สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจประกันภัยรถยนต์สามารถใช้ข้อมูลที่ได้นำมาเทียบเคียงเพื่อพัฒนาธุรกิจต่อไป

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี
3. เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจประกันภัยรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี

1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.3 สมมติฐานในการวิจัย

ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่แตกต่างกัน

1.4 การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ของ ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) (ศิริวรรณ, 2552) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ว่ามี (1) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าและบริการอันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลัก และผลิตภัณฑ์เสริม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการเพื่อการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (2) ราคา (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การที่จะส่งมอบบริการให้กับลูกค้าเมื่อไหร่ และต้องใช้เวลาในการที่จะส่งมอบบริการเท่าไร และเกิดขึ้นสถานที่ใด และส่งมอบอย่างไร (4) การส่งเสริมการตลาดเป็นกิจกรรมด้านการออกแบบสิ่งจูงใจ และการสื่อสารด้านการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า (5) บุคลากรต้องใช้ความพยายามในการวางแผนทั้งด้านกำลังคน การสรรหา การคัดเลือก บุคลากรและการฝึกอบรมพัฒนา และต้องสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด (6) หลักฐานทางกายภาพคือ สถานที่และสิ่งแวดล้อมรวมถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สามารถจับต้องได้ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่อผู้ปฏิบัติงาน และลูกค้าที่มาใช้บริการ (7) กระบวนการเป็นวิธีการทำงานสร้าง และส่งมอบผลิตภัณฑ์โดยต้องอาศัยการออกแบบ และปฏิบัติให้ได้ตามกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมายในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิด และความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึง และมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกันโดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้ 1. เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนี้ด้วย นอกจากนี้ เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรม และสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน 2. อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด และพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยมยึดถือการปฏิบัติระมัดระวังมองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสาร

หนัก ๆ มากกว่าความบันเทิง 3. การศึกษาเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทักษะคิดและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดีแต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อยมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลามากกว่าจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น 4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคลมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคน มีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน สรุปได้ว่า ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นและการลดลงของประชากรโครงสร้างอายุของประชากรการย้ายถิ่น รูปแบบของครอบครัว การศึกษา รายได้ เชื้อชาติ และวัฒนธรรม สรุปได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นการตลาดสามารถใช้ลักษณะร่วมบางประการของผู้บริโภคเพื่อช่วยในการอธิบายลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค และทำให้เกิดความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าได้ดี เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ และใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) (ศิริวรรณ, 2552) การใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) สำหรับธุรกิจด้านบริการประกอบด้วยปัจจัย 7 ตัว (7Ps) ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจโดยการบริโภคหรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (ศิริวรรณ, 2552) โดยความพึงพอใจนั้นอาจจะมาจากสิ่งที่สัมผัสได้และ/หรือสัมผัสไม่ได้ เช่น รูปแบบบรรจุภัณฑ์ กลิ่นสี ราคา ตราสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้ตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขายนั้นสามารถเป็นได้ทั้งในรูปแบบของการมีตัวตนและ/หรือการไม่มีตัวตนก็ได้เพียงแต่ว่าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จำเป็นต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) และมีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าซึ่งเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เหล่านั้น

2. วิธีการศึกษา

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้เทียบเคียงจากข้อมูลของผู้จดทะเบียนรถในจังหวัดชลบุรีโดยมีสถิติการเก็บข้อมูลสะสม โดยผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากกรมการขนส่งทางบก สถิติจำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนสะสม (กรมการขนส่งทางบก, 2563) ณ วันที่ 30 เมษายน 2563 เป็นฐานในการหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม พบว่า มีประชากรทั้งหมด 1,645,137 คัน โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่จดทะเบียนรถยนต์สะสมในจังหวัดชลบุรี จึงกำหนดตัวอย่างโดยการคำนวณหาขนาดของตัวอย่างตามสูตรทางสถิติของ (Yamane, 1973.)

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

โดยที่ N คือ จำนวนประชากร รถที่จดทะเบียนสะสม (Motor) ในจังหวัดชลบุรี

n คือ จำนวนตัวอย่าง

e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 0.05

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{1,645,137}{1 + 1,645,137(0.05)^2}$$

$$= 399.90 \text{ ประมาณ} = 400 \text{ ตัวอย่าง}$$

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) เพื่อเลือกตอบตามระดับการวัด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งลักษณะของคำถามเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว ใช้มาตราส่วนแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Internal Scale)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะลักษณะของคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบเครื่องมือวิจัยโดยวิธีการหาความตรง (Validity) และความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมือวิจัย ดังนี้ 1. การหาความตรง (Validity) นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา และทำการปรับปรุงแก้ไขให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2. การหาความเที่ยง (Reliability) เป็นรายข้อ (Item Analysis) โดยใช้วิธีของ Cronbach's Alpha ผลที่ได้คือ ค่า Cronbach's Alpha Coefficient ของทั้งแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.85 ซึ่งมากกว่า 0.7 สรุปว่า แบบสอบถามนี้มีความตรงและความเที่ยงดัง (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือ

ข้อความจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	ค่า α แสดง ค่าความเที่ยง
	กลุ่มทดลอง n = 30
ความเที่ยงของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.84
2. ปัจจัยด้านราคา	0.89
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.82
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.87
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	0.80
6. ปัจจัยด้านกายภาพ	0.81
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ	0.94
ความเที่ยงรวม	0.85

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างเชิงระบบจากข้อมูลสถิติผู้จดทะเบียนรถยนต์สะสมของจังหวัดชลบุรี เนื่องจากอยู่บนสมมติฐานว่า ผู้จดทะเบียนรถยนต์ทุกคนต้องจัดทำประกันภัยรถยนต์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้ที่จดทะเบียนรถยนต์กับกรมการขนส่งทางบก จังหวัดชลบุรีเท่านั้น ใช้เป็นข้อมูลเทียบเคียงแทนข้อมูลของลูกค้าจากบริษัทประกันภัยซึ่งเก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวโดยตัวแทนของผู้วิจัย และทีมงานสามารถเก็บจำนวนตัวอย่างได้ทั้งหมด 415 คน มีแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จำนวนหนึ่ง ผู้วิจัยได้ใช้ตัวอย่างในการวิจัยทั้งหมดจำนวน 400 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้มีสถิติที่ใช้วิจัย 2 ประเภท ได้แก่ 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) 1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้ค่าร้อยละ 1.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและระดับความสำคัญในการซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรีซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ ดังต่อไปนี้ 2.1 การวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent-Samples T-test) ได้แก่ ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) 2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกัน ได้แก่ ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) หากพบความแตกต่างจะทดสอบ

เป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ Scheffe เพื่อแสดงให้เห็นว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ ซึ่งผลการวิเคราะห์ดังกล่าวจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับในสมมติฐานทางเลือก (H_1) แทน และสังเกตได้จากค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05

3. ผลการวิจัย

3.1 ผลสรุปข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อประกันภัยรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 56.25 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 27.6 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 53 การศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 61.32 เป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 35.45 และมีรายได้เฉลี่ย 15,001-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 31.0 เป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลค่า
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.06	0.81	มาก
2. ปัจจัยด้านราคา	4.05	0.83	มาก
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.35	1.12	ปานกลาง
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.02	0.87	มาก
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	4.01	0.65	มาก
6. ปัจจัยด้านกายภาพ	4.00	1.02	มาก
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.25	0.78	มากที่สุด
ภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	3.96	0.87	มาก

3.2 ผลสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี (จากตารางที่ 2) สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในระดับมากที่สุด มาก และปานกลาง สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานรายย่อยที่ค่า Sig. < α (0.05) = ปฏิเสธ H_0

สมมติฐานรายย่อยที่ค่า Sig. < α (0.05) = ปฏิเสธ H_0	Sig.
1. เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา ที่แตกต่างกัน	0.000
2. เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่แตกต่างกัน	0.005
3. เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่แตกต่างกัน	0.000
4. อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่แตกต่างกัน	0.000
5. อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านกายภาพ ที่แตกต่างกัน	0.005
6. การศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่แตกต่างกัน	0.000
7. การศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่แตกต่างกัน	0.005
8. สถานภาพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านกายภาพ ที่แตกต่างกัน	0.000
9. อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกัน	0.004

3.3 ผลสรุปการเปรียบเทียบข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) จากสมมติฐานที่ว่า ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่แตกต่างกัน ประกอบไปด้วยสมมติฐานย่อยอยู่ 42 สมมติฐาน ซึ่งเปรียบเทียบข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลจำนวน 6 ตัวแปรกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) จำนวน 7 ปัจจัย เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์เป็นการ

ทดสอบสมมติฐานแบบทางเดียว นำค่า Sig มาเปรียบเทียบกับ $\alpha=0.05$ โดย Sig. $>\alpha$ =ยอมรับ H_0 แต่ถ้า Sig. $<\alpha$ =ปฏิเสธ H_0 โดยที่ในการวิจัยนี้มีสมมติฐานย่อยทั้งหมด 42 สมมติฐาน ยอมรับ H_0 จำนวน 33 สมมติฐาน และปฏิเสธ H_0 จำนวน 9 สมมติฐาน (ดังตารางที่ 3) มีผลสรุปสมมติฐานย่อยที่ปฏิเสธ H_0 จากสมมติฐานย่อยที่ใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างที่ค่า Sig. $<\alpha$ (0.05) จะทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ Scheffe ในการทดสอบหาคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบรายคู่ วิธีของ Scheffe ของอายุกับระดับความคิดเห็นต่อช่องทางการจัดจำหน่ายของประกันภัยรถยนต์

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	60 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	-	- 0.22	- 0.25	0.01	0.20	0.48
20 - 30 ปี		-	0.03	0.18	0.45	1.12*
31 - 40 ปี			-	0.19	0.56*	1.11*
41 - 50 ปี				-	0.24	0.28
51 - 60 ปี					-	0.39
60 ปีขึ้นไป						-

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยวิธีของ Scheffe ตาม (ตารางที่ 4) พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มี 3 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 อายุ 20-30 ปีกับอายุ 60 ปีขึ้นไป คู่ที่ 2 อายุ 31-40 ปีกับอายุ 51-60 ปี และคู่ที่ 3 อายุ 31-40 ปีกับอายุ 60 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ส่วนคู่ของอายุอื่นมีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบรายคู่ วิธีของ Scheffe ของอายุกับระดับความคิดเห็นทางกายภาพของการประกันภัยรถยนต์

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	60 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	-	0.25	0.02	-0.06	-0.26	0.10
20 - 30 ปี		-	-0.24	-0.33	-0.62*	-0.22
31 - 40 ปี			-	-0.02	-0.30	0.11
41 - 50 ปี				-	-0.21	0.21
51 - 60 ปี					-	0.42
60 ปีขึ้นไป						-

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยวิธีของ Scheffe ตาม (ตารางที่ 5) พบคู่ที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มี 1 คู่ คือ อายุ 20-30 ปีกับอายุ 51-60 ปี มีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ส่วนคู่ของอายุอื่นมีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 แสดงผลการทดสอบรายคู่วิธีของ Scheffe ของระดับการศึกษากับระดับความคิดเห็นต่อช่องทางการจัดจำหน่าย ประกันภัยรถยนต์

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-0.01	0.16
ปริญญาตรี		-	0.35*
สูงกว่าปริญญาตรี			-

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยวิธีของ Scheffe ตาม (ตารางที่ 6) พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มี 1 คู่ คือระดับการศึกษาปริญญาตรีกับระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ส่วนคู่ของระดับการศึกษาอื่นมีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบรายคู่วิธีของ Scheffe ของระดับการศึกษากับระดับความคิดเห็นต่อช่องทางทางการส่งเสริมการตลาดของประกันภัยรถยนต์

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-0.14	0.06
ปริญญาตรี		-	0.28*
สูงกว่าปริญญาตรี			-

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยวิธีของ Scheffe ตาม (ตารางที่ 7) พบว่า มีคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 พบว่ามี 1 คู่ คือ ระดับการศึกษาปริญญาตรีและระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ส่วนคู่ของระดับการศึกษาอื่นมีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 แสดงผลการทดสอบรายคู่วิธีของ Scheffe ของสถานภาพกับระดับความคิดเห็นทางกายภาพประกันภัยรถยนต์

สถานภาพ	โสด	สมรส	อยู่ร้าง/แยกกันอยู่
โสด	-	-0.58*	-0.20
สมรส		-	0.24
อยู่ร้าง/แยกกันอยู่			-

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยวิธีของ Scheffe ตาม (ตารางที่ 8) พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มี 1 คู่ คือ สถานภาพโสดกับสถานภาพสมรส มีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ส่วนคู่ของสถานภาพอื่นมีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 แสดงผลการทดสอบรายคู่วิธีของ Scheffe ของอาชีพกับระดับความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ของประกันภัยรถยนต์

อาชีพ	นักศึกษา	พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ	เกษตรกร	อื่น ๆ
นักศึกษา	-	-1.46*	-1.44*	-1.55*	-1.23	-1.42*
พนักงานเอกชน		-	-0.01	-0.23	0.17	0.18
ธุรกิจส่วนตัว			-	-0.24	0.20	0.12
ข้าราชการ				-	0.32	0.34
เกษตรกร					-	-0.19
อื่น ๆ						-

การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยวิธีของ Scheffe ตาม (ตารางที่ 9) พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มี 4 คู่ ดังนี้ คู่ที่ 1 อาชีพนักศึกษากับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คู่ที่ 2 อาชีพนักศึกษากับอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อิสระ คู่ที่ 3 อาชีพนักศึกษากับอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และคู่ที่ 4 อาชีพนักศึกษากับอาชีพอื่น ๆ โปรดระบุมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ส่วนคู่ของอาชีพอื่นมีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

4. อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ศึกษาและ อภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

4.1 ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงแต่มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีอายุประมาณ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรสเป็นส่วนใหญ่ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนโดยมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 15,001-30,000 บาท จากผลที่ได้อาจเป็นเพราะเป็นวัยทำงานเริ่มสร้างฐานะและตระหนักถึงความสำคัญของการทำประกันภัยรถยนต์ (ทิพย์สุภา, 2557; พัลลภา, 2558) ที่พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายโดยอาจเป็นเหตุผลมาจากช่องทางการจัดจำหน่ายและบริบททางด้านพื้นที่ซึ่งแตกต่างกัน

4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการซื้อประกันภัยรถยนต์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากเรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อกระบวนการบริหารจัดการระบบประกัน อาทิ การจัดการสินไหมทดแทน การอำนวยความสะดวกเมื่อเกิดอุบัติเหตุ การเคลม การดูแล การติดตามแก้ไขปัญหาและประสานงาน (เทิดศักดิ์, 2561) ปัจจัยด้านบุคคลมาเป็นอันดับต้นในขณะที่ปัจจัยด้านกระบวนการมาเป็นลำดับที่สองในส่วนประสมทางการตลาดอาจเป็นเพราะความแตกต่างในบริบทของพื้นที่

4.3 วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

4.3.1 เมื่อนำตัวแปรเพศไปเปรียบเทียบกับทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา พบว่า ค่า Sig.=0.000 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ค่า Sig.=0.005 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig.=0.000 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้น สรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน

4.3.2 ระดับการศึกษาเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าค่า Sig.=0.000 ดังนั้น จึงทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ผลคือ มี 1 คู่ ซึ่งขัดแย้งกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาตรี กับระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ส่วนคู่ของระดับการศึกษาอื่น ๆ มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

4.3.3 อาชีพเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าค่า Sig.=0.004 ดังนั้น จึงทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ผลคือมี 4 คู่ ที่ขัดแย้งกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ได้แก่ อาชีพนักศึกษา กับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อิสระ กับอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และกับอาชีพอื่น ๆ โปรดระบุ ซึ่งมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ส่วนคู่ของอาชีพนอกเหนือจากนี้มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน (เทิดศักดิ์, 2561)

5. เอกสารอ้างอิง

กรมการขนส่งทางบก. 2563. สถิติจำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนสะสม. สืบค้นจาก: <https://web.dlt.go.th/statistics/> ทิพย์สุภา สุวรรณอทาน. 2557. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร.

ปริญญาณิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เทิดศักดิ์ รัชชางค์. 2561. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันวินาศภัย (NON-MOTOR) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.

วารสารสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, [S.I.], v. 4, n. 1, p. 151 - 166, June 2018. ISSN 2539-5939.

สืบค้นจาก: <<http://journal.svit.ac.th/index.php/1/article/view/135>>.

พัลลภา อมาตยกุล. 2558. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2552. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงธุรกิจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.

สมาคมประกันวินาศภัยไทย. 2563. Insurance Market Trend 2020. สืบค้นจาก: file:///C:/Users/Peterfox/Downloads/download_1694%20(1).pdf

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. 2563. บทวิเคราะห์ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ต่อธุรกิจประกันภัย. สืบค้นจาก: <https://www.oic.or.th/sites/default/files/content/90774/2020-04-24-bthwiekhraah-covid.pdf>

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. 2560. ธุรกิจประกันภัย อดีต ปัจจุบัน อนาคต. สืบค้นจาก: <https://www.oic.or.th/sites/default/files/content/87697/2-thurkicchprakanphay-diiit.pdf>

Yamane, T. 1973. Statistics: and introductory analysis (3rd ed.). New York: Harper and Row Publication.

สถานการณ์และแนวทางการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

The Situations and Ways of Development for Muslim Youths in Three Southern Border Provinces

ดิเรก หมานมานะ มุฮัมหมัดรอฟีอี มุซอ และ พะเยาว์ ละกะเต็บ

Direak Manmanah, Muhammadrorfee-E Musor and Payao Lakateb

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

E-mail: direak.m@psu.ac.th โทร. 088-7621663

Received 09/10/2561

Accepted 27/04/2563

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นบทความวิจัยที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาให้เห็นสถานการณ์และแนวทางการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยใช้สังเคราะห์ความรู้จากตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การเข้าร่วมเวทีวิชาการ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตลอดจนการพูดคุยกับผู้บริหารและครูโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม จำนวน 9 คน เนื้อหาของบทความนำเสนอเป็น 3 ประเด็น ประกอบด้วย 1) สถานการณ์เยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ 2) รูปแบบของการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และ 3) แนวทางการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการศึกษามีดังนี้คือสถานการณ์ของเยาวชนมุสลิมยังน่าเป็นห่วงในหลายประเด็น เช่น ปัญหายาเสพติด การมีความสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร การไม่ประกอบศาสนกิจ การขาดความรู้ความเข้าใจในการปรับตัวในสังคมปัจจุบัน ตลอดจนการตกเป็นเครื่องมือของขบวนการก่อความไม่สงบ และแนวทางที่ควรเร่งรัด คือ 1) ส่งเสริมสนับสนุนให้เยาวชนในพื้นที่ทำกิจกรรมตามความถนัดและความต้องการอย่างเหมาะสม และส่งเสริมสนับสนุนการจัดการศึกษาทางเลือกสำหรับเยาวชน นอกจากนั้นควรส่งเสริมและให้โอกาสบุคคลที่เคยดำเนินชีวิตผิดพลาดได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม พร้อมทั้งส่งเสริมพัฒนาเยาวชนให้มีจิตอาสาและสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายเยาวชนจิตอาสาระหว่างโรงเรียนในชุมชน 2) ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชน ครอบครัว ชุมชน โดยอาศัยหลักศาสนาเป็นตัวกำกับและอยู่บนฐานของการรู้จักตัวเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคม ซึ่งต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของเยาวชนในแต่ละช่วงวัย การมีส่วนร่วมนี้จะกลายเป็นกลไกสนับสนุนการทำกิจกรรมสำหรับการสร้างทัศนคติเชิงบวก และครอบคลุมการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย

คำสำคัญ: สถานการณ์เยาวชนมุสลิม แนวทางการพัฒนาเยาวชนมุสลิม เยาวชนมุสลิม

Abstract

The aim of this study was to illuminate situations and the ways of development for Muslim youths in three southern border provinces through synthesizing the knowledge from books and relevant research papers, attending academic talk sections, interviewing specialists and discussing with Islamic private school administrators and teachers. There are three presented contents of this study: 1) the situation of Muslim youths in three southern border provinces. 2) the model of development for Muslim youths in three southern border provinces. And 3) the ways for Muslim youths development in three southern border provinces. The results of this study revealed that situations of Muslim youth were worrying in various issues such as drug addiction, having sex before the age of consent, not practicing religious activities, lacking of knowledge and understanding on adjusting their

life to live in present society and becoming a victim and puppet of insurgency in three southern border provinces. There are two primary ways of implementations needed to be accelerated. Firstly, to promote and support Muslim youths to do the suitable activities. In addition, to promote and give chances to youths who have done mistakes to change their behaviors along with raising development for them to be volunteer also push them to build volunteer connection among schools in their community. Finally, to promote participation of youths, family and community by requiring religious principles and it should be based on self awareness, family, community and society.

Keywords: situations of Muslim youth, ways of development for Muslim youth, Muslim youth

1. บทนำ

ในโลกปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อพัฒนาประเทศให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกไร้พรมแดนนั้น คุณภาพของคนมีผลต่อความสำเร็จเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะเยาวชนที่จะต้องได้รับการพัฒนาทั้งด้านร่างกาย จิตใจอารมณ์ สังคม และสติปัญญา ดังจะเห็นได้ว่าเยาวชนเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าซึ่งต้องได้รับการดูแลทุกด้าน การพัฒนาคนในสังคมต้องเริ่มจากการปลูกฝังและพัฒนาตั้งแต่วัยเยาว์ ในรูปแบบต่าง ๆ ตามกระบวนการที่เกี่ยวข้องในการขัดเกลา อบรมบ่มนิสัย และพัฒนาศักยภาพที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตให้มีทักษะที่จำเป็นสำหรับเยาวชน เพื่อให้ประพฤติและปฏิบัติตนอย่างเหมาะสมดีงาม และพร้อมเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่ดีมีคุณภาพต่อสังคม และประเทศชาติต่อไป

หากจะพิจารณาพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ อันประกอบด้วยจังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีปัญหาในลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากปัญหาในพื้นที่อื่น ๆ ประกอบด้วยปัญหาทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา โดยเฉพาะการเมือง ซึ่งเป็นประเด็นปัญหาด้านความมั่นคงของประเทศ และยังเป็นพื้นที่ปฏิบัติการก่อการร้ายของขบวนการต่าง ๆ โดยอาศัยภาษา ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม เป็นเครื่องมือยุยงปลุกปั่นและอาศัยเยาวชนเป็นกลไกในการดำเนินการ เยาวชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้จึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพและรู้เท่าทัน เพื่อป้องกันภัยจากปัญหาทางสังคมและการเมืองรอบ ๆ ตัว อีกทั้งจะได้ใช้ศักยภาพในการดำเนินชีวิตในแนวทางที่ถูกต้องและเหมาะสม

การพัฒนาเยาวชนมุสลิมสามารถมุ่งประเด็นสำคัญหลายด้าน พื้นฐานสำคัญในการพัฒนาเยาวชนโดยทั่วไปแบ่งออกเป็นขอบข่ายใหญ่ ๆ ได้แก่ ด้านสุขภาพ ด้านจิตวิญญาณ ด้านการทำงานและอาชีพ ด้านการเงิน ด้านความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ด้านครอบครัว และด้านชีวิตสังคมตลอดจนกลุ่มเพื่อน (Hakim, 1988) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าขอบข่ายพื้นฐานของการพัฒนาเยาวชนมีความเกี่ยวข้องกับบริบทต่าง ๆ ของบุคคลไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะชีวิตด้านสุขภาพ การพัฒนาทักษะชีวิตด้านส่วนบุคคลและระหว่างบุคคล การพัฒนาทักษะชีวิตในด้านการงานและการประกอบอาชีพ และการพัฒนาทักษะชีวิตด้านเพศศึกษา เป็นต้น

ยิ่งไปกว่านั้นเฉพาะพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งเป็นพื้นที่หนึ่งที่คนต่างชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน หากจัดแบ่งตามจำนวนประชากรกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มใหญ่ที่สุดในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งมีประชากรประมาณร้อยละ 80 คือ ชาวมลายูมุสลิม อีกร้อยละ 20 คือไทยพุทธและชาวจีน ขนบธรรมเนียมของชาวมลายูมุสลิมในเขตจังหวัดชายแดนภาคใต้มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับศาสนาอิสลาม จนอาจกล่าวได้ว่า การดำเนินชีวิตประจำวันอยู่ในขอบข่ายขนบธรรมเนียมประเพณีอันเนื่องมาจากศาสนาทั้งสิ้น มีความผูกพันกันอย่างแยกไม่ออก ชาวมลายูมุสลิมเองก็มีความสำคัญในทางวัฒนธรรมสูงและความผูกพันกับศาสนา รวมถึงในกลุ่มของเยาวชนด้วย

จากความสำคัญที่กล่าวมาแล้วนั้น บทความนี้จึงมุ่งนำเสนอสถานการณ์และแนวทางการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) สถานการณ์เยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
- 2) รูปแบบของการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
- 3) แนวทางการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

แนวคิด ทฤษฎีในการศึกษา

พื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาเยาวชนมุสลิม ซึ่งจะต้องนำมาบูรณาการให้เกิดความเหมาะสม กล่าวคือ บางทฤษฎีมุ่งให้ความสำคัญกับการตั้งเป้าหมาย บางทฤษฎีก็ให้ความสำคัญกับกระบวนการในการพัฒนาทักษะชีวิต และบางทฤษฎีก็มุ่งให้ความสำคัญที่ผลลัพธ์ของพฤติกรรม ซึ่งแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือแนวคิด ทฤษฎีตามแนวทางบูรณาการอิสลาม เพราะการพัฒนาเยาวชนมุสลิมจำเป็นที่จะมองให้ครอบคลุมทั้ง 3 ระดับ ปัจเจก กลุ่ม และระดับเครือข่าย มาใช้ประกอบการศึกษาว่ารูปแบบการพัฒนาทักษะชีวิตเยาวชนมุสลิม ภายในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามที่จำเป็นจะต้องพิจารณาในทุกมิติอย่างรอบด้าน ทั้งระดับปัจเจกคือ ตัวเยาวชนมุสลิมเอง ระดับกลุ่ม คือ กลุ่มเพื่อน และต้องให้ความสำคัญกับระดับครอบครัวและชุมชนด้วย นำมาสู่การออกแบบกรอบการวิจัยที่ประกอบด้วย ปัจจัยภายในและภายนอกโรงเรียนที่ครอบคลุมสถาบันทางสังคมที่มีอยู่ในพื้นที่

2. วิธีการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสังเคราะห์จากตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การเข้าร่วมเวทีวิชาการ และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสังเกต (Observation) หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้ออกไปตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือโดยผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย และทำการวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอข้อมูลเป็นการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ผู้บริหารและครูโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 9 คน

การเลือกพื้นที่วิจัย

การศึกษาคั้งนี้ได้เลือกพื้นที่แบบเจาะจง โดยการเลือกโรงเรียนที่ตั้งอยู่ใน อ.เมือง จ.ปัตตานี 3 โรงเรียน ซึ่งเป็นโรงเรียนขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก (แบ่งตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน อย่างละ 1 โรงเรียน เป็นกรณีศึกษา โดยเกณฑ์ในการคัดเลือกพิจารณาจาก

1. การเป็นโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม ที่ได้รับการยอมรับจากประชาชนในพื้นที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องการพัฒนาทักษะชีวิตเยาวชนมุสลิม
2. การได้รับรางวัลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะชีวิตเยาวชนมุสลิม จากหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ทั้งในระดับพื้นที่ จังหวัดและระดับประเทศ
3. เกณฑ์มาตรฐานการประเมินของ สมศ. ในมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับทักษะชีวิตอยู่ในระดับดี

3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

เนื้อหาของผลการศึกษาได้นำเสนอเป็น 3 ประเด็น ประกอบด้วย 1) สถานการณ์เยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ 2) รูปแบบของการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และ 3) แนวทางการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

3.1 สถานการณ์เยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

จากการศึกษาพบว่า เหตุการณ์ความไม่สงบในเดือน มกราคม 2547 ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและการศึกษา ประเด็นปัญหาสำคัญที่สั่นคลอนความมั่นคงของประเทศ ความไม่สงบในพื้นที่ดังกล่าว

ด้วยปฏิบัติการก่อการร้ายของขบวนการต่าง ๆ ซึ่งอาศัยความผูกพันกับภาษา ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม เป็นปัจจัยในการยุยงปลุกปั่นเยาวชนในการดำเนินการ เยาวชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ ความไม่สงบในพื้นที่ นับเป็นกลุ่มเป้าหมายของกลุ่มผู้ก่อความไม่สงบสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการก่อเหตุร้าย ขณะที่ ภาครัฐได้ใช้ความพยายามแยกแยะกลุ่มเยาวชนที่ได้รับผลกระทบออกจากกลุ่มเยาวชนที่หลงผิด และสร้างภูมิคุ้มกัน ทั้งการให้การศึกษา การแลกเปลี่ยนประสบการณ์การใช้ชีวิตแบบต่างวัฒนธรรมในพื้นที่ เพื่อสร้างสันติสุขในการดำเนิน ชีวิต และสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่เยาวชน แต่เยาวชนส่วนหนึ่งก็ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการปรับตัวให้สามารถใช้ชีวิต ในสังคมปัจจุบัน ผลกระทบที่ตามมาอีกด้านหนึ่ง อันเกิดขึ้นจากความสูญเสียบุคคลในครอบครัว ทำให้มีปัญหาหลายอย่าง ตามมา หลายบ้านอยู่ในสภาพแพแตก หัวหน้าครอบครัวตกเป็นเหยื่อของสถานการณ์ สมาชิกในครอบครัวโดยเฉพาะเด็ก และเยาวชน มีจำนวนไม่น้อยเป็นกำพร้า ส่วนที่ไม่กำพร้าก็อยู่ด้วยความหวาดกลัวและหวาดผวา (อมรวิรัช และคณะ, 2550)

นอกจากนี้ยังมีรายงานการสังเคราะห์องค์ความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพเด็กด้านทักษะชีวิตนอกระบบโรงเรียน (สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ, 2550) ว่าปัญหาที่เกิดขึ้น กับเด็กและเยาวชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้นั้น มีจุดเริ่มต้นมาจากครอบครัว ซึ่งถือว่าเป็นสถาบันย่อย ที่มีความสำคัญที่สุดในสังคม ปัญหาหลักที่พบได้แก่ ปัญหาครอบครัว ปัญหาการศึกษา ปัญหาการขาดอาชีพ ปัญหา ยาเสพติด ปัญหาการมีสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร รวมถึงปัญหาการอยู่ด้วยกันในระหว่างการเรียนของนิสิตนักศึกษา และ ประเด็นความเข้าใจเรื่องเพศศึกษา ปัญหาสื่อลามกจากโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต และปัญหาความรุนแรงและ การละเมิดสิทธิ ในขณะที่วัยก่อนเด็กใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้นอกจากจะต้องเผชิญกับปัญหาเช่นเดียวกับเด็กในพื้นที่ อื่น ๆ ของประเทศแล้ว ยังต้องเผชิญกับปัญหาความไม่สงบที่ส่งผลกระทบต่อสภาพความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน หลาย ๆ ปัจจัยที่แวดล้อมชีวิตเด็กในปัจจุบันมีส่วนที่ทำให้เด็กต้องสูญเสียความสุขในชีวิต ความสดใสรุ่งเรือง ซึ่งเป็นธรรมชาติ ตามวัยไปอย่างน่าเสียดาย การสูญเสียบุคคลในครอบครัว การพบเห็นเหตุการณ์ความรุนแรงที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ความยากไร้ที่เกิดจากการสูญเสียรายได้จากการประกอบอาชีพของครอบครัว ความหวาดกลัว หวาดระแวง การขาด ความเชื่อมั่นและไม่ไว้วางใจครอบครัวกำลังเป็นสถานการณ์วิกฤติของเด็กในพื้นที่

ข้อมูลของกองทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ของเด็กต่อการดำเนินชีวิตในพื้นที่ ชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ล้วนมีข้อเท็จจริง สะท้อนมุมมองต่อปัญหาได้อย่างน่าสนใจ (เศรษฐศักดิ์, 2550) โดย การออกสำรวจและวิจัยความคิดเห็นของเยาวชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2549-2550 ผลการวิจัยที่ออกมาในเชิงบวกชี้ให้เห็นว่า เยาวชนในพื้นที่ไม่มีความรู้สึกที่เป็นอคติกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ แต่เยาวชนกลับ รู้สึกวิตกกังวลว่า หากอยู่ใกล้ทหารและตำรวจก็อาจตกเป็นเป้าหมายของผู้ก่อความไม่สงบได้ ส่วนความคิดเห็นในด้านอื่น เยาวชนยังมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลที่นับถือศาสนาอื่น เยาวชนเห็นว่าความไม่สงบที่เกิดขึ้นในพื้นที่เกิดจากฝีมือ ของกลุ่มผู้ติดตามอาวุธและผู้ก่อความไม่สงบ ผลการวิจัยที่ออกมาเชิงลบพบว่า เยาวชนต้องประสบกับความตึงเครียด และ เกิดความไม่มั่นใจกับปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ซึ่งล้วนมีผลกระทบทั้งในด้านครอบครัว และชีวิตความเป็นอยู่ โดย 1 ใน 3 ของผลกระทบที่ตามมาส่งผลทำให้เกิดความรุนแรงในครอบครัว ส่วนผลกระทบทางอ้อมที่ไม่ควรมองข้ามก็คือเยาวชน ในพื้นที่ต่างรับรู้เรื่องยาเสพติด ไม่ว่าจะเป็นยาบ้า กัญชา และสีกุนร้อย อีกทั้งยังรู้ว่าบุคคลใดในชุมชนเป็นผู้ใช้ยา

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่สะท้อนสถานการณ์ที่น่าเป็นห่วงของเยาวชนมุสลิม เช่น จากข้อค้นพบ ของงานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ต่อพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนจากหลักการศรัทธาของเยาวชนไทยมุสลิม ในอำเภอเมืองจังหวัดยะลา (พินิต, 2550) พบว่ามีเยาวชนอีกจำนวนมากยังมีความเสี่ยงที่จะมีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนต่อ หลักการศรัทธา แต่เยาวชนเหล่านี้มีความคิดว่ากระแสโลกาภิวัตน์ไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนจากหลักการ ศรัทธาของตน ดังนั้นจึงจะต้องสร้างความตระหนักให้เยาวชนมีจิตสำนึกที่ดีมีคุณธรรมจริยธรรมตามหลักการอันดีงาม ของศาสนาอิสลาม เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันป้องกันความคิดที่หลงไหลในสิ่งที่แอบแฝงมากับกระแสโลกาภิวัตน์จากวัฒนธรรม ของชาวตะวันตกและตะวันตกไม่ว่าจะมาในรูปแบบของการประพาดปฏิบัติหรือการโฆษณาชวนเชื่อของสื่อต่าง ๆ หรือ

จะเป็นการแต่งกาย การเที่ยวสถานเชิงธรรม์ ห้างสรรพสินค้า การเสพสิ่งของมีเงินมา การแสดงพฤติกรรมผิดเพี้ยน เหล่านี้เป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นว่าในอนาคตข้างหน้าเยาวชนอาจจะเกิดความคิดเห็นคล้อยตามรุนแรงมากขึ้นกว่าปัจจุบัน

นอกจากนั้นการศึกษาวีถีชีวิตของเยาวชนไทยมุสลิม เพื่อเสริมสร้างสันติสุขในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (เกษตรชัย และทีม, 2553 ; ตลมนรรัตน์ และคณะ, 2554) พบว่าเยาวชนมุสลิมส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตที่ไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคมมุสลิมและขัดกับหลักการศาสนาอิสลาม กล่าวคือ เยาวชนมีการคบเพื่อนเพศเดียวกันแบบไร้เขตจำกัดและมีอิสระเสรี มักทำกิจกรรมที่ไร้สาระ สร้างความเดือดร้อน มีการคบเพื่อนต่างเพศอย่างเปิดเผย มีอิสระและคบเหมือนชาวตะวันตก มีการจับมือถือแขน กอดจูบ และถึงขั้นมีเพศสัมพันธ์ก่อนสมรส มีการให้ความสำคัญกับการศึกษาวิชาสามัญมากกว่าวิชาศาสนา ไม่รู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีการเกี่ยวข้องกับอบายมุข ไม่มีงานทำ มีการแต่งกายเชิงประยุกต์เพื่อให้ทันสมัยและเลียนแบบตะวันตก ดาราและนักร้อง มีความสัมพันธ์กับครอบครัวญาติพี่น้อง เพื่อนบ้านและชุมชนอย่างห่างเหินและขาดสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน มีการละเลยและไม่ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติศาสนกิจ ไม่ให้ความสำคัญและหลีกเลี่ยงการบำเพ็ญประโยชน์และเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน ในขณะที่งานวิจัยเรื่องปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเยาวชนไทยมุสลิมใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่าเยาวชนไทยมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีพฤติกรรมก้าวร้าว โดยปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวมี 5 ตัวแปร ได้แก่ การเห็นพ่อแม่ทะเลาะตบตีกัน การอบรมเลี้ยงดูแบบอิสลาม ระดับความรู้ด้านศาสนา ระดับการปฏิบัติศาสนกิจ และประเภทเกมที่ชอบเล่น กลุ่มเยาวชนที่มีโอกาสมีพฤติกรรมก้าวร้าวสูง ได้แก่ เยาวชนที่เห็นพ่อแม่ทะเลาะ ตบตีกันเป็นประจำ เยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบอิสลามน้อย เยาวชนที่ไม่ได้เรียนศาสนา เยาวชนที่มีการปฏิบัติศาสนกิจระดับน้อย และเยาวชนที่ชอบเล่นเกมต่อสู้/บู๊ล้างผลาญ

3.2 รูปแบบของการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมในการพัฒนาเยาวชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ในปัจจุบัน ได้แก่ การพัฒนาเยาวชนเดิมในพื้นที่โดยใช้สถาบันการศึกษาปอเนาะ โครงการพัฒนาที่สร้างจากพื้นที่ โครงการเยาวชนใจอาสา โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายเยาวชน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และโครงการที่เกิดจากองค์กรพัฒนาเอกชนภายนอก มูลนิธิทรัพยากรเอเชีย ที่ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องศูนย์การเรียนรู้ชุมชนการศึกษา และการเรียนรู้สันติวิธี โครงการต่าง ๆ ถือว่ามุ่งจะพัฒนาทักษะชีวิตของเยาวชนในพื้นที่ในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านการสื่อสารที่เข้าใจ เห็นอกเห็นใจ การตัดสินใจในการแก้ปัญหา การปรับตัวและการเผชิญต่อสังคมภายนอก การปรับทัศนคติและการยอมรับกระแสสังคม บางอย่าง การคิดวิเคราะห์ การคิดสร้างสรรค์ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ มนุษย์สัมพันธ์ การตระหนักรู้ในตน เห็นใจผู้อื่น การเผชิญกับอารมณ์ต่าง ๆ และการเผชิญกับผู้สร้างความกดดัน การสื่อสารที่เข้าใจ พัฒนาการเรียนรู้ที่จำเป็นเพื่อการประกอบอาชีพ การสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างกัน และการจัดการกับอารมณ์ของตนเอง และกระบวนการเรียนรู้ความเป็นผู้นำ

การออกแบบหลักสูตรและกิจกรรมในชั้นเรียน โดยส่วนใหญ่มีการพัฒนาระบบการเรียนการสอนและการออกแบบการจัดการเรียนรู้ตามหลักการเรียนรู้ที่สำคัญ เช่น มีแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่ยึดถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด มีการบูรณาการ เรื่องของการพัฒนาเยาวชนเข้ากับการเรียนการสอนในวิชาต่าง ๆ

การใช้กิจกรรมกลุ่มและกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม แนวทางการจัดกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของเยาวชนมุสลิม โดยจัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ฝึกการปฏิบัติให้คิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น และการใฝ่รู้ใฝ่เรียนอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างกิจกรรมเช่น การฝึกอบรม การเข้าค่าย การฝึกอาชีพ และการทัศนศึกษาดูงาน

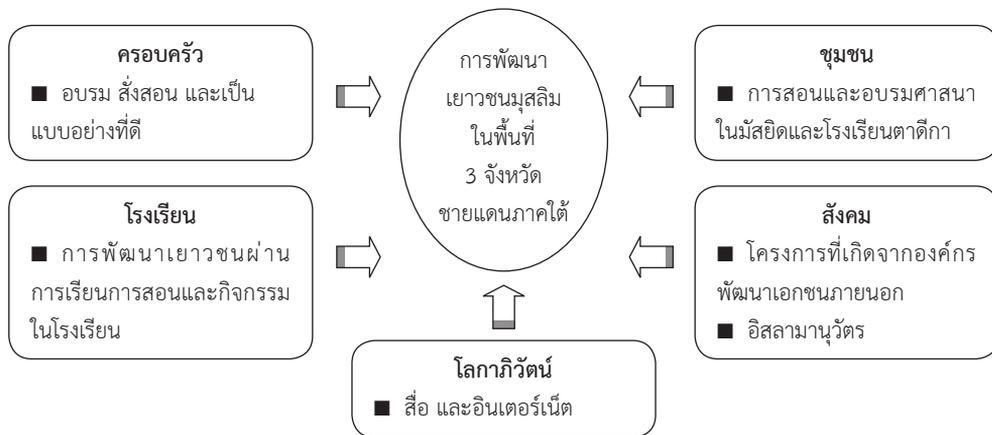
การใช้โปรแกรมการแนะแนวและให้คำปรึกษา โปรแกรมพัฒนาที่เน้นการช่วยเหลือบุคคลให้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองได้อย่างเต็มที่ในทุกด้าน เข้าใจตนเองเข้าใจสิ่งแวดล้อม สามารถเลือกตัดสินใจและปรับตัวได้อย่างเหมาะสม

การพัฒนาเยาวชนโดยใช้กีฬา ดนตรี และศิลปะ กิจกรรมพัฒนาเยาวชนมุสลิมที่จัดขึ้น ซึ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นคนที่มีสมบูรณ์ทุกด้านโดยผ่านกีฬา ดนตรี และศิลปะ ประกอบด้วยด้านร่างกาย ด้านจิตใจและอารมณ์ และด้านสติปัญญา

การใช้แนวปฏิบัติทางศาสนา กิจกรรมเพื่อพัฒนาเยาวชนซึ่งลักษณะของโครงการส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของการอบรมคุณธรรม จริยธรรม ตามหลักพัฒนาชีวิตและสังคม โดยใช้แนวทางคำสอนของศาสนาต่าง ๆ

ดังนั้นจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเยาวชนมุสลิมและรูปแบบของการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ สามารถแสดงให้เห็นการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้ดังรูปที่ 1

สถานการณ์ปัจจุบันบ่งชี้ว่าการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ยังมีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพทันการณ์ ผู้เขียนจึงจะสังเคราะห์ความรู้ในหลักการพัฒนาเข้ากับการแก้ปัญหาเป็นแนวทางใหม่สำหรับเป็นทางเลือกแก่สังคม

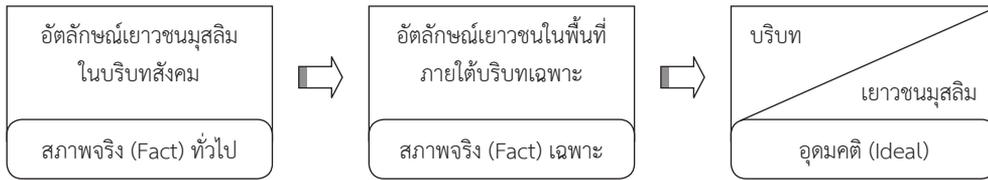


รูปที่ 1 การพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

3.3 แนวทางการพัฒนาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

จากการศึกษาพบว่า การที่จะสร้างหรือพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาเยาวชนมุสลิมนั้นจะต้องวิเคราะห์ให้ลึกซึ้งถึงอัตลักษณ์และบริบทของเยาวชนที่จะศึกษารวมถึงบริบทของพื้นที่ที่จะศึกษาด้วย นอกจากนั้นต้องทำความเข้าใจถึงรูปแบบของการพัฒนาเยาวชนในพื้นที่ และจำเป็นต้องพิจารณาการพัฒนาเยาวชนให้ครอบคลุมทั้งในและนอกระบบโรงเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการศึกษาเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีบริบทเฉพาะโดยสถาบันการศึกษาที่มีเยาวชนมุสลิมศึกษาอยู่มากที่สุดคือ โรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม และเนื่องจากกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้นั้นเป็นกลุ่มที่อยู่ในสภาพที่ตกเป็นเหยื่อและในขณะเดียวกันก็ตกอยู่ในสภาพที่เป็นผู้ที่ไม่ได้รับความไม่สงบให้เกิดขึ้น อีกทั้งพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีบริบทเฉพาะและแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ และหากมองไปที่ตัวเยาวชนเองก็มีบริบทเฉพาะ เนื่องจากเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้อาจมีบริบทที่แตกต่างจากเยาวชนมุสลิมที่เกิดและอาศัยอยู่ในภาคอื่น ๆ ของประเทศ

ในส่วนของการทำความเข้าใจการพัฒนาเยาวชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้นั้น จำเป็นต้องศึกษาให้ลึกลงไปถึงอัตลักษณ์ของเยาวชน โดยมองให้เห็นใน 3 ลักษณะคือ **ลักษณะที่ 1** เยาวชนมุสลิมทั่วไปมีลักษณะเป็นอย่างไร **ลักษณะที่ 2** เยาวชนมุสลิมทั่วไปในบริบททั่วไปมีลักษณะเป็นอย่างไร และ **ลักษณะที่ 3** เยาวชนมุสลิมในบริบทเฉพาะมีลักษณะเป็นอย่างไร โดยลักษณะของการศึกษา อาจศึกษาให้เห็นถึงสภาพจริงในบริบทสังคมทั่วไปและสภาพจริงในบริบทสังคมเฉพาะ เพื่อเทียบเคียงกับอัตลักษณ์และคุณลักษณะที่เป็นอุดมคติของเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ ดังแสดงในรูปที่ 2



รูปที่ 2 แสดงแนวทางการศึกษาประเด็นเยาวชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

จากการแลกเปลี่ยนกับผู้เชี่ยวชาญในประเด็นการพัฒนาทักษะชีวิตเยาวชนมุสลิม อีกทั้งการสัมภาษณ์พูดคุยกับผู้อำนวยการและครูโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่าการพัฒนาเยาวชน ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้นั้น ควรใช้แนวทางการพัฒนาตามแนวทางศาสนาอิสลาม ซึ่งตามหลักการของอิสลามแล้วถือว่า “อิสลามเป็นวิถีชีวิต” จึงต้องเรียนรู้เรื่องศาสนาเป็นหลัก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต ตามรูปแบบวิถีชีวิตที่มุสลิมควรจะเป็นและควรปฏิบัติ หากเราไม่เรียนรู้เราก็จะเดินผิดทาง ผิดหลักการ ผิดกฎของศาสนาที่วางเอาไว้ได้ ทั้งด้านหลักศรัทธา (อิหม่าน) และการปฏิบัติ (ฟิถ์ฮ์) ดังนั้นแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมกับเยาวชนมุสลิมจึงต้องเป็นแนวทางศาสนา

จะเห็นได้ว่าพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นถิ่นที่อยู่ของชาวมลายูมุสลิม เนื่องจากความเป็นมุสลิมจึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจต่อหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม เพราะมุสลิมมีหลักคิดว่า อิสลามคือธรรมนูญและรูปแบบการดำเนินชีวิตของมุสลิมทุกคน และไม่สามารถแยกเรื่องของอาณาจักรออกจากเรื่องของศาสนจักรได้ กล่าวคือ มุสลิมต้องรับรู้และรับผิดชอบในเรื่องของศาสนา และเรื่องทางสังคมโดยแยกออกจากกันไม่ได้ และการอ้างอิงเหตุผลใด ๆ จะใช้อัลกุรอาน (คัมภีร์ของศาสนาอิสลาม) และอัลหะดีษ (สิ่งที่มาจากท่านนบี) เป็นบทสรุปของปัญหาและเหตุผล ตลอดจนเป็นกรอบในการดำเนินชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย ซึ่งสถาบันการศึกษาที่เป็นตัวขับเคลื่อนสังคมมุสลิมที่สำคัญ คือสถาบันศึกษาปอเนาะ และโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม ซึ่งถือเป็นสถาบันการศึกษาที่มีความแตกต่างจากสังคมส่วนใหญ่ทั่วไป อย่างไรก็ตาม รัฐได้ให้ความสำคัญ และช่วยเหลือสถาบันทั้งสองตลอดมา โดยมุ่งหวังที่จะพัฒนาการศึกษาให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญและพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ซึ่งมีนักเรียนจากโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามเหล่านี้หลายคนประสบความสำเร็จในชีวิต เป็นทรัพยากรบุคคลที่ดีและทรงคุณค่าของประเทศชาติและสังคม ดังเช่นคำกล่าวของ ดร.สุรินทร์ พิศสุวรรณ ที่ได้กล่าวในงานประชุมวิชาการนานาชาติว่า สถาบันการศึกษาปอเนาะก็สามารถผลิตบุคคลที่มีความสามารถและมีคุณค่าจนสามารถดำรงตำแหน่งเลขาธิการอาเซียนได้ (AMRON, 2553)

เนื่องจากเยาวชนนั้นกำลังอยู่ในวัยของการศึกษาเรียนรู้ เพื่อเป็นเสบียงสำหรับการเข้าสู่วัยแห่งการทำงานในอนาคต และปลูกฝังภูมิคุ้มกันในการเผชิญกับสิ่งท้าทายและบททดสอบต่าง ๆ ที่ถาโถมเข้ามาในชีวิต ตลอดจนรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก ดังนั้นในการให้การศึกษาและอบรมแก่เยาวชนจึงต้องควรต้องมีหลักประกันว่า สามารถอบรมและหล่อหลอมให้พวกเขามีบุคลิกภาพที่สมบูรณ์ บริสุทธิ์และดีงาม พร้อมทั้งจะออกมาแบกรับภาระหน้าที่ต่าง ๆ ที่อิสลามได้มอบหมายให้แก่พวกเขาอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยในปัจจุบันลัทธิหรือความเชื่อที่บิดเบือนได้เข้ามาเจือปน แทรกซึมเข้ามาในระบบการศึกษาทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้บทบาทของเยาวชนบางกลุ่มถูกเบี่ยงเบน พลังของพวกเขาถูกนำไปใช้ในทางที่ไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสมดังมา โดยส่วนหนึ่งของปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้เยาวชนคนหนุ่มสาวในปัจจุบัน ได้แก่ อุดมการณ์ผิด ๆ ที่เข้ามาครอบงำเยาวชน ยึดทฤษฎีมากกว่าข้อเท็จจริง มีแนวคิดสุดโต่งมีอิทธิพลมากกว่าแนวคิดสายกลาง เน้นกิจกรรมด้านใดด้านหนึ่ง ไม่ครอบคลุมและสมบูรณ์ทุกด้าน คลั่งไคล้และยึดตัวบุคคลมากกว่าหลักการ ยึดอารมณ์ความต้องการมาเป็นบรรทัดฐาน และการยอมจำนนต่อสภาวะการณ์รอบข้าง

ดังนั้นผู้ที่มิบทบาทเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะชีวิตเยาวชน เพื่อให้พวกเขาหลุดพ้นจากปัจจัยเสี่ยงเหล่านี้ และมีภูมิคุ้มกันที่แข็งแรง ในการที่จะต้านทานสิ่งชั่วร้ายต่าง ๆ ที่คุกคามเยาวชนในปัจจุบัน ต้องเป็นผู้ที่ยึดหลักการพื้นฐานดังต่อไปนี้ **ประการที่ 1** ต้องเป็นการพัฒนาทักษะชีวิตที่ครอบคลุมสมบูรณ์และบูรณาการ ไม่แยกส่วน ไม่ว่าจะเป็นส่วนด้านสติปัญญา จิตใจ ร่างกาย กิจกรรมกลุ่มและสังคม เป็นต้น เพื่อให้เขามีความเป็นมุสลิมที่เข้มแข็งและสมบูรณ์อย่างแท้จริง **ประการที่ 2** เป็นการพัฒนาทักษะชีวิตที่มีคุณภาพในทุก ๆ ด้าน โดยพยายามรักษารองค์ประกอบและ

โครงสร้างพื้นฐานทุกอย่างให้อยู่ในระดับของความพอดีและตามลำดับความสำคัญของหลักการอิสลาม ไม่สุดโต่งหรือตกขอบ และไม่หย่อนยานจนเสียเอกลักษณ์ของมุสลิม **ประการที่ 3** เป็นการให้การพัฒนาทักษะชีวิตที่เน้นด้านการปฏิบัติมากกว่าการพูดในทางทฤษฎีเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ โดยยึดหลักสูตร แนวทางและวิธีการอิสลามเป็นบรรทัดฐาน และต้องแสดงเป็นแบบอย่างให้เห็นมิใช่โดยการเทศนาและสอนเพียงอย่างเดียว

หากจะพิจารณา กระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) นั้นมี 2 มุมมอง คือมุมมองทางด้านปัจเจก และมุมมองทางด้านสังคม โดยมุมมองทางด้านปัจเจกจะเป็นการพัฒนาบุคลิกภาพในขณะที่มุมมองทางด้านสังคมจะเป็นการจัดคนเข้าสู่รูปแบบ (Pattern) ชีวิตและวัฒนธรรม (Culture) ของสังคม และในส่วนของการศึกษาอิสลามต้องพิจารณาและวิเคราะห์ถึงเป้าหมายของการศึกษาให้ตัวศาสนาสอนให้คนเป็นคนดีและต้องสามารถดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมสามารถประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ ไม่ใช่มุ่งเน้นแต่ความรู้ทางด้านศาสนาเพียงอย่างเดียว แต่อย่างไรก็ดี การศึกษาให้ลึกซึ้งและจริงจังในหลักการของศาสนาก็มีความจำเป็นสำหรับมุสลิม เพื่อให้บุคคลเหล่านี้ได้นำคำสอนต่าง ๆ มาถ่ายทอดและปลูกฝังให้บุคคลอื่นอย่างเช่นโต๊ะครูและโต๊ะอิหม่าม ที่ต้องทำหน้าที่เป็นผู้นำทางศาสนาของชุมชน และต้องปลูกฝังให้มุสลิมโดยเฉพาะเยาวชนให้เป็นคนดีและพัฒนาตัวตนของเขาให้มีความดีในตัว เป็นการพัฒนาจากภายในให้เกิดเปลี่ยนแปลงจากผ่านกระบวนการศึกษาเรียนรู้ และสร้างให้เยาวชนเหล่านี้ได้มีภาวะความเป็นผู้นำ เพื่อเตรียมความพร้อมให้พวกเขาได้เติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพและมีคุณค่าต่อสังคม

เมื่อคำนึงถึงวิถีชุมชนมุสลิมแล้วต้องทำความเข้าใจว่ากลุ่มชนที่นับถือศาสนาอิสลาม หรือมุสลิม นับเป็นกลุ่มชนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตความเชื่อ และทัศนคติในการดำเนินชีวิตต่างออกไปจากสังคมไทยโดยรวม โดยมีหลักการทางศาสนาอิสลามเป็นแนวทางหลักในการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นหลักศาสนาจะประกอบด้วยแนวทางปฏิบัติตนทุกอย่าง นับตั้งแต่เกิดจนเสียชีวิต ทำให้กลุ่มชนมุสลิมมีความเชื่อ ความศรัทธาที่ฝังลึกและมั่นคงในการดำรงตนตามหลักการทางศาสนา เกิดเป็นวัฒนธรรมชุมชนที่เป็น “อัตลักษณ์เฉพาะ” ที่มักเรียกกันว่า วัฒนธรรมแข็ง (Hard Culture) คือปรับเปลี่ยนยาก และมีความยึดติดสูง และชาวไทยมุสลิมจะมีการรวมตัวเป็นชุมชนเฉพาะ กระจายอยู่ทั่วไปโดยเฉพาะในพื้นที่ชานเมืองและชนบท สำหรับในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ก็เช่นเดียวกัน สมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่มีลักษณะไม่ต่างจากสมาชิกชุมชนทั่วไปคือ มีฐานะยากจนและมีการศึกษาต่ำ แต่มีต้นทุนทางสังคมสูงเนื่องจากคำสอนของศาสนาอิสลามสอนว่ามุสลิมทั่วโลกเป็นพี่น้องกัน ทำให้ชาวบ้านมีความรัก แบ่งปันและเอื้ออาทรต่อกัน ซึ่งวิถีชุมชนในลักษณะนี้ก็ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะชีวิตของเยาวชนมุสลิมในพื้นที่ให้เป็นไปในลักษณะที่มุ่งเน้นตามแนวทางอิสลาม สำหรับกระบวนการพัฒนาเยาวชนมุสลิมโดยชุมชน พบว่ามีการสนับสนุนให้เยาวชนไปช่วยชาวบ้านเมื่อมีงานต่าง ๆ อาทิ งานแต่งงาน ตลอดจนงานต่าง ๆ ที่ชุมชนชาวบ้านได้จัดขึ้น วันหยุดสุดสัปดาห์เด็กนักเรียนจะมีกิจกรรมทำความสะอาดบริเวณโรงเรียนและชุมชนใกล้เคียง นอกจากนั้นยังได้รับการอบรมพิเศษผ่านกระบวนการในรูปการมีส่วนร่วมกับสังคมครอบครัว อาทิ จากการได้ร่วมละหมาดมะยัต (ละหมาดให้แก่ผู้เสียชีวิตในชุมชน) ช่วยเหลือชาวบ้านเมื่อชาวบ้านต้องการความช่วยเหลือผ่านงานต่าง ๆ อาทิ งานวาสิมะฮฺ (งานแต่งงาน) ซึ่บ้านใหม่ ย้ายบ้านช่วยขนของ เป็นต้น

4. สรุป

จากการศึกษาครั้งนี้สามารถสรุปต่อประเด็นที่ทำการศึกษาดังรายละเอียดต่อไปนี้

ระบบการศึกษาของโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม ระบบการศึกษาในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเยาวชนมุสลิม ซึ่งพบว่าด้านการเรียนการสอนทั้งศาสนาและสามัญยังแยกส่วนกันอย่างชัดเจน ยังไม่มีการบูรณาการทางการศึกษาอิสลามกับสามัญอย่างเป็นรูปธรรม ต่างคนต่างสอนตามสาขาที่ตนเองถนัด ส่งผลให้การพัฒนาทักษะชีวิตของเยาวชนผ่านระบบการศึกษาในโรงเรียนขาดการบูรณาการทางด้านวิถีการดำเนินชีวิตและทางด้านศาสนาไปด้วย และปรัชญาของโรงเรียนที่เป็นการหลอมรวมการศึกษาทั้งระบบสามัญกับศาสนายังไม่สำเร็จ ทั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาตอนต้นหรือระดับประถมศึกษา กับการศึกษาตอนปลายหรือระดับอุดมศึกษากลายเป็นระการศึกษาแบบโลกวิสัย (Secular) นอกจากนี้ระบบการศึกษาแบบบูรณาการเอง ยังขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการสร้าง

ผลผลิตทางการศึกษาของตนเอง ทั้งในด้านงานวิชาการ บุคลากร และการจัดการ

สถาบันครอบครัว แม้ว่าสถาบันทางครอบครัวของชุมชนมุสลิมยังมีบทบาทในการอบรม สั่งสอน และเป็นแบบอย่างในการพัฒนาทักษะชีวิตของเยาวชนค่อนข้างน้อย เนื่องจากวัฒนธรรมในพื้นที่ ซึ่งเน้นบทบาทนี้ให้กับสถาบันการศึกษาและโต๊ะอิหม่ามที่เป็นทั้งผู้นำทางศาสนาและทางการปกครอง อีกอย่างพ่อแม่ก็มักมีการศึกษาต่ำและมีความรู้เรื่องศาสนาไม่มากนัก อีกทั้งภาวะเศรษฐกิจและฐานะทางครอบครัวที่ต้องทำงานประกอบชีพเลี้ยงดูครอบครัว ยิ่งเป็นครอบครัวที่พ่อซึ่งเป็นหัวหน้าครอบครัวต้องเสียชีวิตจากเหตุการณ์ความไม่สงบด้วยแล้ว ด้วยเหตุนี้ย่อมส่งผลต่อการอบรมเลี้ยงดู และพัฒนาเยาวชนในพื้นที่ผ่านสถาบันครอบครัว

ชุมชน บริบทของพื้นที่พบว่านักเรียนที่เป็นชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิมเชื้อสายมลายูเริ่มแยกกันเรียนมากขึ้นในระดับมัธยมศึกษาชั้น นักเรียนจะแยกเรียนมากกว่าในระดับอื่น ๆ โดยนักเรียนชาวไทยเชื้อสายมลายูส่วนใหญ่จะอยู่ในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามซึ่งไม่มีนักเรียนไทยพุทธอยู่เลย ขณะที่โรงเรียนของรัฐนั้น สัดส่วนของนักเรียนไทยเชื้อสายมลายูได้น้อยลงไปเรื่อย ๆ หากโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามขยายหลักสูตรของตนไปยังระดับประถมศึกษา การเรียนร่วมกันของเด็กนักเรียนในระดับนี้ก็จะลดน้อยลงไปอีก ทำให้เยาวชนขาดการเรียนรู้ทักษะในการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับคนที่ต่างศาสนาและวัฒนธรรมกับตน

สังคม เมื่อสถานการณ์โลกเกิดการเปลี่ยนแปลงเข้ามาสู่โลกในยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้ความเป็นพหุสังคมได้แพร่กระจายเข้าสู่สังคมมุสลิมมากยิ่งขึ้น มุสลิมเองต้องมีการดำเนินชีวิตร่วมกับต่างศาสนิกที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นการออกแบบโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเยาวชนมุสลิม ก็ต้องสามารถผ่อนปรนและปรับตัวพร้อมทั้งสามารถบูรณาการกับหลักการศาสนาได้ และต้องก้าวเดินต่อไปท่ามกลางความเคลื่อนไหวทางสังคมและวัฒนธรรมทั้งจากกระแสโลกและท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการก้าวไปสู่ความทันสมัย (Modernization) และกระแสอิสลามานุวัตร (Islamization) ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็ส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับเยาวชน และเยาวชนก็จำเป็นต้องเรียนรู้และได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาทักษะชีวิตที่เหมาะสมในการอยู่ภายใต้กระแสสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง

5. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

แนวทางในการพัฒนาเยาวชนมุสลิม โดยผ่านโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ส่งเสริมและพัฒนาผู้นำเยาวชนในการเป็นแกนนำเยาวชนสร้างสรรค์ พร้อมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้มีการยอมรับ ความคิด การกระทำ การแสดงออกของเยาวชนอย่างเหมาะสม โดยให้มีพื้นที่และโอกาสในการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์เต็มศักยภาพและสนับสนุนให้เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการจัดการพื้นที่สร้างสรรค์ทั้งกระบวนการและสนับสนุนการยึดกติกาการอยู่ร่วมกันในสังคม

2. ส่งเสริมพัฒนาเยาวชนให้มีศักยภาพในการคิดวิเคราะห์ การใช้เหตุผล การใช้จิตนาการความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การคิดนอกกรอบ และมีความมั่นใจในตนเอง พร้อมทั้งส่งเสริมและพัฒนาทักษะการบริหารจัดการความเครียดและนันทนาการ การออกกำลังกาย เพื่อให้ครอบคลุมการพัฒนาทักษะชีวิตในทุก ๆ ด้าน

3. ส่งเสริมและพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่เยาวชน พร้อมทั้งส่งเสริมการนำหลักศาสนาอิสลามมาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้คิดดี ทำดี มองโลกในแง่ดี รู้จักการให้เสียสละและมีมนุษยสัมพันธ์ นอกจากนี้ควรส่งเสริมพัฒนา EQ, MQ ให้เด็กรู้จักปรับตัวเข้าสังคม สิ่งแวดล้อมและผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบ พร้อมทั้งสอดแทรกความรู้ด้านพัฒนาการเด็กตามช่วงวัย ด้านอนามัยเจริญพันธุ์ สุขภาวะทางเพศ ด้านกีฬานันทนาการ และยาเสพติด

4. ผู้บริหารต้องมีแนวคิด (Concept) ในการบริหารอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะแนวคิดการบริหารที่ใช้อิสลามเป็นฐาน มีทักษะการบริหาร มีความเชี่ยวชาญในการบริหารงานวิชาการ สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้ และต้องสามารถให้คำแนะนำ (Coaching) แก่ครูได้

5. ครูผู้สอนต้องมีความรู้ความเข้าใจอิสลามเป็นพื้นฐาน สามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างครุมีอาชีพ

เข้าใจพัฒนาการของผู้เรียน ที่สำคัญครูบอแนะต้องสามารถปลูกฝังอิสลามและสามารถสอนโดยการบูรณาการองค์ความรู้กับอิสลามได้ในทุกวิชา และต้องสอดแทรกการพัฒนาทักษะชีวิตไว้ในการเรียนการสอน

6. หลักสูตรควรเป็นหลักสูตรที่บูรณาการโครงสร้างทั้งศาสนาและสามัญให้เป็นหลักสูตรเดียว โดยหลักสูตรต้องพัฒนาผู้เรียนโดยใช้เนื้อหาและกิจกรรม และตอบสนองความต้องการของสังคมด้วย โดยการเชื่อมโยงสาระการเรียนรู้ในศาสตร์สาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงพฤติกรรมของผู้เรียน ทั้งทางด้านสติปัญญา ทักษะ และจิตใจ สามารถนำความรู้และทักษะที่ได้ไปแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน

7. ส่งเสริมสนับสนุนให้เยาวชนในพื้นที่การทำกิจกรรมตามความถนัดความต้องการตามความเหมาะสม และส่งเสริมสนับสนุนการจัดการศึกษาทางเลือกสำหรับเยาวชน นอกจากนั้นควรส่งเสริมและให้โอกาสบุคคลที่เคยดำเนินชีวิตผิดพลาดได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม พร้อมทั้งส่งเสริมพัฒนาเยาวชนให้มีจิตอาสาและสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายเยาวชนจิตอาสาระหว่างโรงเรียนในชุมชน

6. เอกสารอ้างอิง

- เกษตรชัย และหิม และ ดลมนรรจน์ บากา. 2553. การศึกษาวิถีชีวิตของเยาวชนไทยมุสลิมเพื่อเสริมสร้างสันติสุขในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 16(6).
- ดลมนรรจน์ บากา และ เกษตรชัย และหิม. 2554. การศึกษาวิถีชีวิตเยาวชนไทยมุสลิมเพื่อเสริมสร้างสันติสุขในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติและมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พินิต จิตติยาพันธุ์. 2550. อิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ต่อพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนจากหลักการศรัทธาของเยาวชนไทยมุสลิมในอำเภอเมืองจังหวัดยะลา. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- เศรษฐศักดิ์ อรรถนิมาตย์. 2550. วันเวลาแห่งความหวาดกลัว การรับรู้ของเด็กต่อการดำเนินชีวิตในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย. กองทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ.
- สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ. (2550). แนวทางการปฏิบัติงาน โครงการสร้างกระแสการพัฒนาคนและสังคมในระดับจุลภาค. กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- อมรวิรัช นาคทรพร และคณะ. 2550. รายงานโครงการวิจัยและพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ท้องถิ่นในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- AMRON. 2553. การประชุมวิชาการนานาชาติเครือข่ายองค์กรวิจัยมุสลิมแห่งอาเซียน ครั้งที่ 1 “มุสลิมในประเทศอาเซียนกับการศึกษา: เปลี่ยนแปลงจากภายในผ่านการศึกษา” วันที่ 2-3 ตุลาคม 2553 ณ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จ.นครศรีธรรมราช.
- Hakim M. Rashid 1988. *The Socialization of Muslim Children in America: Towards a Conceptual Framework*. The American Journal of Islamic Social Science Vol.5 No.2 (pp.205-217).

การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงอายุในสถานประกอบการ

Development of Environment to Increase Effectiveness for Elderly Workers in the Workplace

เดชา จันทร์ศิริ วีรชัย สิงห์คา และ ทรงสิทธิ์ สอนรอต

Decha Chansiri, Weerachai Singka and Songsit Sonrod

สาขาวิชาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

General Education, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

decha.c@mutr.ac.th 0957514946

Received 03/07/2562

Accepted 27/04/2563

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษา การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงอายุในสถานประกอบการ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ และสภาพแวดล้อมการทำงานของแรงงานผู้สูงอายุในสถานประกอบการ แบ่งเป็นพนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท พนักงานโรงงาน และผู้เกี่ยวข้องในสายงานด้านอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างได้จากสุทธของเครซี่และมอร์แกน เครื่องมือเก็บข้อมูลประกอบด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่าแรงงานผู้สูงอายุในสถานประกอบการ จำนวน 116 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69 ช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไปร้อยละ 41.4 วุฒิการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 67 อาชีพพนักงานบริษัทร้อยละ 44.8 ประสบการณ์การทำงานอยู่ในช่วง 31-40 ปี ร้อยละ 37.9 จากการวิจัยพบว่าการมีสุขภาพที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานที่ดีของบุคลากรในวัยสูงอายุ และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน จะต้องเป็นสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินและมีการป้องกันอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการทำงาน รวมทั้งมีสภาพแวดล้อมที่ทำงานที่สะอาดและถูกสุขลักษณะ ไม่มีฝุ่น ไม่มีเสียงที่ดังเกินไป ซึ่งจะส่งผลต่อการมีสุขภาพกายและจิตที่ดีต่อบุคลากร ส่วนในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานด้านองค์กรและการจัดการพบว่า การมีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น ส่งเสริมทางด้านการแพทย์ การให้เงินพิเศษ (โบนัส) หรือ การให้ทุนการศึกษาบุตร และการพัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับพนักงานเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรสูงอายุในสถานประกอบการ

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อม ประสิทธิภาพ แรงงานสูงอายุ

Abstract

This research was to study the development of the environment to increase work efficiency for elderly workers in the workplace in Bangkok and metropolitan area around Bangkok. The objective of the research focused on studying relationship and work environment of elderly workers in the workplace including the government employees, state enterprise employees, company workers, factory workers and those involved in other areas. The samples were obtained from Krejcie & Mogan. Tool for collecting data was questionnaires. The data were analyzed by the Statistical Analysis Software. The result of research showed that from the 116 elderly workers in the workplace, 69 percent of them

were mostly female, 41.4 percent of them were between the ages of 61 and over. 67 percent of them graduated with a bachelor's degree qualification, 44.8 percent worked as a company employee, and 37.9 percent had work experiences in the range of 31-40 years. The study found that the good health of the person was seen as an important factor to help promote the good performance of the elderly people. The suitable environment for increasing work efficiency must be a work environment that was safe for life and property of workers. There must also be prevention measure of accidents occurring from in any type of work as well as clean and hygienic working environment, no dust, no loud noise which resulted in good physical and mental health of the workers. In terms of increasing the efficiency of the organization and management, it was found that the welfare and benefits could help increase work efficiency. Having good welfare and benefits included a medical promotion extra money (bonuses) or providing scholarships for children together with development and promotion of learning for employees. Those mentioned above helped increase work efficiency of the elderly workers in the workplace.

Keywords: environment, effectiveness, elderly workers

1. บทนำ

ในหลาย ๆ องค์การ หากมีการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสมก็ช่วยให้เกิดการสร้างสรรค์ อันนำมาซึ่งนวัตกรรมได้ ยกตัวอย่างเช่น มีการจัดโครงการประกวดนวัตกรรม เป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างบรรยากาศ การแข่งขัน ส่งเสริมให้พนักงานมีความริเริ่มสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา เพื่อพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ให้ความเชื่อมั่น ในความเป็นมืออาชีพของพนักงาน เน้นบรรยากาศการทำงานที่ สนุกสนาน มีอิสระ ไม่ว่าจะเป็น การแต่งตัว เขตพื้นที่ทำงานที่รองรับความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากรไทยในปัจจุบันเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ประเทศเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ สำหรับในประเทศไทยจะมีผู้อายุเกิน 60 ปี ร้อยละ 23.5% ในปี 2571 ซึ่งเป็นปีที่ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์แบบ (ชมพูนุท พรหมภักดี, 2556) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากรของประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมากกว่าประชากรที่เป็นวัยเด็กซึ่งได้คาดเอาไว้กันว่าในปี 2583 ประเทศไทยจะมีประชากรผู้สูงอายุมากที่สุดใเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (พภัสสรณ์ วรภัทร์ธิระกุล, 2559) นอกจากจะมีสัดส่วนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีอีกตัวบ่งชี้หนึ่งที่แสดงถึงการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว ปัจจุบันคนมีอายุยืนยาวขึ้น คนทำงานในวัยสูงอายุจึงมีมากขึ้นตามไปด้วย ในหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยเริ่มมีนโยบายเพิ่มระยะเวลาการเกษียณอายุคนทำงาน เช่นจากเดิม 60 ปี เพิ่มเป็น 65 ปี (มติชน, 2549) คนทำงานกลุ่มผู้สูงอายุนี้ มีข้อแตกต่างจากคนทำงานวัยหนุ่มสาวทั่วไปหลายประการ ซึ่งเป็นทั้งข้อเด่นและข้อด้อย โดยทั่วไปแล้วคนเราจะมีสมรรถภาพร่างกายสูงสุดที่อายุประมาณ 25 ปี และจะคงตัวอยู่ช่วงระยะเวลาหนึ่ง จนกระทั่งเสื่อมถอยลง โดยมักจะเริ่มเห็นการเปลี่ยนแปลงนี้ที่อายุประมาณ 40 - 50 ปี (Demakakos P. et al. 2007) อย่างไรก็ตามก็ตีความเปลี่ยนแปลงบางอย่างก็เริ่มเกิดขึ้นได้ตั้งแต่อายุ 20 - 25 แล้ว (Hurwitz S. et al. 1980) การกำหนดว่าอายุเท่าใดจึงจะเรียกได้ว่า “สูงอายุ” จึงไม่มีการกำหนดเป็นเกณฑ์ชัดเจน หากจะยึดตามความเสื่อมของสภาพร่างกายแล้ว ก็อาจประมาณการได้ว่าคนเราเริ่มเข้าสู่วัยสูงอายุเมื่ออายุได้ประมาณ 45 ปีขึ้นไป สภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุแต่ละคน มีความหลากหลายแตกต่างกันไป จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับสภาพสังคม วัฒนธรรม เศรษฐฐานะ การดูแลตนเอง รวมทั้งงานที่ทำในอดีต (Laville A and Volkoff S. 1998)

การศึกษาในปัจจุบัน ยังไม่มีข้อบ่งชี้ว่าคนสูงอายุจะทำงานมีประสิทธิภาพน้อยกว่าคนหนุ่มสาว ส่วนใหญ่พบว่า ปัญหาการทำงานไม่มีประสิทธิภาพมักจะเกิดจากการรู้สึกว่าการทำงานที่ไม่มีคุณค่า การขัดแย้งกับหัวหน้างาน งานที่มีความเครียดสูง และขาดการสนับสนุนจากคนรอบข้าง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถเกิดขึ้นได้กับคนทุกช่วงอายุอยู่แล้ว คนงาน

สูงอายุทำงานได้ช้ากว่า ตัดสินใจได้ช้ากว่าคนหนุ่มสาว แต่อย่างไรก็ตาม ผลการตัดสินใจมักจะมีความถูกต้องมากกว่า และทำงานได้ถูกต้องมากกว่า (more accurate) ในเรื่องการเรียนรู้และการทำงานของสมอง คนสูงอายุอาจคิดได้ช้าลง ใช้เวลาในการเรียนรู้มากขึ้น มีความยากลำบากมากขึ้นในการทำงานของสมองเรื่องการคิดเชื่อมโยงเหตุผล (inductive reasoning) ความมีสมาธิจดจ่อกับเฉพาะบางสิ่งบางอย่าง (selective attention) การทำงานสองอย่างพร้อมกัน (dual-task activities) และการประมวลผลข้อมูลจะช้าลง (information processing) ส่วนการทำงานของสมองในเรื่องภาษา (vocabulary) ดูเหมือนจะไม่ได้เสื่อมลงตามอายุ ถึงแม้การทำงานบางอย่างของสมองจะช้าลง แต่ผู้สูงอายุสามารถใช้ “ประสบการณ์” และ “ความชำนาญ” มาทดแทนเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานมีส่วนในการพัฒนาบุคลากรมากในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้ทำการวิจัยจึงมีแนวความคิดที่จะทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงอายุในสถานประกอบการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะความสัมพันธ์และสภาพแวดล้อมการทำงาน ของแรงงานผู้สูงอายุในสถานประกอบการ แบ่งเป็นพนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท พนักงานโรงงาน และผู้เกี่ยวข้องในสายงานด้านอื่น ๆ และนำแนวคิดที่ได้จากการศึกษามุมมองโดยใช้ผลการประเมินจากสถานประกอบการด้านความต้องการทางด้านสิ่งแวดล้อมของแรงงานสูงอายุ โดยเป็นข้อมูลที่ไว้วิเคราะห์มุมมองดังกล่าว เพื่อนำผลการวิจัยกลับมาใช้พัฒนาคุณภาพผู้สูงอายุในด้านแรงงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากรซึ่งเป็นแรงงานสูงอายุในสถานประกอบการ รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของแรงงานผู้สูงอายุและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความสร้างสรรค์ของแรงงานผู้สูงอายุ ตลอดจนนำไปใช้ในการศึกษาต่อยอดความรู้ได้ต่อไปในอนาคต เนื่องจากในเรื่องประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่าคนงานสูงอายุจะลาออกจากงานน้อยกว่า อุทิศตนเองให้งานมากกว่า สร้างงานที่มีคุณค่าได้มากกว่า และหยุดงานน้อยกว่า ซึ่งนับได้ว่าเป็นการช่วยเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถของผู้สูงอายุ อีกทั้งยังสามารถช่วยส่งเสริมโอกาสการจ้างงานแก่ผู้สูงอายุ และพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดีขึ้น เพื่อเพิ่มผลผลิตการผลิตและการพัฒนาทางเศรษฐกิจสังคมของประเทศไทย โดยการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ในกลุ่มนายจ้างในภาคเอกชน ให้ตระหนักถึงความรู้ความสามารถของแรงงานสูงอายุ

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงอายุในสถานประกอบการ เป็นการวิจัยข้อมูล โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามสถานประกอบการขนาดกลางและอุตสาหกรรมชุมชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล จำนวนไม่ต่ำกว่า 100 แห่ง และทำการวิเคราะห์ผลของข้อมูล ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ พื้นที่ศาลายา โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณหรือแบบวิจัยผสมวิธี (Mixed-Method Research) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่เสริมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์มากขึ้น การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมของแรงงานผู้สูงอายุ และลักษณะสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานในสถานประกอบการ และศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลที่ตัวแปรต่าง ๆ มีต่อความสร้างสรรค์ในแรงงานผู้สูงอายุ โดยมีขอบเขตของการศึกษาด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ศึกษาเฉพาะสถานประกอบการในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วย 6 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร, นครปฐม, นนทบุรี, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร และปทุมธานี โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

2.1 การศึกษาทฤษฎีและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ เช่น เอกสารวิชาการ ตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์ ห้องสมุด ฯลฯ เพื่อเป็นแนวทางการทำโครงการวิจัย

2.2 ศึกษาเฉพาะลักษณะงานที่แรงงานผู้สูงอายุสามารถปฏิบัติงาน

ดำเนินการศึกษาเฉพาะลักษณะงานที่แรงงานผู้สูงอายุสามารถปฏิบัติงานเช่น งานบริการ, การจัดการ, งานสายการผลิต, การสื่อสาร และอุตสาหกรรมชุมชน ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

2.3 ศึกษาสถานประกอบการ

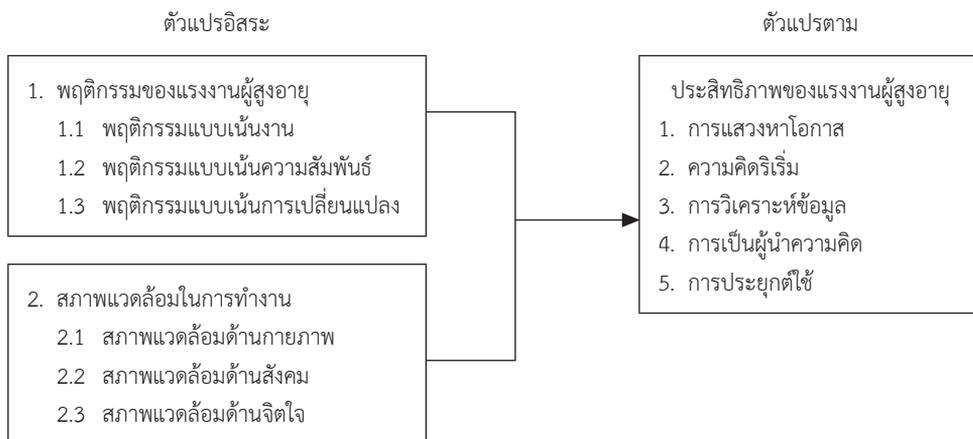
สถานประกอบการที่ศึกษาเป็นสถานประกอบการขนาดกลาง และอุตสาหกรรมชุมชน จำนวนไม่ต่ำกว่า 100 แห่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล ประกอบด้วย 6 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร, นครปฐม, นนทบุรี, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร และปทุมธานี

2.4 ศึกษาตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณหรือแบบวิจัยผสมวิธี (Mixed-Method Research) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่เสริมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์มากขึ้น มีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ

2.4.1 ตัวแปรอิสระ 6 ตัว ได้แก่ พฤติกรรมที่เน้นงาน พฤติกรรมที่เน้นความสัมพันธ์ พฤติกรรมที่เน้นการเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพ สภาพแวดล้อมทางด้านสังคม และสภาพแวดล้อมทางด้านจิตใจ

2.4.2 ตัวแปรตาม 1 ตัว ได้แก่ ประสิทธิภาพของแรงงานผู้สูงอายุ



ภาพที่ 1 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

2.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงอายุ และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากการศึกษาใช้เครื่องมือวัดค่าความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พบว่าความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างเท่ากับร้อยละ 96 โดยประชากรคือผู้สูงอายุในสถานประกอบการในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล แบ่งเป็น พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท พนักงานโรงงาน และผู้เกี่ยวข้องในสายงานด้านอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างได้จากสุตรของเครซีและมอร์แกน (ธีรวุฒิ, 2552) เครื่องมือเก็บข้อมูลประกอบด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป ใช้มาตรวัด 5 ระดับ คือสอดคล้องกับการปฏิบัติมากที่สุดที่ระดับคะแนน 5 จนถึงสอดคล้องกับการปฏิบัติน้อยสุดระดับคะแนน 1 สำหรับด้านการประเมินผลลัพธ์ใช้มาตรวัดได้แก่ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 แสดงว่า สอดคล้องกับการปฏิบัติมากที่สุด/เพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับถึงเป้าหมายจนถึงค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 แสดงว่า สอดคล้องกับการปฏิบัติที่น้อยสุด/ลดลงมากเมื่อเทียบกับเป้าหมาย

3. วิเคราะห์ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงอายุในสถานประกอบการ โดยผู้ศึกษาได้เลือกปัจจัยที่ช่วยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างได้จากสูตรของเครซีและมอร์แกน เครื่องมือเก็บข้อมูลประกอบด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป โดยผู้ศึกษาได้ทำการประเมินผลจากแบบสอบถามจากประเภทกลุ่มตัวอย่างอาชีพ จำนวน 116 ชุด ผู้ศึกษาได้แบ่งการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

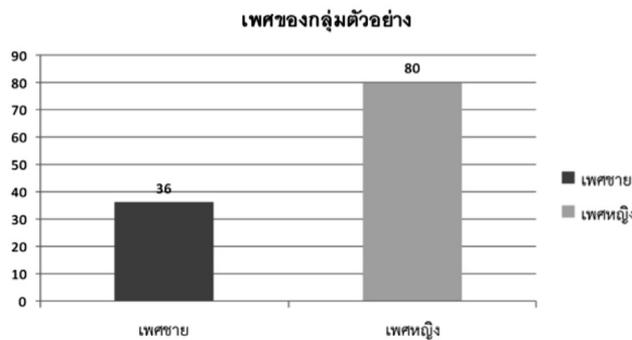
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงอายุในสถานประกอบการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

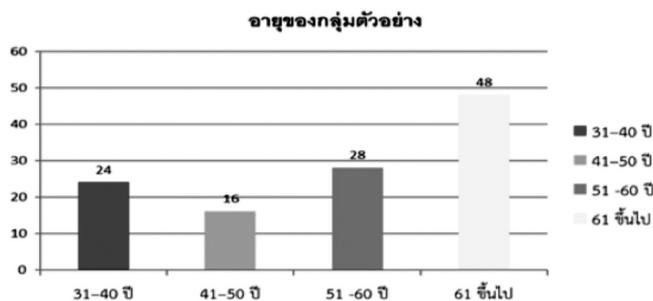
3.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านเพศของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ภาพที่ 2 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 และเป็นเพศชายจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0

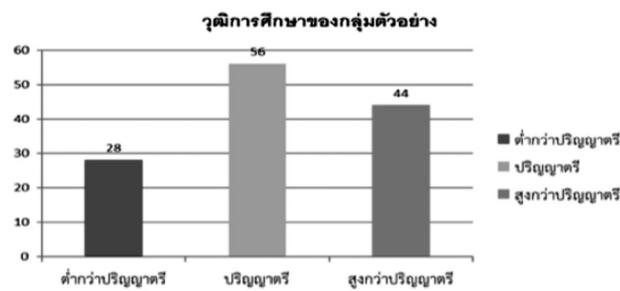
3.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ภาพที่ 3 อายุของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุช่วง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.1 กลุ่มอายุช่วง 31-40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.7 และกลุ่มอายุช่วง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

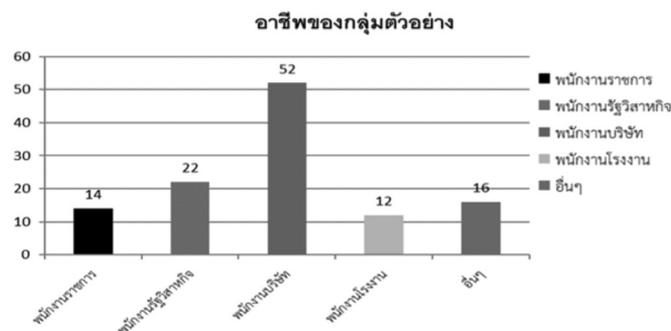
3.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านวุฒิการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ภาพที่ 4 วุฒิการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ในกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67 รองลงคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ

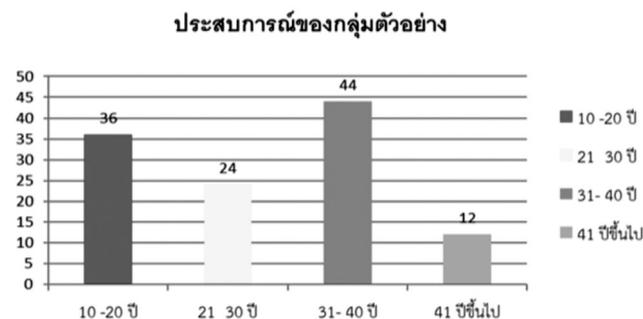
3.1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ภาพที่ 5 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ในกลุ่มตัวอย่างทำงานเป็นพนักงานบริษัท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงคือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.0 ผู้ทำอาชีพด้านอื่น ๆ เช่น เกษียณ ทำอาชีพส่วนตัว เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 13.8

3.1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ภาพที่ 6 ประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากภาพที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการทำงาน 31-40 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมาคือ มีประสบการณ์ในการทำงาน 10-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.0 มีประสบการณ์ในการทำงาน 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.7 และมีประสบการณ์ในการทำงาน 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงอายุ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในปัจจัยที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานด้านบุคลากร

1. ปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้านบุคลากร	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
มีสุขภาพดี	4.34	0.76	มากที่สุด
มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงาน	4.31	0.53	มากที่สุด
มีความสุขกับการทำงาน	4.34	0.87	มากที่สุด
มีเป้าหมายในการทำงาน	4.28	0.58	มากที่สุด
วางแผนก่อนลงมือทำ	4.24	0.68	มากที่สุด
มีโอกาสนำหน้าในการทำงาน	4.10	0.72	มาก
ได้รับค่าตอบแทนเหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย	4.21	0.67	มากที่สุด
การสร้างสรรค์วิธีการทำงานแบบใหม่	3.86	0.57	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 116 คน ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับปัจจัยด้านการมีสุขภาพดี และการมีความสุขกับการทำงาน ($\bar{x} = 4.34$, S.D. = 0.76 และ S.D. = 0.87 ตามลำดับ) เพราะ การประสิทธิภาพการทำงานที่ดีนั้น ผู้ปฏิบัติงานต้องมีร่างกายที่แข็งแรง สุขภาพที่ดีและมีความสุขกับงานที่ทำ รองลงมา การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 0.53) เนื่องจากการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานทำให้เกิดการทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลำดับถัดไปคือการมีเป้าหมายในการทำงาน ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.58) วางแผนก่อนลงมือทำ ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 0.68) เนื่องจากสองปัจจัยดังกล่าวเป็นเหตุเป็นผลกัน การตั้งเป้าหมายและวางแผนในการทำงานจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และ การได้รับค่าตอบแทนเหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = 0.67) มีผลต่อการส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานเนื่องจากค่าตอบแทนที่ได้รับนั้นเป็นแรงกระตุ้นให้ตั้งใจในการทำงานมากขึ้น

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในปัจจัยที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ทำงาน

2. ปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ทำงาน	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีสีสันทัน	3.93	0.83	มาก
สภาพแวดล้อมในที่ทำงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ	4.21	0.89	มากที่สุด
สภาพแวดล้อมในที่ทำงานปลอดภัยและมีการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ	4.31	0.80	มากที่สุด
สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีความเป็นธรรมชาติ	3.90	0.96	มาก
สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีบรรยากาศที่เหมาะสม เช่น แสง, เสียงและอากาศ	4.03	0.81	มาก
สภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่มีอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่เหมาะสม	4.07	0.87	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 116 คน ส่วนใหญ่เห็นด้วยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงานปลอดภัยและมีการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 0.80) เนื่องจาก อุบัติเหตุสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา บางครั้งการเกิดอุบัติเหตุอาจจะนำความเสียหายทั้งชีวิตและทรัพย์สิน รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมในที่ทำงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = 0.89) ปัจจัยข้อนี้จะคล้อยตามปัจจัยในด้านบุคลากร ด้านการมีสุขภาพดี จึงเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ส่วนปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีสีสันทัน ($\bar{x} = 3.93$, S.D. = 0.83) สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีความเป็นธรรมชาติ ($\bar{x} = 3.90$, S.D. = 0.96) สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมี

บรรยากาศที่เหมาะสม เช่น แสง, เสียงและอากาศ ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.81) สภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่มีอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.87) เป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนด้านต่าง ๆ ของการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในปัจจัยที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานด้านองค์กรและการจัดการ

3. ปัจจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้านองค์กรและการจัดการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
การพัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับพนักงาน	4.24	0.78	มากที่สุด
สวัสดิการและสิทธิประโยชน์	4.28	0.87	มากที่สุด
ประเมินพนักงานด้วยคุณภาพของผลงาน โดยไม่ได้คิดจากจำนวนชั่วโมงที่ทำงาน	4.07	0.69	มาก
การส่งเสริมให้หัวหน้าทำความรู้จักลูกน้องแบบถึงลูกถึงคนมากขึ้น	3.83	0.95	มาก
ใส่ใจสุขภาพจิตและการจัดการความเครียดของพนักงาน	3.93	1.05	มาก
ส่งเสริมให้มีกิจกรรมพักผ่อนยามว่าง	3.93	1.11	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 116 คน ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับปัจจัยด้านสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.87) เนื่องจากการมีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ เช่น ทางด้านการแพทย์ การให้ทุนการศึกษาบุตร หรือการให้เงินพิเศษ (โบนัส) ทำให้บุคลากรมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีซึ่งจะส่งผลให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ รองลงมาคือ การพัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับพนักงาน ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.78) เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาไปเร็วมาก ดังนั้นเจ้าของกิจการหรือผู้ก่อตั้งกิจการต้องมีการอบรมเพิ่มพูนความรู้ให้กับบุคลากรในทีมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานที่ก้าวทันตามโลก

4. สรุป

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงวัยในสถานประกอบการ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 116 ชุด โดยมีพนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท พนักงานโรงงาน และผู้เกี่ยวข้องในสายงานด้านอื่น ๆ สามารถนำมาสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

4.1 สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างการศึกษาการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงวัยในสถานประกอบการ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 69.0 มีอายุอยู่ในช่วง 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 41.4 มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 67 ทำงานเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 44.8 มีประสบการณ์การทำงานอยู่ในช่วง 31-40 ปี ร้อย 37.9

จากการศึกษาการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงวัยในสถานประกอบการ แบ่งเป็น 3 ด้านคือ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมที่ทำงาน ด้านองค์กรและการจัดการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปัจจัยเกี่ยวกับด้านบุคลากร ดังนี้ การมีสุขภาพดีและการมีความสุขกับการทำงาน ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 ตามลำดับ รองลงมาคือ การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 การมีเป้าหมายในการทำงาน 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58 วางแผนก่อนลงมือทำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปัจจัยเกี่ยวกับด้านสิ่งแวดล้อมที่ทำงาน ดังนี้ ในที่ทำงานปลอดภัยและมีการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมในที่ทำงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีสีสันทัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปัจจัยเกี่ยวกับด้านองค์กรและการจัดการ ดังนี้ สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 รองลงมาคือ การพัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 จากการศึกษาใช้เครื่องมือวัดค่าความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พบว่าความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างเท่ากับร้อยละ 96

4.2 ปัญหาที่พบในการศึกษา

จากการที่ได้วิจัยในเรื่องของ การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงาน ผู้สูงวัยในสถานประกอบการ ผู้ศึกษาได้พบปัญหาที่เกิดขึ้นดังนี้ คือ ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามมีผลที่มีความใกล้เคียงกันมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกตอบ “มากที่สุด” และ “มาก”

4.3 การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยนี้ พบว่า การมีสุขภาพที่ดีของบุคลากรนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานที่ดีของบุคลากรในวัยสูงอายุ การมีสุขภาพที่ดีคือการมีสุขภาพกายที่ดีและมีสุขภาพจิตที่ดีด้วย การมีสุขภาพจิตที่ดีเกิดจากการมีความสุขกับการทำงานที่ทำ รักในงานที่ทำและการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานคนอื่น ๆ จะทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้น และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน จะต้องเป็นสภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของบุคลากรและมีการป้องกันอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการทำงาน รวมทั้งมีสภาพแวดล้อมที่ทำงานที่สะอาดและถูกสุขลักษณะไม่มีฝุ่น ไม่มีเสียงที่ดังเกินไป ส่วนในด้าน การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานด้านองค์กรและการจัดการพบว่า การมีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยการมีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ที่ดีนั้น เป็นการส่งเสริมทางด้านการแพทย์ การให้เงินพิเศษ (โบนัส) หรือ การให้ทุนการศึกษาบุตร ส่งผลให้เกิดการมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีของบุคลากร และการพัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับพนักงานเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรเช่นกัน (ศิวัชร, 2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากร

4.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับแรงงานผู้สูงวัยในสถานประกอบการ ได้มีการวิเคราะห์จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ยังมีจุดบกพร่องโดยเก็บรวบรวมเป็นข้อเสนอจากการศึกษาและสำหรับการศึกษารั้งต่อไป ดังนี้

4.4.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

4.4.1.1 มีการจัดอบรมเกี่ยวกับการเตรียมตัวเพื่อเข้าสู่ผู้สูงวัยในการทำงาน

4.4.1.2 ผลจากการวิจัยเป็นแนวทางในการเข้าสู่การทำงานของผู้สูงวัย

4.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับบริษัทต่างชาติเพื่อได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

5. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก งบประมาณสนับสนุนโครงการวิจัยของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ประจำปีงบประมาณ 2561 ขอขอบคุณคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ พื้นที่ศาลายา ที่เอื้อเฟื้อสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ สำหรับทำวิจัย รวมทั้งสถานประกอบการต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่ให้ข้อมูลในการวิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

6. เอกสารอ้างอิง

ชมพูนุท พรหมภักดี. 2556. การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย (Aging society in Thailand). บทความวิชาการ สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, ปีที่ 3 ฉบับที่ 16 สิงหาคม 2556.

- พภััสสรณ์ วรรณสิทธิ์ระกุล. 2559. บทบาทองค์การบริหารส่วนตำบลในการส่งเสริมพัฒนาผู้สูงอายุหลังปี 60. บทความวิชาการ การประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7 “การพัฒนาคุณภาพงานวิจัยสู่สังคม” มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. 2552. ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี : วิทยาออฟเซทการพิมพ์.
- ศิวพร โปรยานนท์. 2554. พฤติกรรมของผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากร: กรณีศึกษา องค์การธุรกิจไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี 2552. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เสนอเพิ่มอายุเกษียณ 60-65 ปี เพิ่มเงินสะสมกองทุนชราภาพ. หนังสือพิมพ์มติชน. ฉบับวันที่ 2 พฤศจิกายน 2549.
- Demakakos P, Gjonca E, Nazroo J. Age identity, age perceptions, and health: evidence from the English Longitudinal Study of Ageing. *Ann N Y Acad Sci.* 2007 Oct; 1114:279-87.
- Hurwitz S, Allen J, Liben A, Becklake MR. Lung function in young adults: evidence for differences in the chronological age at which various functions start to decline. *Thorax.* 1980 Aug; 35(8): 615-9.
- Laville A, Volkoff S. Elderly workers. In: Stellman JM, ed. *Encyclopaedia of occupational health and safety* 4th edition. Geneva: International Labour Office 1998.

รูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรม ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก

The Executive Competency Model for the Human Resource Management of the Automotive Parts Industry in The East

นปภา มณีรัตน์

Napapa Maneerat

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา จ.ชลบุรี

E-mail: napapamaneerat@gmail.com โทร. 089-5444399

Received 24/04/2562

Accepted 20/04/2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบสมรรถนะของผู้บริหารในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในภาคตะวันออก ในปัจจุบัน (ปี 2561) 2) เพื่อศึกษาความสำเร็จหรือประสิทธิผลของสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในภาคตะวันออก และ 3) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการปรับปรุงรูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือ ผู้บริหารของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง, ผู้บริหารระดับกลาง และผู้บริหารระดับต้น จากการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 17 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และวิธีการสังเกตการณ์ (Observation Approach) แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (triangulation) ในการหาความเที่ยงตรง (reliability) และความถูกต้อง (validity) เพื่อทำการสรุปผลที่ได้จากการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก ในปัจจุบัน (ปี 2561) ประกอบด้วย 1.1) เจ็อนไซที่สำคัญ (1) วิสัยทัศน์ (2) พันธกิจ และ (3) เป้าหมาย 1.2) ข้อมูลด้านสมรรถนะการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย (1) การบริหารจัดการองค์กร (2) กลยุทธ์การแข่งขัน (3) การวางแผน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และ (4) ทักษะทางการสื่อสาร 2) ความสำเร็จหรือประสิทธิผลของสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก ได้แก่ (1) ความยั่งยืนขององค์กร (2) ความผูกพันของลูกค้า (3) ความภักดีของพนักงาน (4) การมุ่งสู่ความเป็นเลิศและ (5) รางวัลความสำเร็จ 3) ความเป็นไปได้ของการปรับปรุงรูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก ประกอบด้วย 3.1) เจ็อนไซที่สำคัญ (1) วิสัยทัศน์ (2) วัฒนธรรมองค์กร (3) นโยบาย (4) กลยุทธ์และ (5) มาตรการ 3.2) ข้อมูลด้านสมรรถนะการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย (1) การบริหารจัดการองค์กร (2) กลยุทธ์การแข่งขัน (3) การวางแผน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (4) ทักษะทางการสื่อสารและ (5) ภาวะผู้นำ

คำสำคัญ: สมรรถนะการบริหารทรัพยากรมนุษย์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ผู้บริหาร

Abstract

This research is a qualitative research. The purposes of this research were to 1) study the executive competency model for the Human Resource management of the automotive parts industry in the east at present (year 2018); 2) study the success or effectiveness of the executive competency model for the Human Resource management of the automotive parts industry in the east; 3) study the feasibility for improvement of the executive competency model for the Human Resource management of the automotive parts industry in the east. Key informants Is the executive of the automotive parts industry In the east were could be divided into 3 levels including top executives, middle executives and lower executives, 17 people of which were selected by using Purposive Sampling method. This qualitative research can adopt various concepts. Theoretical stances and methods included In-Depth Interviews (Semi-Structure Interviews), Focus Group Discussion, Non-Participant Observation and Documents. The inspection method of the triangle for a reliability and validity. The data was collected for content analysis to summarize the findings. The research results are as follows: 1) The executive competency model for the Human Resource management of the automotive parts industry in the east at present (year 2018) consists of 1.1) The important conditions include: (1) Visions; (2) Missions; (3) Goals 1.2) Information for executive has been competency model for human resource management includes: (1) organizational management; (2) competitive strategy; (3) Human resource management and development; (4) Communication skills. 2) the success or effectiveness of the executive competency model for human resource management of the automotive parts industry in the east includes: (1) the corporate sustainability; (2) customer engagement; (3) employees loyalty; (4) focusing on the business excellence; (5) the achievement awards. 3) the feasibility of improving an executive competency model for the Human Resource management of the automotive parts industry in the east consists of: 3.1) The important conditions includes: (1) Vision; (2) Corporate Culture; (3) The policy; (4) Strategy; (5) Measures. 3.2) Information for executive competency model for human resource management consists of: (1) organization management; (2) competitive strategy, (3) human resource planning; (4) communication skills; (5) leaderships.

Keywords: Competency of human resource management, Automotive parts industry, Executive

1. บทนำ

อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะการเป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อการส่งออกที่แข็งแกร่งเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2555) และได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีนโยบายที่โดดเด่นในการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีนโยบายสนับสนุนเขตเศรษฐกิจการลงทุนพิเศษ หรือที่เรียกว่า ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) เพื่อให้เป็นจุดศูนย์กลางด้านการลงทุนระดับโลก ที่ประกอบด้วย 3 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง และ ฉะเชิงเทรา ซึ่งมีความเหมาะสมในการเป็นพื้นที่นำร่องของเขตเศรษฐกิจ เนื่องจากพื้นที่ภาคตะวันออกเป็นที่รู้จักของนักลงทุนทั่วโลก และมีความพร้อมในหลายประการ รวมถึงการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจบริเวณชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก ให้เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมหลัก เพื่อที่จะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรม

ชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยเน้นการพัฒนาประเทศไปทางด้านอุตสาหกรรมการผลิต และการบริการมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2560) อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจกันเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในหลายด้าน อาทิ ด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ ที่จำเป็นจะต้องมีการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์อย่างรวดเร็วตามไปด้วย ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้องค์กรจำเป็นต้องมีการพัฒนาบุคลากรในด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ทั้งการพัฒนาแนวความคิด ความรู้ และทักษะ เช่น ทักษะด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ ทักษะทางการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรภายใน และบุคลากรภายนอก ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน รวมไปถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิต และความปลอดภัยของพนักงาน (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2559) นอกจากนี้ ในปัจจุบัน (ปี 2561) ผู้บริหารยุคใหม่ ควรจะต้องมีความพร้อมรับมือกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงคุณสมบัติหรือสมรรถนะที่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ได้ โดยเฉพาะผู้บริหารระดับกลาง ที่ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างผู้บริหารรับสูง และผู้บริหารระดับต้น รวมถึงระบบในการบริหารจัดการที่องค์กรเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่กำหนด โดยอาศัยการบริหารจัดการคน หรือพนักงานที่ทำงานอยู่กับองค์กร หากพนักงานสามารถทำงานให้ได้ตามเป้าหมายแล้ว องค์กรเองก็สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้เช่นกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษารูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก โดยเลือกองค์กรที่มีระบบการจัดการองค์กรในภาพรวมที่สามารถวัดและประเมินผลได้จากความสำเร็จ เป็นที่ยอมรับจากสากล โดยเฉพาะในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ขององค์กร เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความสำเร็จขององค์กร และองค์ประกอบที่โดดเด่น ในระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรเหล่านั้น ทำให้ผลการศึกษาที่ได้ สามารถเป็นข้อมูลให้กับอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม และเกิดประสิทธิผลต่ออุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ต่อไปในอนาคต

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษารูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก ในปัจจุบัน (ปี 2561)

1.1.2 เพื่อศึกษาความสำเร็จ หรือประสิทธิผลของสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก

1.1.3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการปรับปรุงรูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก

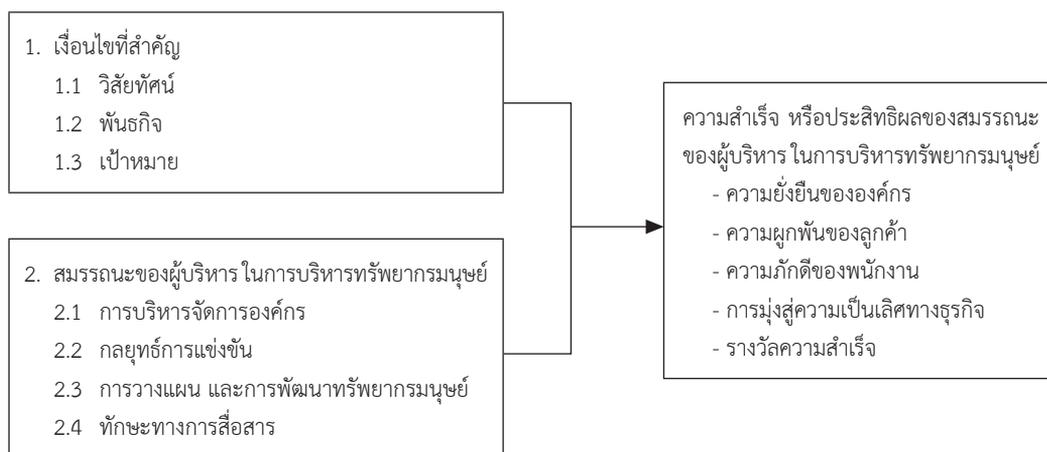
1.2 ขอบเขตของการวิจัย

1.2.1 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารระดับสูง, ผู้บริหารระดับกลาง และผู้บริหารระดับต้น ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จังหวัดชลบุรี จำนวน 17 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.2.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาเฉพาะพื้นที่อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี

1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดที่มาจากการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และนำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ต่อไป



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

2. วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การศึกษาแบบกรณีศึกษา (Case study) (Denscombe, 2007) จากองค์กรที่ประสบความสำเร็จทางด้านการบริหารจัดการองค์กร และทรัพยากรมนุษย์สูงสุดในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก โดยมีการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากแนวคิด ทฤษฎี บทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิด โดยมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน และนำไปทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) 3 ระดับ ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง, ผู้บริหารระดับกลาง และผู้บริหารระดับต้น จำนวน 17 คน ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากนั้นจึงทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อหาฉันทมติ และข้อสรุปร่วมกันต่อไป รวมทั้งใช้วิธีการสังเกตการณ์ (Observation Approach) แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (triangulation) ในการหาความเที่ยงตรง (reliability) และความถูกต้อง (validity) เพื่อทำการสรุปผลที่ได้จากการวิจัย เพื่อทำการสรุปผลที่ได้จากการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นข้อคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview Guide) คือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยใช้แบบบันทึกข้อมูล (Record Form) ที่ได้จากการวิจัยเอกสารจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้ผสมผสานวิธีการวิจัย (Multiple Triangulation) ดังต่อไปนี้ 1) Validity (Greg et al., 2013) 2) Reliability (Gray, 2014), (Bazeley, 2013) และ 3) Philosophical Worldviews: The Constructivist Worldviews (Social Constructivist) เป็นการศึกษาที่ทำในสถานการณ์ที่เป็นธรรมชาติ (Natural Setting) เน้นการทำความเข้าใจแบบองค์รวม (Holistic Perspective) ที่มีความสัมพันธ์แบบหลายมิติต่อกัน ภายในบริบทที่องค์กรนั้นเป็นอยู่ (Creswell, 2014)

3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

3.1 ผลการศึกษา

ผลการศึกษา พบว่า

1) รูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก ในปัจจุบัน (ปี 2561) ประกอบด้วย

1.1) เจาะใจที่สำคัญ (1) วิสัยทัศน์ คือสิ่งที่ผู้บริหารมุ่งหวังจะให้หรือเกิดขึ้นในอนาคตซึ่งเป็นการตั้งเป้าหมายในระยะยาว (2) พันธกิจ คือวิธีการดำเนินการ หรือเป็นขอบเขตในการดำเนินงานขององค์กร และ (3) เป้าหมาย คือ ผลลัพธ์ที่ผู้บริหาร และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก หรือกำหนดไว้ หรือต้องการอยากให้เป็น ภายใต้ข้อจำกัดต่าง ๆ ที่มีอยู่ ดังนั้น สิ่งที่ต้องพิจารณาให้ความสำคัญ คือ วิสัยทัศน์ซึ่งเป็นทิศทางของเป้าหมาย ที่ต้องสอดคล้องกับนโยบายในการดำเนินงานเป็นหลัก และทำให้พันธกิจขององค์กรนี้แฝงอยู่ในวิธีการดำเนินงาน ซึ่งมีกฎเกณฑ์ และข้อกำหนดไว้อย่างกว้าง ๆ เพื่อให้สามารถที่จะแก้ไข/ปรับปรุงให้มีความยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

1.2) ข้อมูลด้านสมรรถนะการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย (1) การบริหารจัดการองค์กร เป็นการเตรียมพร้อมในโครงสร้างพื้นฐานของการดำเนินงาน (2) กลยุทธ์การแข่งขัน เป็นวิธีการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้แก่ กลยุทธ์ผู้นำทางด้านต้นทุน, กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์แบบมุ่งเน้น (3) การวางแผน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นการบริหารจัดการบุคลากรที่มีอยู่ในองค์กรให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างสูงสุด และ (4) ทักษะทางการสื่อสาร เป็นการสร้างความเข้าใจที่สอดคล้องตรงกันของทุกส่วนในองค์กร

2) ความสำเร็จ หรือประสิทธิผลของสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก ได้แก่ (1) ความยั่งยืนขององค์กร โดยองค์กรมุ่งมั่นต่อการดำเนินธุรกิจให้มีความเจริญเติบโตอย่างมั่นคง (2) ความผูกพันของลูกค้า ที่มาจากคุณภาพของสินค้า และการบริการที่มีต่อลูกค้าในระยะยาว (3) ความภักดีของพนักงาน ที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วม การให้เกียรติ และการสร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงาน (4) การมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ ด้วยการมีระบบบริหารจัดการที่ได้รับการรับรองจากมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง และ (5) รางวัลความสำเร็จ ที่เกิดจากกระบวนการประเมินผลผลิต การบริการ และกระบวนการทำงานขององค์กร ที่ผ่านตามเกณฑ์การวัดผลจากหน่วยงานภายนอก

3) ความเป็นไปได้ของการปรับปรุงรูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ประกอบด้วย

3.1) เจาะใจที่สำคัญ (1) วิสัยทัศน์ (2) วัฒนธรรมองค์กร เป็นสิ่งที่หล่อหลอมให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม ให้เกียรติ ช่วยเหลือเกื้อกูลกันและมุ่งมั่นปรับปรุงพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง เพื่อความสำเร็จอย่างยั่งยืน (3) นโยบาย คือ เจตจำนงขององค์กร ที่ทำให้พนักงานทุกคนมุ่งมั่นดำเนินงานไปสู่ทิศทางร่วมกัน (4) กลยุทธ์เป็นการตัดสินใจของผู้บริหารระดับสูง ในการกำหนดวิธีการดำเนินงานที่มีศักยภาพขององค์กร และ (5) มาตรการเป็นแนวทางการดำเนินงานให้เกิดผลต่อองค์กรที่พึงประสงค์

3.2) ข้อมูลด้านสมรรถนะการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย (1) การบริหารจัดการองค์กร (2) กลยุทธ์การแข่งขัน (3) การวางแผน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (4) ทักษะทางการสื่อสาร และ (5) ภาวะผู้นำที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ พร้อมทั้งจะอุทิศตัวทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร

3.2 อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้พบประเด็นสำคัญที่นอกเหนือจากข้อค้นพบตามกรอบแนวคิดที่ได้จากข้อคิดเห็น และข้อเท็จจริงจากผู้บริหารทั้ง 3 ระดับ โดยผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยที่โดดเด่นมาอภิปรายถึงสาเหตุของผลการวิจัยดังกล่าว เพื่อเชื่อมโยงข้อค้นพบจากความรู้ ประสบการณ์ พฤติกรรม หรืออธิบายปรากฏการณ์ในทัศนะของผู้บริหารจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ (Natural Setting) กับหลักทฤษฎี The Constructivist Worldviews (Social Constructivist) เพื่อ

ทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่ศึกษาอย่างเป็นองค์รวม (Holistic Perspective) ที่มีความสัมพันธ์แบบหลายมิติต่อกัน ภายในบริบทที่องค์กรนั้นเป็นอยู่ ประกอบด้วยประเด็นสำคัญ ๆ ได้แก่

1) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรโดยภาพรวม

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของชาติที่สร้างรายได้หลักให้กับประเทศอย่างมหาศาล ซึ่งหัวใจของอุตสาหกรรมยานยนต์ก็คือ อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผ่านมา องค์กรมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจ โดยยึดหลักการบริหารธุรกิจอย่างเป็นธรรม มีความโปร่งใส และตรวจสอบได้ ด้วยการผลิตสินค้าที่ดี มีคุณภาพ และราคาที่เหมาะสม ด้วยการยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม และใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมจากการสนับสนุนของภาครัฐ และภาคเอกชนในการขับเคลื่อนการพัฒนาาระบบเศรษฐกิจ และสังคมไทย เป็นเวลามากกว่า 40 ปี นอกจากนี้ องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของโลก ด้วยจุดแข็งทางด้านเทคโนโลยี และการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่มีมูลค่าสูง เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งยากที่จะลอกเลียนแบบได้ และส่งผลดีต่อธุรกิจทำให้ที่มีจำนวนคู่แข่งที่น้อย ซึ่งทำให้องค์กรมีส่วนครองตลาดมากกว่าบริษัทอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ปัจจัยดังกล่าว ส่งผลต่อการขยายกำลังการผลิตภายในประเทศเพิ่มขึ้น และขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศอีกด้วย รวมถึงความโดดเด่นทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในสินค้า การบริการ ความเป็นธรรมทางธุรกิจ ที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากลูกค้าที่มีต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับองค์กรมาอย่างยาวนาน (Jreisat, 2012)

2) การมีส่วนร่วมทางความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และเอกชน

จากการที่ประเทศไทยก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ส่งผลให้เกิดแรงงานย้ายถิ่น โดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือ ซึ่งในขณะนี้ มีแรงงานในระบบเพียง 4.57-5.00 แสนคน ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมในเรื่องการขาดแคลนแรงงานฝีมือเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ขาดแคลนแรงงานช่างฝีมือเป็นจำนวนมาก ทำให้องค์กรต้องใช้วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตให้มากขึ้น และจัดให้มีโครงการความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในรูปแบบระบบทวิภาค-โรงงานโรงเรียน โดยผ่านสภาอุตสาหกรรม และสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เพื่อเพิ่มจำนวนแรงงานที่มีทักษะเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ต่อไป ควบคู่ไปกับการพัฒนาความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยี (Digital Skill) ที่มีความสำคัญอย่างมากในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว รวมถึงความสามารถทางด้าน การติดต่อสื่อสาร การรายงานผลการดำเนินงาน การติดต่อประสานงาน ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร (ด้านทักษะการสื่อสาร) ให้กับพนักงาน เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น สิ่งสำคัญที่องค์กรคำนึงถึงคือ ต้องสอดคล้องกับนโยบายในเรื่องการที่พนักงานต้องได้รับผลตอบแทน สวัสดิการที่ดีตามผลประกอบการที่ดีให้กับพนักงานด้วยเช่นกัน (Jreisat, 2012)

3) นโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจ

จากการที่รัฐบาลมีนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศ โดยมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภค เพื่อเพิ่มศักยภาพรองรับการลงทุน การพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการจัดระบบเทคโนโลยี เพื่ออนาคตที่ยั่งยืนของประเทศไทย ทำให้มีโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจเกิดขึ้นมากมาย เช่น โครงการ (Asian Economics Community: AEC), เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA), หุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement: JETEPA), โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ฯลฯ จากการรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ในภูมิภาคเอเชียมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ในขณะที่สหรัฐอเมริกา และยุโรปมีเศรษฐกิจที่ค่อนข้างนิ่ง ทำให้มีโอกาสทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้องค์กรสามารถขยายฐานการผลิตไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก จนกระทั่ง ในปี 2560 มีการผลิตรถยนต์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 3 ล้านคัน เพื่อป้อนตลาดทั้งเอเชียแปซิฟิก และทั่วโลก โดยเฉพาะรถยนต์ที่ครองตลาดอย่างเข้มแข็งคือ รถปิกอัพ และรถอีโคคาร์ ที่ประสบความสำเร็จตามนโยบายที่ภาครัฐ และภาคเอกชนได้ตั้งเป้าหมายไว้ จากความเติบโตทางเศรษฐกิจ ทำให้ภาครัฐ

ได้เตรียมแผนลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน ด้วยการให้ประชาชนย้ายออกไปอยู่นอกเมือง ส่งผลให้เกิดความต้องการใช้รถยนต์เพื่อการเดินทางจึงเพิ่มขึ้น แม้แต่ผลจากนโยบายรัฐบาลระยะสั้น เช่น นโยบายรถคันแรก เป็นต้น ก็ส่งผลให้อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขององค์กร มียอดการผลิตเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

4) การวางแผน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC นอกจากตลาดที่มีขนาดใหญ่เกิดขึ้น ส่งผลให้เกิดความต้องการรถยนต์ในตลาดเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังมีความเสี่ยงที่โอกาสการส่งออกอาจลดลง จากการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริหารต้องมีการปรับตัว และเพิ่มศักยภาพของบุคลากรโดยการวิเคราะห์ข้อดีที่ตรงที่ที่ต้องใช้ในกระบวนการผลิต จากการพัฒนาคุณภาพแรงงานที่มีฝีมือ (Labor Productivity) โดยการยกระดับความสามารถ และประสิทธิภาพ เพื่อให้ใช้กำลังคนเท่าเดิม แต่สามารถผลิตได้เพิ่มมากขึ้น ด้วยการฝึกอบรม พัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อพนักงาน และองค์กร โดยมุ่งเน้นความร่วมมือ และการทำงานเป็นทีม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร ที่สามารถพิจารณาได้จากผลการปฏิบัติงาน เนื่องจากผลสำเร็จขององค์กรมาจากผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ดังนั้น การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานสามารถทำให้องค์กรรู้ว่าพนักงานแต่ละคนปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอยู่ในระดับใด มีจุดเด่นหรือจุดด้อยอะไรบ้าง เพื่อที่องค์กรจะได้หาวิธีการ แนวทางปรับปรุง หรือจัดสรรพนักงานให้เหมาะสมกับความสามารถ รวมถึงการวางแผนความก้าวหน้าให้กับพนักงานที่จะเติบโตในอนาคต และทำให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5) การสร้างแรงจูงใจ เพื่อลดการลาออกของพนักงาน

เมื่อเริ่มต้นพนักงานที่เข้ามาทำงานกับองค์กรนั้น ย่อมมีแรงจูงใจ (Motivation) อยู่เต็มร้อย แต่ความสามารถ (Ability) อาจมีไม่ถึงร้อย แต่เมื่อเวลาผ่านไป ความสามารถจะค่อย ๆ เพิ่มขึ้นได้จากการฝึกอบรม และประสบการณ์จากงานที่ทำ แต่ในขณะที่บางครั้ง แรงจูงใจในการทำงานอาจกลับลดลงเรื่อย ๆ ซึ่งโดยธรรมชาติพบว่า แรงจูงใจจะหมดลงภายใน 6 เดือนแรก ดังนั้น การสร้างแรงจูงใจที่ดีขององค์กรที่มีทั้งแรงจูงใจเชิงบวก (การให้รางวัล) และแรงจูงใจเชิงลบ (บทลงโทษ) และสิ่งที่สำคัญอีกประเด็นก็คือ องค์กรต้องทำให้พนักงานรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในความสำเร็จขององค์กรที่ไม่ใช่จำกัดแค่ตำแหน่งผู้บริหารเท่านั้น แต่ทุกคนจำเป็นต้องได้รับความเคารพ และรู้สึกมีเกียรติในการทำงานที่ประสบความสำเร็จเหล่านั้นด้วยเช่นกัน เพราะเป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงานปฏิบัติงานร่วมกับองค์กรต่อไปในกิจกรรมต่าง ๆ นำมาซึ่งความจงรักภักดีของพนักงานที่มีต่อองค์กรในการดำเนินงานร่วมกันในระยะยาวต่อไป และที่สำคัญที่สุดที่ยังสามารถช่วยลดอัตราการลาออก (Turn over) ของพนักงานได้เป็นอย่างดี

6) การเตรียมความพร้อม

ถึงแม้ว่าที่ผ่านมาจะมีหลายหน่วยงานให้การสนับสนุน ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน แต่นั่นยังไม่ได้หมายความว่าเรื่องดังกล่าวจะครอบคลุมในเรื่องของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในปัจจุบันได้ทั้งหมด ทำให้ที่ผ่านมาผู้บริหารต้องเผชิญกับปัญหาจากปัจจัยที่เป็นสาเหตุหลายประการ เช่น ต้นทุนการผลิต (ค่าแรง, ค่าขนส่ง และพลังงาน) ต้นทุนการค้า (คลังสินค้า) รวมทั้งการหาตลาดใหม่ ๆ ในการส่งออกเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เป็นอย่างมาก จึงทำให้องค์กรต้องนำหุ่นยนต์เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อเป็นการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ องค์กรยังได้มีการพัฒนาฝีมือแรงงาน ให้สามารถใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ได้ เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานดังกล่าว และช่วยร่นระยะเวลาในการทำงาน รวมถึงความเสียหายของชิ้นงานได้ ด้วยการให้ความรู้ และคำแนะนำที่ถูกต้อง ในการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ส่งผลให้การบริหารงานขององค์กรทั้งระบบมีประสิทธิภาพสูงสุด และจะส่งผลดีในการพัฒนาประเทศต่อไป

7) การเติบโต และผลกำไร

จากการรายงานของ (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers: OICA) ปรากฏว่าการผลิตรถยนต์ของประเทศไทยขึ้นสู่อันดับ 10 ของโลกเป็นที่เรียบร้อยแล้ว เนื่องจากในปี 2561 ยานยนต์ไทยมีอัตราการขยายตัวที่สูงมาก ทั้งจากภาคการผลิต และการจัดจำหน่าย ส่งผลให้ประเทศไทยก้าวสู่อันดับที่ดีขึ้น ทำให้องค์กรที่

เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับต้น ๆ ของประเทศไทย มียอดจำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยมูลค่า การส่งออกทั้งใน และต่างประเทศ ที่เป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก นอกจากนี้ องค์กรได้ประสบความสำเร็จ จากการเปิดตลาดในต่างประเทศ และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี สำหรับแนวโน้มตลาดรถยนต์ของปี 2562 จากการ ขยายตัวของเศรษฐกิจไทยที่เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งคาดการณ์ว่า GDP เติบโตอยู่ที่ 4.4% ที่มีปัจจัยสนับสนุน จากการส่งออก และการท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างเห็นได้ชัด รวมถึงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานจากภาครัฐ และดัชนี ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ปรับตัวสูงขึ้น ทั้งนี้ องค์กรยังได้มีการเพิ่มจำนวนโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ขึ้นภายใน ประเทศไทย และการขยายฐานการผลิตไปยังต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และนโยบายภาครัฐ รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์ภายใต้ไทยแลนด์ 4.0 ได้ในอนาคต

8) ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์

เนื่องจากผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ เป็นบริษัทในเครือของผู้ผลิตรถยนต์ต่างชาติ ดังนั้นนโยบาย ของบริษัทแม่ จึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเลือกที่ สถานที่ตั้งของโรงงานผลิตรถยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ซึ่งเป็นปัจจัยหลัก ที่มีผลต่อความได้เปรียบขององค์กรนี้ คือ ทำเล ที่ตั้งของห่วงโซ่อุปทาน ที่ตั้งสามารถเป็นตัวแสดงถึงความพร้อมในด้านวัตถุดิบของอุตสาหกรรม เนื่องจากมีความต้องการจาก การใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้สามารถช่วยลดต้นทุนการขนส่ง และเพิ่มความมั่นคงด้านวัตถุดิบ ได้เป็นอย่างดี ลำดับต่อมาคือความใกล้ชิดตลาด หรือกลุ่มลูกค้าของตลาดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จีน อินเดีย ที่ทำให้ ประเทศไทยมีความใกล้ชิดตลาดรถยนต์ในระดับสูง ที่มีผลต่อการทำความเข้าใจถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้า รวมไปถึง นโยบายสนับสนุนการส่งเสริมการลงทุนจากทุกภาคส่วน และการให้สิทธิประโยชน์ด้านการลงทุน ที่จะช่วยกระตุ้น ความสนใจของผู้ที่จะมาลงทุน เกี่ยวกับการได้รับสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุนอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตระเบียง เศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งองค์กรมีโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ตั้งอยู่ในทำเลดังกล่าว จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ช่วย ดึงดูดการลงทุนใหม่ในอุตสาหกรรมรถยนต์ หรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องให้มาอยู่ในเขตอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อให้มี ความสะดวก และลดต้นทุนจากการขนส่งได้ค่อนข้างสูง

9) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

การสื่อสารนับได้ว่าเป็นกลยุทธ์ หรือกระบวนการ หรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่ความเข้าใจในการติดต่อ และ การทำงานร่วมกันของบุคคลในองค์กร เพื่อบรรลุเป้าหมายเดียวกัน การสื่อสารจำเป็นต้องเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่าง บุคคล การสื่อสารที่ดีซึ่งต้องใช้ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีควบคู่กันไปด้วย จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นประสบผลสำเร็จ ดังนั้น การสร้างระบบการสื่อสารภายในองค์กรที่ดี จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก หน้าที่สำคัญของผู้บริหารทุกระดับ คือ การจัดระบบการสื่อสารของข้อมูลข่าวสารในองค์กร และลดความผิดพลาดหรืออุปสรรคในการสื่อสาร โดยเริ่มจาก การฟังอย่างตั้งใจ (Listen actively) เป็นการลดความผิดพลาดจากการสื่อสาร การตั้งใจฟังจะทำให้ข้อมูลจากผู้ส่งสาร ต้องการจะส่งถึงผู้รับสารครบถ้วน และยังทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีระหว่างผู้ที่สื่อสาร และเกิดการยอมรับกัน ยังเป็นการ พัฒนาระบบความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กรอีกด้วย การติดตามผล และให้ข้อมูลย้อนกลับ (Follow-up and feedback) เป็นวิธีการที่ใช้ในการตรวจสอบข้อมูลที่ส่งไปว่า ผู้รับเข้าใจตรงกันกับผู้ส่งอย่างไร วิธีการนี้จะทำให้ กระบวนการสื่อสารเป็นแบบสองทาง (Two-way) สามารถตรวจสอบได้จากการโต้ตอบจากการแสดงออกของผู้รับสาร นอกจากนี้องค์กรได้มีลงทุนปรับปรุงระบบการสื่อสารที่มีมูลค่ามากกว่าร้อยล้านบาท เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ สูงสุด ด้วยระบบศูนย์กลางข้อมูล จากการใช้เสียงตามสายเป็นแหล่งกระจายข่าว ทำให้การสื่อสารมีความรวดเร็ว และมีความถูกต้องของข้อมูลมากขึ้น ซึ่งผู้บริหารเห็นตรงกันว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุด คือ การสื่อสารที่เข้าใจง่าย ใช้วิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการกระตุ้นพลังในการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรในองค์กร เพื่อให้สามารถร่วมกัน นำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายได้อย่างสูงสุด

10) ความสำคัญของวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร ถือได้ว่าเป็นพื้นฐานของการอยู่ร่วมกันของคนในองค์กร ทำให้ผู้บริหารมีความเห็นว่า วัฒนธรรม

องค์กรเป็นสิ่งสำคัญรองจากวิสัยทัศน์ เพราะหากมีการหล่อหลอมรวมพนักงานให้มีวัฒนธรรมไปในทิศทางเดียวกันได้แล้ว การทำงานร่วมกัน หรือการสร้างทีมที่จะมุ่งไปสู่เป้าหมายเดียวกัน ก็ย่อมเป็นเรื่องที่ทำได้ง่าย สถานที่ทำงานจึงเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของชีวิตคนวัยทำงาน ดังนั้น การทำให้สถานที่ทำงานให้สามารถอำนวยความสะดวกให้เกิดความสุข เกิดความปลอดภัย มีการยอมรับนับถือกันและกัน การสร้างระบบที่ทำให้ค่านิยมในองค์กรเกิดขึ้นจริง การทำลายกำแพงที่แบ่งกันระหว่างพนักงานทั่วไปกับฝ่ายบริหาร ทำลายความเกรงกลัว ความห่างเหิน เพื่อที่จะสามารถพูดคุยกันได้อย่างสนิทใจ สร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง ผู้บริหารจึงส่งเสริมให้เกิดความใกล้ชิด เน้นการพูดคุยสื่อสารในทุกระดับ และการเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับพนักงาน การให้ความสำคัญกับการเปิดใจด้วยการถอดบทเรียนจากความผิดพลาดของแต่ละคน ถ่ายทอดข้อบกพร่องเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ แทนที่จะบอกเฉพาะเรื่องความสำเร็จเท่านั้น ในทางกลับกันจะเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันทางใจให้เกิดความรอบคอบ รอบด้านในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งเกิดความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลง หรือตัดสินใจ ด้วยการปฏิรูประบบองค์กรให้เป็นองค์กรแบบ Open and Challenge สร้างความสอดคล้องระหว่างบทบาทและสิ่งที่คาดหวัง

4. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

- 1) ควรศึกษาความเหมาะสมของเนื้อหาของรูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เกี่ยวกับความแตกต่างปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกของแต่ละองค์กร
- 2) ควรนำรูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ไปศึกษาวิจัยเชิงปริมาณกับอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ทั้งหมด เพื่อวิเคราะห์การบริหารงานของผู้บริหารทุกระดับ ว่ามีลักษณะเป็นอย่างไรอยู่ในระดับใด มีจุดแข็ง จุดอ่อนอะไรบ้าง เพื่อที่จะได้กำหนดแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารในภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ได้อย่างเหมาะสม และชัดเจนต่อไป
- 3) ผู้บริหารสามารถนำไปใช้ในการจำแนก แยกแยะประเภทของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรที่มีความแตกต่างบนพื้นฐานของผลการปฏิบัติงาน และศักยภาพในการปฏิบัติงาน เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม
- 4) ผู้บริหารสามารถนำไปใช้ในการจำแนกประเภทของทรัพยากรมนุษย์จะช่วยให้องค์กรสามารถวิเคราะห์ อ่านใจ ตัดสินใจ และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 5) ผู้บริหารสามารถนำกลยุทธ์ไปใช้ในกระบวนการในด้านการพัฒนา และการธำรงรักษาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ และรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้คงอยู่กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน

5. กิตติกรรมประกาศ

ดุชนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.วิภาวี พิจิตบันดาล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และรองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ มีทรัพย์หลาก อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางที่ถูกต้อง และเหมาะสมด้วยความละเอียดถี่ถ้วน และเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

6. เอกสารอ้างอิง

- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. 2559. **โครงการจัดทำยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมกับต่างประเทศ และความร่วมมือระหว่างประเทศของกระทรวงอุตสาหกรรม.** (Online). เข้าถึงจาก http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/study_report/final_intl_strategy.pdf/150816:2559. (สืบค้นวันที่ 29 ตุลาคม 2559).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2560. **เจาะลึกการลงทุนใน (Eastern Economic Corridor: EEC) พื้นที่ยุทธศาสตร์เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0.** (Online). เข้าถึงจาก <https://www.mmthailand.com/eec-thailand-4-0/200317:2560>. (สืบค้นวันที่ 24 มกราคม 2560).

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. 2555. **แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ พ.ศ.2555-2574**. กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม.

Bazeley, P. 2013. **Qualitative Data Analysis: Practical Strategies**. London: Sage publication.

Creswell, J. W. 2014. **Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches**. 4th edition. Thousand Oaks, CA: Sage.

Denscombe, M. 2007. **The Good Research Guide: for Small Scale Social Research Project**. 3rd edition. New York: The McGraw-Hill Companies.

Gray, E.D. 2014. **Doing Research in the Real World**. 3th edition. London: Sage publications.

Greg et al., 2013. **Collecting Qualitative Data: A Field Manual for Applied Research**. London: Sage publications.

Jreisat, E.J. 2012. **Globalism and Comparative Public Administration**. Boca Raton: CRC Press.

การวิเคราะห์และเปรียบเทียบปัจจัยการล่าช้าและการตรงต่อเวลา ของสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย

The Analysis and Comparison of Factors in Delay and Flight On Time, One Airline of Asia Region

บุญญวัฒน์ อักษรกิติ¹ วรชมนต์ สันติศิริ² และ อัศวิน วงศ์วิวัฒน์³

Boonyawat Aksornkitti, Watsamon Santisiri and Asawin Wongwiwat

^{1,2} สถาบันเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก, ³ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม
boonyawatgun@gmail.com, โทร. 086-3241715

Received 30/01/2563

Accepted 16/04/2563

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยความล่าช้าของสายการบิน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการตรงต่อเวลา และ 3) เพื่อเปรียบเทียบความล่าช้าและการตรงต่อเวลา มีวิธีการดำเนินงานวิจัยโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงไปที่หน่วยงานสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งมีพนักงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 8 คน เครื่องที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างซึ่งได้รับการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูลและการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านผู้วิจัย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความล่าช้าของสายการบิน คือ การจัดการจราจรทางอากาศ ผู้โดยสารและสัมภาระ/สภาพอากาศ และการซ่อมบำรุง ตามลำดับ ปัจจัยการตรงต่อเวลา คือ การทำงานเป็นทีมและการจัดการจราจรทางอากาศ สภาพอากาศ ผู้โดยสาร/สัมภาระ ความพร้อมของอากาศยาน และการให้บริการในลานจอด ตามลำดับ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบแล้วพบว่าปัจจัยที่มีเหมือนกันระหว่างความล่าช้ากับการตรงต่อเวลาคือ ผู้โดยสาร/สัมภาระ การจัดการจราจรทางอากาศ และสภาพอากาศ

คำสำคัญ: การตรงต่อเวลา ความล่าช้า สายการบิน

Abstract

This research has objectives 1) to study factor of delay aircraft 2) to study factor of on time aircraft and 3) to compare between delay factor and on time factor aircraft. Research methodology: we use random sampling to department of flight planning in one Airline of Asia Region which has 8 staffs and tools in this research is semi - structured interview which was valid by data triangulation. The result found that the most delay factor is air traffic control, passenger/baggage and weather, and technical respectively. The most on time aircraft is teamwork and air traffic control, weather, passenger/baggage, readiness of aircraft, and ramp service respectively. When compare between factor we found that the same factors are passenger/baggage, air traffic control, and weather.

Keywords: On - time, Delay, Airline

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เรื่องอุตสาหกรรมและบริการขนส่งและโลจิสติกส์ ที่ใช้ประเทศไทยในการส่งเสริมด้านการคมนาคมขนส่ง และลดต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์ ตลอดจนสนับสนุนหน่วยงานด้านที่กำกับดูแล

การบินให้มีมาตรฐานระดับสากล (ราชกิจจานุเบกษา เรื่องยูทอร์ศาสตร์ชาติ, 2561) และจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ด้านการพัฒนาาระบบขนส่งทางอากาศ จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีการพัฒนาท่าอากาศยานต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ท่าอากาศยานในสังกัด บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) เช่น ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมืองได้มีแผนการพัฒนาอาคารผู้โดยสาร การสร้างทางวิ่งเพิ่ม (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด, 2561) เพื่อรองรับจำนวนผู้โดยสารที่จะเติบโตในอนาคต ในปี พ.ศ. 2564 ไม่ต่ำกว่า 60 ล้านคนต่อปี พ.ศ. 2568 ไม่ต่ำกว่า 90 ล้านคนต่อปี และในปี พ.ศ. 2573 ไม่ต่ำกว่า 120 ล้านคนต่อปี ด้วยการสร้างอาคารผู้โดยสารแห่งที่ 2 สร้างทางวิ่งเส้นที่ 3 ทั้งนี้จำนวนผู้โดยสารที่มากขึ้นย่อมส่งผลถึงอากาศยานที่ขึ้น - ลงในท่าอากาศยานย่อมมีมากขึ้นด้วย และในมุมมองของสายการบินเองเมื่อมีจำนวนผู้โดยสารมากขึ้นย่อมต้องแข่งขันที่คุณภาพการให้บริการซึ่งการให้บริการด้านการตรงต่อเวลาย่อมส่งผลถึงคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้โดยสาร (จุฑารัตน์, 2561)

ทั้งนี้หากสายการบินที่เดินทางไม่ตรงเวลา นอกจากผู้โดยสารจะถือว่าเป็นสายการบินไม่มีคุณภาพแล้วยังถือว่าเป็นต้นทุนของสายการบินต่าง ๆ ด้วย เนื่องจากหากเกิดความล่าช้าสายการบินจะต้องชดใช้ให้ผู้โดยสาร หากอยู่ในช่วง 2 - 3 ชั่วโมง สายการบินต้องจัดอาหารและเครื่องดื่มตลอดจนเครื่องมือสื่อสาร และคืนค่าโดยสาร (หากผู้โดยสารไม่ต้องการจะเดินทางต่อ) ในช่วง 3 - 5 ชั่วโมง สายการบินต้องจัดอาหารและเครื่องดื่มตลอดจนเครื่องมือสื่อสาร และคืนค่าโดยสาร (หากผู้โดยสารไม่ต้องการจะเดินทางต่อ) หรือ เปลี่ยนเที่ยวบินหรือให้บริการการเดินทางด้วยวิธีอื่น ๆ ช่วง 5 - 6 ชั่วโมงขึ้นไป สายการบินต้องจัดอาหารและเครื่องดื่มตลอดจนเครื่องมือสื่อสาร และคืนค่าโดยสาร (หากผู้โดยสารไม่ต้องการจะเดินทางต่อ) หรือ เปลี่ยนเที่ยวบินหรือให้บริการการเดินทางด้วยวิธีอื่น ๆ และผู้โดยสารจะได้รับเงินชดเชยจำนวน 600 บาท เป็นต้น (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2561) จากหลักการและเหตุผลดังกล่าวทำให้คณะผู้วิจัยต้องการวิเคราะห์ปัจจัยการตรงต่อเวลาของสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียซึ่งเป็นสายการบินที่เป็นที่ยอมรับในด้านการตรงต่อเวลาติดอันดับ 1 ใน 5 จากการประเมินของ Skytrax ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำวิจัยและจัดอันดับต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการบิน โดยคาดหวังว่างานวิจัยเรื่องนี้จะประโยชน์ของสายการบินในประเทศไทยให้ดีขึ้นระดับสากลตามนโยบายของรัฐบาล

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความล่าช้าของสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย
- 1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการตรงต่อเวลาของสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย
- 1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบความล่าช้าและการตรงต่อเวลาของสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1 สายการบินสามารถนำไปพัฒนาการให้บริการที่ตรงต่อเวลาได้
- 1.3.2 สายการบินมีแนวปฏิบัติที่ได้มาตรฐานการตรงต่อเวลาในระดับสากล

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้งานวิจัยได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์คณะผู้วิจัยจึงให้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงไปที่สายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งเป็นที่ยอมรับในด้านการตรงต่อเวลาติดอันดับ 1 ใน 5 จากการประเมินของ Skytrax ซึ่งมีพนักงานที่เกี่ยวข้องจำนวน 8 คน

1.4.2 ด้านเนื้อหา งานวิจัยเรื่องนี้คณะผู้วิจัยจะใช้ IATA delay code มาเป็นแนวทางในการออกแบบการสัมภาษณ์ และการสัมภาษณ์ด้านการทำงานต่าง ๆ ที่ทำให้สายการบินออกได้ตรงเวลาและเหตุการณ์ที่ทำให้เครื่องบินล่าช้า

1.4.3 ด้านระยะเวลา งานวิจัยนี้จะทำการสัมภาษณ์ ในช่วง เดือน พฤษภาคม - กรกฎาคม 2562

1.4.4 ด้านพื้นที่ในการศึกษา สัมภาษณ์พนักงานที่เกี่ยวข้องจำนวน 8 คน ซึ่งสายการบินนี้มีพนักงานเป็นคนไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

2. วิธีการทดลองหรือวิธีการศึกษา

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ตรงกับวัตถุประสงค์คณะผู้วิจัยได้มีวิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) (ประชุม, 2554) ไปที่สายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียซึ่งเป็นสายการบินที่เป็นที่ยอมรับในด้านการตรงต่อเวลาติดอันดับ 1 ใน 5 จากการประเมินของ Skytrax

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - structured interview) ซึ่งสร้างมาจากการรวบรวมข้อมูลทฤษฎี แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาออกแบบแบบสัมภาษณ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการตรงเวลาของสายการบินและปัจจัยที่มีผลต่อการตรงเวลาของสายการบิน ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ หลังการที่ได้แบบสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้วคณะผู้วิจัยจะส่งไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องทางด้านการบิน ด้านงานวิจัย จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบ หากมีข้อแก้ไขคณะผู้วิจัยจะนำกลับไปปรับปรุงและส่งกลับไปตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งแล้วจึงนัดวันสัมภาษณ์

2.3 การรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลทำโดยการเข้าสัมภาษณ์ตามวันเวลาที่ได้นัดหมายไว้กับกลุ่มประชากรทั้ง 8 คน และได้มีการขออนุญาตในการบันทึกเสียงในการเก็บข้อมูล ระหว่างการเก็บข้อมูลคณะผู้วิจัยจะใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า หรือ Triangulation (บุษกร, 2561) ด้วยวิธีการการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูลและการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านผู้วิจัย จะโดยแบ่งเป็น คนที่ 1-4 ผู้วิจัยคนที่ 1 คนที่ 5-8 ผู้วิจัยคนที่ 2 หลังจากสัมภาษณ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะสลับกันสัมภาษณ์ คนที่ 1-4 จะเป็นผู้วิจัยคนที่ 2 และ คนที่ 5-8 จะเป็นผู้วิจัยคนที่ 1 หลังจากนั้นจะนำเสียงที่ได้บันทึกไว้มาฟังเพื่อเก็บข้อมูลที่อาจจะบันทึกลงในแบบสัมภาษณ์ที่ยังไม่ครบต่อไป

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มานำเสนอด้วยสถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ตาราง โดยจะแบ่งออกมาเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการตรงเวลาของสายการบินและปัจจัยที่มีผลต่อการตรงเวลาของสายการบิน ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ และจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (เอี่ยมพร, 2555) ในการวิเคราะห์ปัจจัยการตรงต่อเวลาของสายการบิน ด้วยวิธีการจำแนกชนิดข้อมูล (Typological analysis)

3. ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์

ตารางที่ 1 เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	4	50.00
หญิง	4	50.00
รวม	8	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า พนักงานสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียหน่วยงานวางแผนการบิน มีจำนวน 8 คน แบ่งเป็นเพศชาย 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และ เพศหญิง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50

ตารางที่ 2 วุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	0	0.00
ปริญญาตรี	7	87.50
สูงกว่าปริญญาตรี	1	12.50
รวม	8	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า พนักงานสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย หน่วยงานวางแผนการบินมี วุฒิการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 และ การศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตารางที่ 3 ประสบการณ์ในการทำงาน

ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	2	25.000
5 - 10 ปี	2	25.00
มากกว่า 10 ปี	4	50.00
รวม	8	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า พนักงานสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย หน่วยงานวางแผนการบิน มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 5 ปี 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ประสบการณ์ 5 - 10 ปี 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และประสบการณ์มากกว่า 10 ปี มี 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50

ตอนที่ 2 การตรงเวลาของสายการบินและปัจจัยที่มีผลต่อการตรงเวลาของสายการบิน จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คณะผู้วิจัยได้แสดงผลการศึกษาในรูปแบบของตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ปัจจัยความล่าช้าของสายการบิน

พนักงาน (ลำดับ)	ปัจจัย	หมวดความล่าช้า ของ IATA
1	- ผู้โดยสาร - สภาพอากาศ	- หมวดที่ 1 (Passenger/Baggage) - หมวดที่ 7 (Weather)
2	- สภาพอากาศ - การจัดการจราจรทางอากาศ	- หมวดที่ 7 (Weather) - หมวดที่ 8 (Air traffic control)
3	- การซ่อมบำรุง - การจัดการจราจรทางอากาศ	- หมวดที่ 4 (Technical) - หมวดที่ 8 (Air traffic control)
4	- สภาพอากาศ - การจัดการจราจรทางอากาศ	- หมวดที่ 7 (Weather) - หมวดที่ 8 (Air traffic control)
5	- ผู้โดยสาร	- หมวดที่ 1 (Passenger/Baggage)
6	- สภาพอากาศ - การจัดการจราจรทางอากาศ	- หมวดที่ 7 (Weather) - หมวดที่ 8 (Air traffic control)
7	- ผู้โดยสาร	- หมวดที่ 1 (Passenger/Baggage)
8	- ผู้โดยสาร	- หมวดที่ 1 (Passenger/Baggage)

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยความล่าช้าของสายการบินที่มีมากที่สุด คือ การจัดการจราจรทางอากาศ (Air traffic control) ผู้โดยสารและสัมภาระ (Passenger and Baggage)/สภาพอากาศ (Weather) และการซ่อมบำรุง (Technical) ตามลำดับ จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คณะผู้วิจัยได้นำเสนอในตารางที่ 4 และ ตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 ปัจจัยการตรงต่อเวลาของสายการบิน

พนักงาน (ที่)	ปัจจัย	Teamwork	Passenger/ Baggage	Weather	Air traffic control	Readiness of aircraft	Ramp service
1		✓	✓	✓	✓		
2		✓				✓	
3		✓	✓				
4		✓		✓	✓		
5		✓				✓	
6				✓	✓		
7				✓	✓		✓
8			✓		✓		

จากตารางที่ 5 ปัจจัยการตรงต่อเวลาของสายการบินที่มีมากที่สุดคือและอยู่ในลำดับที่เท่ากัน คือ การทำงานเป็นทีม (Teamwork) การทำงานเป็นทีม และการจัดการจราจรทางอากาศ (Air traffic control) ปัจจัยที่มีรองลงมาเป็นอันดับสอง คือ สภาพอากาศ (Weather) ปัจจัยที่มีรองลงมาเป็นอันดับสาม คือ ผู้โดยสาร (Passenger) ปัจจัยที่มีรองลงมาเป็นอันดับสี่ คือ ความพร้อมของอากาศยาน (Readiness of aircraft) ปัจจัยสุดท้าย คือ การให้บริการในลานจอด (Ramp service)

ตารางที่ 6 สรุปคำอธิบายปัจจัยการตรงต่อเวลาของสายการบินตามของพนักงาน

Teamwork	<ul style="list-style-type: none"> - มีตารางเวลาให้ชัดเจนสำหรับพนักงานทุก ตั้งแต่ นักบิน จนถึง พนักงานทำความสะอาด เพื่อให้พนักงานทุกคนวางแผนการทำงาน - มีขั้นตอนการปฏิบัติงานมาตรฐาน เพื่อให้พนักงานแต่ละส่วนสามารถปฏิบัติงานได้ไปในแนวทางเดียวกัน และประหยัดเวลาในการคิดแก้ปัญหาต่าง ๆ - มีการอบรมการเรื่องการบริหารทรัพยากรการบิน เพื่อสร้างการทำงานเป็นทีม ทักษะการสื่อสาร การรับมือกับความเครียด เป็นต้น - มีนักบินและลูกเรือสำรองไว้หากมีเหตุฉุกเฉิน เพื่อป้องกันการล่าช้าของเครื่องบิน - อบรมปลูกฝังให้พนักงานรักกันเหมือนครอบครัว
Passenger/ Baggage	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องบริหารจัดการโหลดคนและสัมภาระให้เสร็จก่อนเวลาเครื่องบินออก - ไม่รอผู้โดยสารหากมาไม่ทันการ check - in เพราะจะกระทบถึงเวลาการออกของเครื่องบิน - นำใช้ระบบอัตโนมัติมาช่วย เช่น ตู้ check - in ด้วยตนเอง - การออกแบบอาคารผู้โดยสาร ป้ายแสดงบอกทางมีผลต่อเวลาที่ใช้ในการเดินทางมาที่ประตูขึ้นเครื่อง หากเดินไกลหรือป้ายไม่ชัดเจนอาจจะทำให้ผู้โดยสารหลงทางได้ - ต้องประชาสัมพันธ์นำหนักกระเป๋าที่อนุญาตให้โหลดขึ้นเครื่องและสิ่งของอันตรายที่ห้ามนำขึ้นเครื่องให้ชัดเจน เพราะหากมีผู้โดยสารละเมิดจะเสียเวลามาก
Weather	<ul style="list-style-type: none"> - หากสภาพอากาศดีหรือไม่เลวร้ายมาก ย่อมส่งผลให้เที่ยวบินสามารถขึ้นและลงได้ตามกำหนดเวลา
Air traffic control	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องมีการจัดการลานจอดให้ดี ไม่เช่นนั้นเครื่องบินจะต้องวนรออยู่บนฟ้า ส่งผลให้เกิดความล่าช้าได้ - เจ้าหน้าที่ควบคุมจราจรทางอากาศต้องบริหารห้วงอากาศให้ดี - สายการบินต้องโทรจองหลุมจอดล่วงหน้าเพื่อให้แน่ใจว่าเครื่องบินจะมีหลุมจอดแน่นอน (ไม่ต้องบินวน)
Readiness of aircraft	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องวางแผนการซ่อมบำรุง (A, B, C, D check) ให้ชัดเจนและหากประเมินว่าเครื่องบินไม่สามารถใช้งานได้ ต้องซ่อมทันที - พนักงานที่เกี่ยวข้องกับเครื่องบิน เช่น นักบิน ลูกเรือ พนักงานลานจอด ช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน ต้องทำงานกันเป็นทีม

ตารางที่ 6 (ต่อ)

Readiness of aircraft (Cont.)	<ul style="list-style-type: none"> - หากมีอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสารเสียหาย เช่น หน้าจอ ที่พับแขน สายการบินอาจให้ส่วนลดราคาตั๋วแทน แลกกับการเปลี่ยนเครื่องบินลำใหม่ - เมื่อเครื่องลงจอดแล้วต้องบริหารเวลาในการให้ผู้โดยสารลงตามเวลาที่กำหนด (8 - 12 นาที) เพื่อให้พนักงานมาทำความสะอาดภายในเครื่องบิน
Ramp service	<ul style="list-style-type: none"> - รักษาเวลาในการนำสินค้าขึ้นเครื่องแต่ต้องอยู่ในกฎของความปลอดภัย - หากสินค้ามาไม่ทันก็ยกเลิกและให้ส่งไปกับเครื่องบินในเที่ยวถัดไป - รับสินค้าให้พอดีกับน้ำหนักในการวิ่งขึ้นเพราะไม่เช่นนั้นต้องมาคำนวณจุดศูนย์ถ่วงของเครื่องบินใหม่ ทำให้เสียเวลา

จากตารางที่ 6 สามารถสรุปได้ว่า ใน 7 ปัจจัยนี้มี 5 ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ คือ การทำงานเป็นทีม ผู้โดยสาร การควบคุมจราจรทางอากาศ ความพร้อมของอากาศยาน และการให้บริการในลานจอดเครื่องบิน ส่วนปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ คือ สภาพอากาศ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความล่าช้าและการตรงต่อเวลาของสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบความล่าช้าและการตรงต่อเวลาของสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย

ปัจจัยความล่าช้า	ปัจจัยการตรงต่อเวลา
Passenger/Baggage	Passenger/Baggage
Technical	-
Air traffic control	Air traffic control
Weather	Weather
-	Teamwork
-	Readiness of aircraft
-	Ramp service

จากตารางที่ 7 ปัจจัยที่เหมือนกันระหว่างความล่าช้าและการตรงต่อเวลาที่เหมือนกันคือ ผู้โดยสาร/สัมภาระ การจัดการจราจรทางอากาศ และสภาพอากาศ ส่วนปัจจัยที่มีไม่เหมือนกัน คือ การทำงานเป็นทีม ความพร้อมของอากาศยาน การให้บริการในลานจอด และการซ่อมบำรุงอากาศยาน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

พนักงานทั้ง 8 คนได้เสนอแนะแนวทางการทำให้สายการบินตรงต่อเวลา ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 สรุปคำแนะนำการทำให้สายการบินตรงต่อเวลา

คำแนะนำเกี่ยวกับการทำให้เครื่องบินตรงต่อเวลา
จัดพนักงานให้เพียงพอ ต่อการดูแลผู้โดยสาร และติดตามสัมภาระให้ผู้โดยสารกรณีเกิดปัญหาขึ้น
มีมาตรฐานเวลาเป็นตัวกำหนดและมีผู้ตรวจงานในทุกขั้นตอน เพื่อให้ทุกอย่างเป็นไปตามที่ได้วางแผนไว้
ต้องแน่ใจว่าเครื่องบินมีหลุมจอดแน่นอนก่อนที่เครื่องที่มาลง และต้องต่อรองหากอยากได้หลุมจอดที่อยู่ใกล้ตัวอาคาร
ยืนยันเวลาซ่อมกับช่างให้เรียบร้อย
ต้องประสานงานกันเป็นทีมในแต่ละฝ่ายและภายนอกสายการบิน

4. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยความล่าช้าของสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย เมื่อดูจากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยความล่าช้ามีทั้งหมด 3 ปัจจัยและ มีมากที่สุด คือ การจัดการจราจรทางอากาศ (Air traffic control) ผู้โดยสารและสัมภาระ (Passenger and Baggage)/สภาพอากาศ (Weather) และการซ่อมบำรุง (Technical) ตามลำดับ (Setiawan, 2015) เรื่อง ปัจจัยในท่าอากาศยานที่ทำให้อากาศยานล่าช้าในประเทศอินโดนีเซียที่มีปัจจัยความล่าช้า คือ การจัดการจราจรทางอากาศ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยการตรงต่อเวลาของสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย เมื่อดูจากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ตรงต่อเวลาคือ การทำงานเป็นทีม (Teamwork) การทำงานเป็นทีม และการจัดการจราจรทางอากาศ (Air traffic control) ปัจจัยที่มีรองลงมาเป็นอันดับสอง คือ สภาพอากาศ (Weather) ปัจจัยที่มีรองลงมาเป็นอันดับสาม คือ ผู้โดยสาร (Passenger) ปัจจัยที่มีรองลงมาเป็นอันดับสี่ คือ ความพร้อมของอากาศยาน (Readiness of aircraft) ปัจจัยสุดท้าย คือ การให้บริการในลานจอด (Ramp service) ซึ่งตรงกับการบริหารทรัพยากรการบิน (Flin, 2002) ว่าการทำงานเป็นทีมนอกจากจะลดความผิดพลาดในการทำงานแล้วยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้อีกด้วย

จากวัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อเปรียบเทียบความล่าช้าและการตรงต่อเวลาของสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย เมื่อดูจากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยความล่าช้าที่ 4 ปัจจัย คือ ผู้โดยสาร/สัมภาระ การซ่อมบำรุงอากาศยาน การจัดการจราจรทางอากาศ และสภาพอากาศ ปัจจัยการตรงต่อเวลา คือ ผู้โดยสาร/สัมภาระ การจัดการจราจรทางอากาศ สภาพอากาศ การทำงานเป็นทีม ความพร้อมของอากาศยาน และการให้บริการในลานจอด ปัจจัยที่เหมือนกันระหว่างความล่าช้าและการตรงต่อเวลาเหมือนกันคือ ผู้โดยสาร/สัมภาระ การจัดการจราจรทางอากาศ และสภาพอากาศ ส่วนปัจจัยที่ไม่เหมือนกัน คือ การทำงานเป็นทีม ความพร้อมของอากาศยาน การให้บริการในลานจอด และการซ่อมบำรุงอากาศยาน ซึ่งในปัจจัยที่เหมือนกันนั้นสามารถวิเคราะห์ได้จากตารางที่ 6 ด้านผู้โดยสาร/สัมภาระ หากสายการบินบริหารจัดการผู้โดยสารและสัมภาระได้ดีทั้งสองอย่างนี้ก็จะมาทันเวลาแต่หากไม่มีการบริหารจัดการที่ดีผู้โดยสาร/สัมภาระก็จะมาช้าส่งผลให้อากาศยานล่าช้าในที่สุด ด้านการจัดการจราจรทางอากาศ หากพนักงานควบคุมจราจรทางอากาศมีการบริหารจัดการที่สุ่ดย่อมส่งผลให้เครื่องบินขึ้น - ลงโดยไม่ล่าช้า แต่หากไม่ควบคุมปริมาณจราจรให้ดีจะทำให้จำนวนเที่ยวบินมีมากกว่าลานจอดเครื่องบิน (เครื่องบินลงไม่ได้เพราะไม่มีที่จอด) ส่งผลให้ต้องล่าช้าในที่สุด และสุดท้าย คือ สภาพอากาศเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้แต่สามารถคาดเดาเพื่อหาทางแก้ปัญหาได้ เช่น หากสภาพอากาศดีและไม่เลวร้าย (เช่น พายุ) สามารถคาดเดาได้ว่าเครื่องบินจะมาได้ตรงเวลา แต่หากมีอากาศที่เลวร้ายก็สามารถคาดเดาได้ว่าเครื่องบินจะต้องล่าช้าแน่นอน

5. สรุป

จากงานวิจัยเรื่องนี้ได้ทราบปัจจัยถึงการล่าช้าของสายการบินแห่งหนึ่งสายการบินแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย คือ การจัดการจราจรทางอากาศ (Air traffic control) ผู้โดยสารและสัมภาระ (Passenger and Baggage)/สภาพอากาศ (Weather) และการซ่อมบำรุง (Technical) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ทำให้สายการบินตรงต่อเวลา คือ การทำงานเป็นทีม (Teamwork) และการจัดการจราจรทางอากาศ (Air traffic control) ปัจจัยที่มีรองลงมาเป็นอันดับสอง คือ สภาพอากาศ (Weather) ปัจจัยที่มีรองลงมาเป็นอันดับสาม คือ ผู้โดยสาร (Passenger) ปัจจัยที่มีรองลงมาเป็นอันดับสี่ คือ ความพร้อมของอากาศยาน (Readiness of aircraft) ปัจจัยสุดท้าย คือ การให้บริการในลานจอด (Ramp service) และเมื่อนำสองปัจจัยนี้มาเปรียบเทียบกันพบว่า ปัจจัยที่เหมือนกัน คือ ผู้โดยสารและสัมภาระ (Passenger and Baggage) การจัดการจราจรทางอากาศ (Air traffic control) และ สภาพอากาศ (Weather) ทั้งนี้จากความรู้ที่ได้จากงานวิจัยสายการบินสามารถนำไปพัฒนาการให้บริการที่ตรงต่อเวลาและสร้างแนวปฏิบัติที่ได้มาตรฐานการตรงต่อเวลาได้ในระดับสากลตามนโยบายของรัฐบาล

6. กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิในการให้คำปรึกษาด้านแบบสัมภาษณ์ อาจารย์จากวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม ในการให้คำแนะนำวิจัยเรื่องนี้ ตลอดจนผู้ทรงประเมินบทความวารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ที่ได้ให้โอกาสในการตีพิมพ์งานวิจัยเรื่องนี้

7. เอกสารอ้างอิง

- จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์. 2561. ปัจจัยเชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*. 14(2), 124-154.
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). 2561. รายงานประจำปี 2561. (ออนไลน์). จาก <https://www.airportthai.co.th>.
- บุษกร เขียวจินดาภานต์. 2561. เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา. *วารสารศิลปะศาสตร์ปริทัศน์*. 13(25), 103-118.
- ประชุม สุวดี. 2554. ทฤษฎีการชัก(สุ่ม)ตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ราชกิจจานุเบกษา. 2561. ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 - 2580. (ออนไลน์) จาก http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF.
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. 2562. สายการบินล่าช้าต้องชดเชยอย่างไร. (ออนไลน์) จาก <https://www.caat.or.th/th/archives/21074>.
- เอื้อมพร หลินเจริญ. 2555. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. *วารสารการวัดผลการศึกษา*. 17(1), 17-29.
- Flin, R., O'Connor, P. and Mearns, K. 2002, "Crew resource management: improving team work in high reliability industries", *Team Performance Management*. 8(4): 68-78.
- Indra Setiawan, Suharto Abdul Majid, and Yuliantini. 2015. Airport factor in flight delay in Indonesia. *Journal of transportation and logistics management*. 2(3): 365-384.

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุก เพื่อรองรับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร

Guideline on the Development of Service Quality Pearl-Milk-Tea Entrepreneur for Generation Y Consumers in Bangkok

ปวีณา พานิชชัยกุล และ ธิตินันท์ ชาญโกศล

Paweena Panitchaikul and Thitinan Chankoson

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail: janpwnp@hotmail.com, ppanitchaikul@gmail.com โทร. 089-7992883

Received 00/00/0000

Accepted 00/00/0000

บทคัดย่อ

บทความนี้อธิบายถึง ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการสำหรับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายผ่านมิติผู้ให้บริการในธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุก การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุกเพื่อรองรับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบหัตถ์ภูมิ ร่วมกับการออกภาคสนาม ผ่านว่าการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก 22 คน โดยทำการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา รวมถึง การตรวจสอบแบบสามเส้า ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ ควรฝึกอบรมพนักงานให้มีความแม่นยำด้านข้อมูลต่าง ๆ รวมถึง การสร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงาน 2) ด้านความเชื่อมั่น ควรนำเสนอโปรโมชั่น ทำเงื่อนไขทางร้านให้เข้าใจได้ง่าย รวมถึงการเน้นย้ำให้พนักงานมีใจรักในการให้บริการ 3) ด้านความเห็นอกเห็นใจ เอาใจใส่ และเข้าใจลูกค้า ควรให้ความสำคัญกับความรู้สึกของลูกค้าให้มากขึ้น รวมถึง นำข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาทำการพัฒนาอยู่เสมอ 4) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ควรจัดอบรมให้พนักงานฝึกการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เมื่อประสบกับสถานการณ์ต่าง ๆ รวมถึง ฝึกหัดให้พนักงานจดจำลูกค้าได้โดยเฉพาะลูกค้าที่มาซื้อบ่อย ๆ 5) ด้านความเป็นรูปธรรม หรือสิ่งที่จับต้องได้ ควรเน้นให้พนักงานแต่งกายสุภาพ สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบร้านมีความสะอาด รวมถึงการสร้างบรรยากาศที่ด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ผู้ประกอบการเครื่องดื่มชานมไข่มุก ผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย

Abstract

This article describes the importance of service quality with generation-Y consumers through the perspective of service providers in the Pearl-Milk-Tea businesses. This study aims to study the development guidelines of service quality with pearl-milk-tea entrepreneur for generation-Y consumers in Bangkok. The research methodology was a qualitative study on secondary data from various documents, field study, non-participatory observation and in-depth interview with stakeholders in the pearl milk tea beverage business. The data were collected totally twenty-two service providers by using semi-structured interviews for content analysis and triangulation as a conclusion. The research was found that 1) Reliability and Trust: the staff should be trained to ensure accuracy of provided information, and supported to have morale at work; 2) Assurance: promotions and conditions of the shop should be easily understood and the staff should be encouraged to have a service mind; 3) Empathy, customer care and understanding: the staff should understand the

customers' feeling and always use customer's recommendation to improve services; 4) Responsiveness: the staff should be trained to be capable of solving immediate problems and remembering customers, particularly frequent ones; 5) Tangibility: the staff should wear polite clothing and shop environment should be clean, and the environmentally friendly awareness of the staff should be created.

Keywords: Service quality, pearl milk tea entrepreneur, generation Y consumers

1. บทนำ

กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) หรือ Gen Y เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 1987-2003 ซึ่งเป็นช่วงที่โลกได้เข้าสู่ยุคสารสนเทศ ปัจจุบันคนกลุ่มนี้มีอายุ 21-37 ปี ถือเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและเมื่อผนวกเข้ากับอิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้พวกเขามีความต้องการและคาดหวังสูงกว่ากลุ่มที่เกิดก่อนหน้า การเติบโตของบริษัทประเภท startup ทั่วโลกที่พยายามตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในทุกมิติ ทั้งสินค้าและบริการ จึงทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีอำนาจการต่อรองสูง ซึ่งปัจจุบันจำนวนผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ทั่วโลกมีประมาณ 2 พันล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 ของประชากรโลก ขณะเดียวกันอัตราการเกิดของประชากรทั่วโลกมีการชะลอตัว จึงส่งผลทำให้แนวโน้มของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย จัดเป็นผู้บริโภคกลุ่มที่ใหญ่ในอนาคต นอกจากนี้ ลักษณะของกลุ่มเจนเนอเรชั่นยายนั้น มีรายได้ค่อนข้างสูง ในขณะที่เดียวกันก็มีอัตราการใช้จ่ายสูงเช่นเดียวกันเมื่อเทียบกับรายได้ ดังนั้น ภาคธุรกิจควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Economic Intelligence Center, 2557) จากที่กล่าวมาข้างต้น พบว่าความท้าทายของธุรกิจต่าง ๆ ที่ต้องเร่งสร้างกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย รวมถึงธุรกิจขนมไข่มุกที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ซึ่งสังเกตได้จากบริเวณห้างสรรพสินค้า ริมทางเดินถนน หรือสถานีรถไฟฟ้าทั้งใต้ดินและบีทีเอส จะพบว่ามีการจัดร้านขนมไข่มุกปรากฏอยู่อย่างแพร่หลาย รวมถึงรสชาติที่หอมหวานของขนมไข่มุก ทำให้ได้รับความนิยมมาก โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและวัยรุ่น ซึ่งจัดเป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย อย่างไรก็ตามจะพบว่าแนวโน้มการรักสุขภาพมีมากขึ้นจนทำให้ผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจต่อการดูปริมาณแคลอรีในเครื่องดื่ม ดังนั้น ธุรกิจขนมไข่มุกมีการปรับตัวโดยการปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น การใช้หญ้าหวานแทนน้ำตาล การใช้น้ำเชื่อมที่มีแคลอรีน้อยลง มีการปรับระดับความหวานตามที่ถูกคำต้องการ หรือแม้แต่ไข่มุกที่เป็นท้อปปิ้งหลัก ก็ยังมีท้อปปิ้งอื่นที่สามารถใส่ลงไปกับขนมไข่มุกได้ เช่น พุดดิ้ง ชีสและเนยถั่ว เป็นต้น นอกจากนี้ แนวโน้มพฤติกรรมการรับประทานเครื่องดื่มที่เป็นของหวานที่ไม่ใช่ชาก็ยังถูกจัดอยู่ในเมนูในร้านชาไข่มุกอีกด้วย (Global link, 2562) ดังนั้น การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้น ไม่เพียงแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เท่านั้น แต่ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงปัจจัยอื่นที่เป็นองค์ประกอบร่วมที่สำคัญคือ คุณภาพการให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคในยุคนี้มองหามากขึ้นเป็นลำดับ หรืออาจกล่าวได้ว่า คุณภาพการให้บริการจัดเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับธุรกิจในการสร้างความแตกต่างและเพิ่มขีดความสามารถเชิงการแข่งขันในยุคสมัยปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับนักวิชาการหลายท่านที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญและมีบทบาทอย่างมากสำหรับองค์กรและธุรกิจและสังคมในปัจจุบัน (ภาวิณี, 2560) หรือ “คุณภาพการบริการมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะคุณภาพการบริการ (service quality) คือ สิ่งที่ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำกันอย่างต่อเนื่อง หรือก่อให้เกิดความจงรักภักดีของลูกค้าต่อไป” (ภคชิตญา และคณะ, 2559)

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะศึกษาการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มขนมไข่มุกเพื่อการรองรับกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ ผลวิจัยที่ได้รับจะสามารถนำไปเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการของธุรกิจเครื่องดื่มขนมไข่มุกเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายและทำให้ภาคธุรกิจสามารถดำรงอยู่รอดได้ภายใต้สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่มีมากขึ้นเป็นลำดับ อีกทั้ง ยังนำไปประยุกต์ปรับเปลี่ยนแนวคิดเพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจ รวมถึงการรักษาภาพลักษณ์และสร้างความภักดีของลูกค้าในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ธุรกิจเครื่องดื่มชาไข่มุก

ชาไข่มุก (bubble tea) มีถิ่นกำเนิดจากไต้หวัน ซึ่งได้รับการค้นพบครั้งแรกในช่วงปี ค.ศ.1980 โดยเชื่อกันว่าร้านชา “ซุนฉู่ถิง” ในเมืองไถจง และในปี ค.ศ.1988 ชาวไต้หวันชื่อคุณหลินฉิวฮุย ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ในระหว่างที่การประชุมกับสมาชิก คุณหลินฉิวฮุยกำลังรับประทานขนมหวานที่เรียกว่า เฟินเหียน (Fen Yuan) และได้texนมเฟินเหียน (Fen Yuan) ลงไปในชาไข่มุกที่วางอยู่ในห้องประชุม จากนั้นคุณหลินฉิวฮุย ได้ลองชิมแล้วรู้สึกอร่อยและให้สมาชิกในห้องประชุมทำตาม และทุกคนในห้องประชุมบอกเป็นเสียงเดียวกันว่าอร่อย จึงได้ดำเนินการทำออกมาจำหน่าย ซึ่งผลปรากฏว่า ยอดขายเป็นที่น่าพอใจในระดับดีมาก สร้างสถิติสำหรับการจำหน่ายเครื่องดื่มชนิดอื่นจนเกิดเป็นกระแสทั่วเกาะไต้หวันและมีการกระจายไปจำหน่ายยังประเทศอื่นจนกระทั่งถูกนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย ในช่วงปี ค.ศ.1990 จนถึงปัจจุบัน (มนตรี, 2562)

2. คุณภาพการให้บริการ

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2547) และชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552) ได้สรุปประเด็นที่มีความสอดคล้องกันของคำว่า คุณภาพการบริการ (Service quality) หมายถึง การบริการที่เลิศ (Excellent service) ตรงหรือสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า หรือเกินกว่าความต้องการลูกค้าจนทำให้เกิดเป็นความพึงพอใจ (Customer satisfaction) และนำไปสู่ความจงรักภักดี (Customer loyalty) ทั้งนี้ การบริการที่เลิศซึ่งตรงกับความต้องการ นั่นคือ สิ่งที่สามารถตอบสนองหรือบำบัดตามที่ต้องการหรือคาดหวังไว้ สำหรับบริการที่เกินกว่าความต้องการของลูกค้า นั่นหมายถึง สิ่งที่สามารถตอบสนองหรือบำบัดตามที่ต้องการหรือคาดหวังไว้อย่างเต็มที่ อันทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกถึงการได้รับการบริการที่มีความพิเศษ จนเกิดเป็นความประทับใจ นอกจากนี้ จากการทบทวนแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวกับ “คุณภาพการบริการ” แล้วนั้น Ziethaml, Parasuraman, and Berry (1990) ได้อธิบายถึง มาตราวัดคุณภาพการบริการ ที่เรียกว่า “RATER Model” ไว้ดังนี้

2.1 ความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการได้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ ความถูกต้องของการให้บริการที่ได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดและทุกครั้งของบริการ มีความสม่ำเสมอ คงเส้นคงวาไม่ว่าจะใช้บริการที่สาขาใด เวลาใด (สุนันทา, 2550) หากมีการบริการที่ดีก็จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในทัศนคติทางบวกต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการ เช่น มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการ นึกถึงและอยากจะมาใช้บริการอีก มีการบอกต่อ แนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการ รวมถึง มีความภักดีต่อแบรนด์นั้น โดยพฤติกรรมที่จะบ่งบอกว่าผู้บริการสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้คือ การมีอัตราค่าไม่ตรีซึ่งสังเกตได้จาก การแสดงออกทางสีหน้า แววตา ท่าทาง คำพูดที่ใช้ในการต้อนรับ ใบหน้าที่ยิ้มแย้ม มีความเต็มใจในการต้อนรับ กระตือรือร้นที่จะให้บริการ การแต่งกายที่สุภาพ ความจริงใจและความซื่อสัตย์ในการให้บริการ การนำเสนอข้อมูลให้กับลูกค้าจะต้องถูกต้อง การบริการจะต้องเป็นระบบและตามกระบวนการในรอบของงานนั้น

2.2 ความเชื่อมั่น (Assurance) คือผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ และมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสถาบันพัฒนาและสนับสนุนผู้ประกอบการ SME สิ่งสำคัญในการที่ลูกค้าจะ “ซื้อ” สินค้าหรือบริการของเรานั้น ลูกค้าต้องมีความ “เชื่อมั่น” กับธุรกิจ หรือ ตัวผู้ขาย เปิดการขายตอนแรกลูกค้าอาจจะซื้อเพราะ “เชื่อมั่น” เรา แต่จะทำให้เขาเป็นลูกค้าไปตลอดเราจะต้องทำให้เขา “ชื่นชอบ” ตัวสินค้าและบริการ (Morgan & Hunt, 1994) ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคสามารถประเมินได้จากความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ซึ่งผู้ให้บริการแต่ละองค์การมีโอกาสได้รับความเชื่อมั่น จากผู้รับบริการแตกต่างกัน และจะเกิดการประเมินได้เมื่อผู้รับบริการ รับบริการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ดังนั้น การบริการนั้นจะถูกนำไปเปรียบเทียบกับข้อตกลงก่อนการให้บริการที่ผู้ให้บริการกำหนดไว้ ถ้าหากว่าผู้รับบริการบรรลุ วัตถุประสงค์ จึงจะทำให้ความเชื่อมั่นเกิดขึ้น

2.3 ความเป็นรูปธรรมหรือสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) คือ ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น

ได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ บรรจุภัณฑ์ เครื่องตกแต่งภายในร้านและบริเวณร้าน เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ นอกจากนี้ พิสิทธ์ พิพัฒน์โกศากุล (2561) กล่าวว่าเทคนิคการให้บริการลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้านั้นองค์กรสามารถคิดออกแบบลูกเล่นเพื่อให้บริการลูกค้าที่มีความแปลก แตกต่าง ฝึกแนวออกไปได้ เช่น ห้างสรรพสินค้า Terminal 21 มีการออกแบบห้าง หรือลักษณะทางกายภาพ โดยกำหนดให้ในแต่ละชั้นมีรูปแบบการตกแต่งสถานที่ที่สวยงามและเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศ หรือห้างพาสีไอ้ ถนนกาญจนาภิเษก ได้ออกแบบสถานที่ให้เป็นบรรยากาศแบบประเทศญี่ปุ่น ทำให้ลูกค้ารู้สึกส่วนตัวเข้ามาในประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น นอกจากนี้ ในธุรกิจด้านการบริการอื่นนั้น (อิตินันท์, 2558) การสร้างแนวคิดใหม่ ด้วยรูปแบบเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการให้มีลักษณะที่ดีเหนือกว่าคู่แข่งขึ้น ด้วยการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมลูกค้าเพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้าตนเองว่ามีพฤติกรรมอย่างไร มีความต้องการได้รับการอะไรบ้าง เป็นการสร้างระดับของความแตกต่างในการให้บริการนั้น เช่น ธุรกิจโรงแรมมีการจัดระดับการให้บริการแบบ Executive/Club Lounge เป็นต้น

2.4 ความเห็นอกเห็นใจ เอาใจใส่และเข้าใจลูกค้า (Empathy) คือ ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน (พิสิทธ์, 2561) ได้อธิบายว่า การส่งมอบบริการจนลูกค้าเกิดความประทับใจจะสามารถทำให้ลูกค้ามาเลือกใช้บริการของเราได้อย่างต่อเนื่อง เช่น การเยี่ยซื้อลูกค้า การนำข้อมูลในอดีตมาเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า การส่งมอบของที่ระลึก การอวยพรวันเกิดหรือการให้บริการแบบครบวงจรโดยไม่ต้องให้ลูกค้าสอบถามทีละขั้นตอน การให้คำแนะนำ รวมถึง การแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

2.5 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) คือ ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันทีหรือมีความรวดเร็ว ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการหรือมีการกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง (ชัยสมพล, 2552) การบริการที่ตรงกับความ ต้องการ เป็นการตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ ส่วนการบริการที่เกินความต้องการของลูกค้าเป็นการตอบสนองเกินกว่าที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ซึ่งสิ่งนี้จะทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ (สุทธิสินี, 2561) ผู้ให้บริการต้องสามารถตอบสนองความต้องการด้านคุณภาพได้ตามที่ตกลงกันไว้ในธุรกิจ มีมาตรฐานการบริการ มีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์และวิธีการให้บริการ

2. วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) ที่ใช้ในการวิจัย คือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุก รวมทั้งสิ้น 22 คน ประกอบด้วย 1.1) เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร หัวหน้างาน จำนวน 5 ท่าน 1.2) พนักงานผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ให้บริการ จำนวน 10 ท่าน 1.3) นักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริการลูกค้าและสุขาภิบาลอาหาร จำนวน 7 ท่าน ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีบอกต่อ (Snowball) กับผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ที่มีความรู้ หรือทำงาน หรือมีประสบการณ์ด้านคุณภาพการบริการในธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุกอย่างน้อย 1 ปี

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีการแบ่งขั้นตอนดังนี้ 2.1) ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากหนังสือ ตำรา เอกสาร สถิติ บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้อง 2.2) ศึกษาเกี่ยวกับงานด้านการให้บริการของธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุก โดยทำการสังเกตสถานการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมบริเวณหน้าร้านและภายในร้านจำหน่ายเครื่องดื่มชานมไข่มุก โดยพิจารณาถึงมุมมองด้านคุณภาพการให้บริการของทางร้านเครื่องดื่มชานมไข่มุก 2.3) สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Structure Interview Guideline) ที่กำหนดหัวข้อที่จะสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ในประเด็นที่ศึกษาและเพื่อค้นหาปัจจัย หรือองค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด รวมถึง เมื่อข้อสงสัยในประเด็นสำคัญเฉพาะหน้า ก็จะมีการสอดแทรกคำถามเพิ่มเติมระหว่างการสัมภาษณ์

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสรุปประเด็นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทฤษฎีภูมิ ร่วมกับการออกภาคสนาม การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก รวมถึง มีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค้นหาคำตอบในการวิจัย โดยการถอดบทสัมภาษณ์จากการจดบันทึกและอัดเสียงไว้ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แบบอุปนัยและวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูล รวมถึง การสังเคราะห์เรียบเรียงโดยประยุกต์ใช้แนวคิด ด้านคุณภาพบริการ หรือ “RATER Model”

3. สรุปผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุก ผู้วิจัยได้ทำการสรุปรวบรวม ประมวล ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ และข้อมูลทฤษฎีภูมิ ซึ่งสามารถสรุปข้อมูลพื้นฐานได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุก

ข้อมูล	ร้านที่ 1	ร้านที่ 2	ร้านที่ 3	ร้านที่ 4	ร้านที่ 5
ระยะเวลาที่อยู่ในวงการเครื่องดื่ม (ปี)	10	1	3	3	5
จำนวนสาขา	16	1	15	37	3
จำนวนพนักงาน (คน) (รวมทุกสาขา)	100	24	95	300	35
สัดส่วนลูกค้ากลุ่มเจนเนอร์ชันวาย	85%	70%	90%	80%	75%
รูปแบบประกอบการ	แฟรนไชส์	แฟรนไชส์	แฟรนไชส์	แฟรนไชส์	แฟรนไชส์

จากบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุก พบว่า มีลักษณะและสภาพ แนวทางที่มีความสอดคล้องกันตรงกัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดด้านคุณภาพบริการ หรือ “RATER Model” ของ Ziethaml, Parasuraman, and Berry ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญ ได้ดังนี้

3.1 ด้านความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ (Reliability) มีประเด็นที่มีความสอดคล้องกันคือ 1) พนักงานควรมี ความรู้ในเรื่องของการบริการและผลิตภัณฑ์ 2) มีความสามารถบริการได้ตามกระบวนการ ตามระบบ 3) ให้ข้อมูลได้ อย่างถูกต้องในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านราคา ด้านชื่อเมนู ด้านส่วนผสมในเครื่องดื่ม ด้านการเก็บเงิน การทอนเงิน 4) การแจ้งลูกค้าเมื่อมีเมนูใหม่และทางร้านมีการเปิด-ปิดให้บริการตรงตามเวลาที่ได้แจ้งให้ทราบ 5) ด้านความปลอดภัย ได้แก่ อุปกรณ์ที่ใช้ในการใส่เครื่องดื่มมีความแข็งแรง เช่น ฝาซิลมีความแน่นและปิดได้สนิท แก้วมีความแข็งแรงไม่บอบหรือ แตกง่าย

จากบทสัมภาษณ์พบประเด็นที่น่าสนใจคือ 1) “...วัตถุดิบที่ใช้ในการชงเครื่องดื่มต้องมีความสดใหม่ เมื่อ บริโภคแล้วปลอดภัยต่อสุขภาพ การกำจัดขยะควรทำอย่างถูกวิธีและวัสดุที่ใช้ควรมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดย ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงในส่วนนี้เพิ่มขึ้นและหากมีใบรับรองมาตรฐานเครื่องดื่มสะอาด ปลอดภัย หรือรางวัล ที่ทางร้านได้รับก็จะทำให้ลูกค้าเชื่อถือในร้านนั้นมากขึ้น...” 2) ความน่าเชื่อถือนับว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด หรือที่เรียกว่า เครดิต โดยได้ยกตัวอย่างสถานการณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง เนื่องจาก “...บางเมนูมีชื่อคล้ายกัน เช่น ชาสตอเบอร์รี่กับ นมสตอเบอร์รี่ ชาเขียวนมกับชานม บางครั้งลูกค้าอาจจะออกเสียงไม่ดังหรือไม่ชัด พุดรัว ๆ ทำให้พนักงานขายฟังแล้วเข้าใจ คลาดเคลื่อน หรือบางครั้งก็ขงผิดแตกต่างไปคนละชนิดเมนูเลย เช่น สั่งชานมแต่ไปชงน้ำผลไม้ ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกหงุดหงิด บางรายก็ต้องยอมทานเมนูนี้ เนื่องจากไม่ยอมเสียเวลาให้พนักงานชงใหม่ บางรายก็ไม่ยอมรับเมนูนี้ ทำให้พนักงาน ต้องชงให้ใหม่ โดยไม่คิดเงิน...” และ 3) “...การคิดเงิน ทอนเงินในบางครั้งก็ไม่ถูกต้องทำให้ลูกค้าไว้วางใจหน้าร้าน ซึ่งสิ่ง เหล่านี้นับว่าเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องให้การฝึกอบรมพนักงานอย่างเคร่งครัด เพื่อให้เกิดความแม่นยำในข้อมูลเมนู และต้องมีสมาธิในการที่จะจับประเด็นหรือฟังเสียงลูกค้าให้ชัดว่าลูกค้าต้องการสั่งเมนูอะไร มีทอปโป้งหรือไม่ มากน้อย เพียงใด แก้วเล็กหรือแก้วใหญ่ และควรตรวจสอบความเคลื่อนไหวของวัตถุดิบที่จะต้องใช้ชงแต่ละเมนูว่ามีเพียงพอที่จะ ชงเมนูนั้น ๆ หรือไม่ หากไม่พอก็ต้องแจ้งลูกค้า...”

3.2 ความเชื่อมั่น (Assurance) มีประเด็นที่มีความสอดคล้องกัน ที่เน้นย้ำถึง “การสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้า” คือ 1) การมุ่งเน้นให้พนักงานมีความรู้ในเรื่องเครื่องดื่ม เมนูต่าง ๆ ส่วนผสมของเครื่องดื่ม การแนะนำเครื่องดื่มให้เหมาะสมกับความชอบ ความต้องการ ความเหมาะสมกับลูกค้า มีความสามารถที่จะให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ การให้บริการลูกค้าในแต่ละรายอย่างยุติธรรม เท่าเทียมกัน ทำให้ลูกค้ารู้สึกมีความมั่นใจเมื่อมาใช้บริการที่ร้าน 2) การกล่าวคำ “ขอโทษลูกค้า” เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ผิดพลาดและทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ เสียความรู้สึก เช่น การชงเมนูผิด ชงขนาดแก้วผิด รวมถึง การอบรมพนักงานว่าต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจนว่าจะได้รับบริการนั้นเมื่อใด จะต้องใช้เวลาในการชงเครื่องดื่มกี่นาทีถึงจะสามารถส่งให้ลูกค้าได้ เช่น ถ้าสั่งชานมไข่มุก ต้อง 5 นาทีสำหรับการต้มไข่มุก รวมถึง การให้ข้อมูลลูกค้าจะต้องถูกต้องและเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบประเด็นที่เกิดขึ้นเหตุการณ์อันทำให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจหรือขาดความเชื่อมั่น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจได้ เช่น “...มีลูกค้าถามว่ามีปัญหาเรื่องการเป็นเบาหวาน สามารถทานเครื่องดื่มเมนูไหนได้บ้าง พนักงานกลับแนะนำเมนูที่มีรสหวานหรือระดับความหวานที่เป็นปกติหรือหวานมากซึ่งจะทำให้เกิดโทษต่อลูกค้า ทำให้เกิดปัญหากับทางร้าน...” หรืออีกหนึ่งกรณีคือ “...ลูกค้าสอบถามเรื่องโปรโมชันของทางร้าน พนักงานให้ข้อมูลได้ไม่ตรงกันทำให้ลูกค้าเกิดความสับสน เช่น การสะสมแต้มในแต่ละครั้ง ลูกค้าจะต้องซื้อเครื่องดื่มอย่างน้อย 50 บาทจึงจะได้ 1 แต้ม หากซื้อราคาต่ำกว่า 50 บาทจะไม่ได้สะสมแต้ม หากซื้อเครื่องดื่มถึง 10 ครั้งจะได้แถมแก้วละ 50 บาทฟรี 1 แก้ว ซึ่งพนักงานได้ปฏิบัติกับลูกค้าไม่เหมือนกัน บางคนซื้อในราคาแก้วละ 45 บาท พนักงานกลับสะสมแต้มให้ 1 แต้ม ในขณะที่พนักงานอีกคนบอกว่าต้องซื้อราคาอย่างน้อย 50 บาท จึงจะได้สะสมแต้ม สิ่งเหล่านี้ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่เชื่อมั่น ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าบริการไม่มีความเท่าเทียมกัน พนักงานเลือกปฏิบัติ” เป็นต้น

3.3 ความเป็นรูปธรรม หรือสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) มีประเด็นที่มีความสอดคล้องกันคือ 1) การเน้นให้พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย 2) สภาพภายในบริเวณร้าน เน้นให้มีโต๊ะ เก้าอี้สำหรับให้ลูกค้านั่งระหว่างรอเครื่องดื่ม 3) สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบร้านมีความสะอาด รวมถึง ป้ายหน้าร้านควรมีความโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ มีสัญลักษณ์ Mascot ตัวการ์ตูนประจำร้านเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการจดจำ 4) มีสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การมีอินเทอร์เน็ต WiFi ไว้บริการลูกค้า เนื่องจากลูกค้ากลุ่มเจนเนอเรชันวาย มีความจำเป็นมากที่จะต้องใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวัน 5) ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุและบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ควรสามารถย่อยสลายได้โดยธรรมชาติ การใช้ถุงกระดาษทดแทนถุงพลาสติก เครื่องตกแต่งภายในร้านควรณรงค์ให้มีการใช้อุปกรณ์ที่มาจากธรรมชาติมากขึ้น มีการนำวัสดุเหลือใช้มาเป็นวัสดุตั้งต้นในการผลิตอุปกรณ์ภายในร้าน เช่น ร้านกาแฟเมซอนที่มีการนำวัสดุที่สร้างความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาทำเครื่องตกแต่ง การใช้ถุงกระดาษทดแทนถุงพลาสติก การมีโครงการนำแก้วเก่ากลับมาใช้ใหม่หรือการรีไซเคิล ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าตนเองมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์ธรรมชาติ 6) ด้านสุขาภิบาลอาหาร มาตรฐานของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการชงเครื่องดื่มต้องปราศจากเชื้อโรค โดยหลักทฤษฎีด้านสุขาภิบาลอาหาร ได้แก่ ตำแหน่งการวางวัตถุดิบควรสูงจากพื้นดินอย่างน้อย 60 เซนติเมตร 7) ความปลอดภัยในการบริโภค วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ใส่เครื่องดื่มมีความแข็งแรง เช่น ฝาซิล มีความแน่นและปิดได้สนิท แก้วมีความแข็งแรง ไม่บวมหรือแตกง่าย จากการสังเกตการณ์พบว่า ร้านเครื่องดื่มชานมไข่มุกบางแห่ง “มีฝาซิลไม่สนิท แก้วแตกทำให้เครื่องดื่มรั่วออกมาข้างนอก ทำให้มือและตัวของลูกค้าเลอะเทอะ เปราะเปื้อน” 8) ควรมีการแนะนำและแจ้งลูกค้าว่าควรบริโภคไม่เกิน 2 แก้วต่อวันเนื่องจากเป็นเครื่องดื่มที่มีรสหวานเป็นทุนหรืออันตรายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดกับลูกค้า เช่น ท้อปิ้งติดคอ” หรือ ผู้ประกอบการควรมีการใช้วัตถุดิบที่เป็นของไทยบ้าง เช่น มะพร้าว กล้วย ส้ม เป็นต้น

3.4 ความเห็นอกเห็นใจ เอาใจใส่ และเข้าใจลูกค้า (Empathy) มีประเด็นที่มีความสอดคล้องกันคือ 1) พนักงานควรจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น ลูกค้าคนไหนชอบสั่งเครื่องดื่มเมนูอะไร ระดับของความหวาน ระดับของน้ำแข็ง ระดับของท้อปิ้ง 2) พนักงานควรมีความพยายามที่ทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า สามารถแนะนำเครื่องดื่มที่เหมาะสมกับความชอบของลูกค้าหรือบุคลิก นิสัยของลูกค้าได้ เช่น ลูกค้าชอบทานรสเปรี้ยว พนักงานสามารถแนะนำ

เครื่องตีมีว่ามีเมนูใดรสชาติเปรี้ยว เพื่อให้ลูกค้าสามารถมีตัวเลือกได้ชัดเจนขึ้น หรือหากลูกค้าไม่สบาย พนักงานสามารถแนะนำลูกค้าได้ว่าสั่งเครื่องดื่มแล้วไม่ควรสั่งน้ำแข็งหรือไม่ควรสั่งระดับความหวานที่มากเกินไป หรือแนะนำเมนูที่สามารถบรรเทาอาการปวดได้ 3) ความมีน้ำใจของพนักงานเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ ซึ่งจะทำการฝึกอบรมพนักงานให้มีความใส่ใจกับลูกค้ามากยิ่งขึ้น เนื่องจากสภาพแวดล้อมบริเวณหน้าร้านจะมีปัญหาที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นเสมอ เช่น น้ำหก ควรหากระดาษมาช่วยเช็ด ลูกค้าสั่งเครื่องดื่มหลายแก้ว แล้วต้องการใส่เครื่องดื่มเพิ่มก็ต้องทำการหาให้หรือสอบถามลูกค้าว่าต้องการใส่เครื่องดื่มเพิ่มเติมหรือไม่ เป็นต้น

จากบทสัมภาษณ์หนึ่งที่น่าสนใจคือ ผู้ประกอบการกล่าวว่า ได้ทำการสังเกตตัวเองบ่อยครั้ง พบว่า ธุรกิจให้ความสำคัญกับเรื่อง “คุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์” (Functional Value) มากเกินไป จนลืมไปว่าสิ่งที่สะกดให้คนซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใด ๆ นั้น คือ คุณค่าทางอารมณ์และความรู้สึก (Emotional Value) โดย Emotions เป็นที่มาของ Actions เช่น ลูกค้าอยากเข้าร้านขนมไข่มุกบางร้าน ไม่ใช่เพราะเครื่องดื่มอร่อยหรือราคาถูกเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเพราะ “เราได้อีกแก้วเครื่องดื่มยี่ห้ออื่นแล้วรู้สึกดี” เป็นต้น หรืออีกหนึ่งกรณี คือ ลูกค้าใช้บริการร้านเครื่องดื่มบางร้านไม่ใช่เพราะบริการดีไม่มีที่ติแต่เป็นความรู้สึกผูกพันกับตราสินค้า เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้รับทราบอีกประเด็นหนึ่ง คือ ธุรกิจต้องสนใจคำพูดของลูกค้า เช่น หากลูกค้าพูดว่าฉันไม่ชอบเครื่องดื่มแบรนด์นี้ หรือ สิ่งที่ลูกค้าแสดงออก เช่น เลือกซื้อเครื่องดื่มแบรนด์อื่นมากกว่าร้านของตน อยากให้ตระหนักไว้เสมอว่า “ความคิด” และ “ความรู้สึก” ที่เป็นที่มาของพฤติกรรมนั้น ๆ คือ การมองทะลุสิ่งที่ลูกค้าพูด (SAY) และสิ่งที่ลูกค้าทำ (DO) และพยายามเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคิด (THINK) และ สิ่งที่ลูกค้ารู้สึก (FEEL) เรียกได้ว่า Insight ของลูกค้า ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการและพนักงานจะต้องใช้ความสามารถและความพยายามมากพอสมควรเพื่อที่จะเข้าถึงสิ่งเหล่านี้ เพราะว่าความรู้สึกดังกล่าวไม่เพียงแต่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการเพียงอย่างเดียว แต่ผูกไปกับ “ประสบการณ์” การบริโภคเครื่องดื่มและบริการโดยรวม เช่น เข้าร้านนี้แล้วมีความรู้สึกอย่างไร เดินเข้าร้านแล้วให้อารมณ์แบบไหน บริการหลังการขายสร้างทัศนคติอย่างไรเกี่ยวกับแบรนด์นั้น เรียกได้ว่า “ทุกประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับปฏิสัมพันธ์ของลูกค้าต่างมีผลต่อ ภาพลักษณ์ของแบรนด์”

3.5 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) มีประเด็นที่สอดคล้องกันคือ 1) เน้นการฝึกอบรมพนักงานให้มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการลูกค้า การมีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส อธิบายไม่ตรีกับลูกค้า มีการกล่าวทักทาย 2) มีน้ำใจต่อลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ เช่น น้ำหกก็หากระดาษมาช่วยเช็ดให้หรือหากลูกค้าต้องการใส่เครื่องดื่มเพิ่มก็หาให้เพิ่ม มีการบริการด้วยความจริงใจ 3) การสร้างบรรยากาศการทำงานให้พนักงานรู้สึกสบายใจในการทำงาน ไม่ตึงเครียดจนเกินไป เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งการดูแลพนักงานดี พนักงานก็จะดูแลลูกค้าดีด้วยเช่นกัน เช่น ให้พนักงานเรียนรู้รายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องดื่ม มีกิจกรรมร่วมกัน พูดคุยกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สอบถามถึงปัญหาที่พบระหว่างการทำงาน เป็นต้น

ประเด็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มขนมไข่มุก เพื่อรองรับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานคร ตามกรอบแนวคิดด้านคุณภาพบริการ หรือ “RATER Model” ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสรุปข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ และสามารถวิเคราะห์ประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ (Reliability) นับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดหรือที่เรียกว่า “เครดิต” ซึ่งผู้ประกอบการควรดำเนินการดังนี้ 1) ฝึกอบรมพนักงานให้มีความแม่นยำในด้านข้อมูลต่าง ๆ กระบวนการให้บริการในแต่ละขั้นตอน 2) สร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงานเพื่อให้พนักงานมีความสบายใจในการเรียนรู้งาน ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและกระบวนการในการให้บริการลูกค้า 3) มีวิธีการตรวจสอบปริมาณวัตถุดิบที่จะใช้ซึ่งเครื่องดื่มว่าวัตถุดิบจำนวนเท่านี้สามารถของเครื่องดื่มเมนูอะไรได้บ้าง จำนวนกี่แก้ว 4) ผู้ประกอบการควรมีการคัดเลือกวัตถุดิบอย่างเคร่งครัด ดูแลแหล่งของวัตถุดิบที่เชื่อถือได้หากเป็นไปได้ให้มีใบรับรองคุณภาพของวัตถุดิบจากองค์กรที่มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ เป็นต้น

2. **ด้านความเชื่อมั่น (Assurance)** ผู้ประกอบการควรดำเนินการดังนี้ 1) นำเสนอโปรโมชั่น เจือจางทางร้าน ให้เข้าใจได้ง่าย ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงโปรโมชั่นนั้น ๆ ได้ 2) การเน้นย้ำให้พนักงานในใจรักในการให้บริการ ความเท่าเทียม และเสมอภาคกัน

3. **ความเห็นอกเห็นใจ เอาใจใส่ และเข้าใจลูกค้า (Empathy)** ผู้ประกอบการควรดำเนินการดังนี้ 1) ให้ความสำคัญกับความรู้สึกของลูกค้า อารมณ์ของลูกค้าให้มากขึ้น โดยอาจสังเกตปฏิกิริยา สีหน้า ท่าทางคำพูดของลูกค้า ให้มากขึ้น 2) การแสดงความเอาใจใส่ ความสนใจและให้ความสำคัญต่อความคิด ความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า 3) การพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอยู่เสมอ นำข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาทำการพัฒนาอยู่เสมอ โดยอาจมีการประชุมร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับพนักงานเป็นระยะเพื่อตรวจสอบว่าปัญหาใดบ้างที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงาน

4. **การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)** ผู้ประกอบการควรดำเนินการดังนี้ 1) การจัดอบรมให้พนักงาน ฝึกการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เมื่อเจอกับสถานการณ์ต่าง ๆ ต่อลูกค้า 2) การสร้างบรรยากาศการทำงานให้พนักงาน รู้สึกสบายใจในการทำงาน ไม่ตึงเครียดจนเกินไปและนึกไว้เสมอว่าหากเราดูแลพนักงานของเราดี พนักงานของเราก็จะดูแลลูกค้าได้เป็นอย่างดีเช่นกัน 3) ฝึกหัดให้พนักงานจดจำลูกค้าได้โดยเฉพาะลูกค้าที่มาซื้อบ่อย ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ 4) การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพื่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้า

5. **ความเป็นรูปธรรม หรือสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility)** ผู้ประกอบการควรดำเนินการดังนี้ 1) การเน้นให้พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย 2) สร้างบรรยากาศสภาพภายในบริเวณร้าน เน้นให้มีโต๊ะ เก้าอี้สำหรับให้ลูกค้านั่งระหว่างรอเครื่องดื่ม 3) ควรทำให้สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบร้านมีความสะอาด รวมถึง ป้ายหน้าร้านควรมีความโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ มีสัญลักษณ์ Mascot ตัวการ์ตูนประจำร้านเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการจดจำ 4) การสร้างความตระหนักด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุและบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ควรสามารถย่อยสลายได้โดยธรรมชาติ การใช้ถุงกระดาษทดแทนถุงพลาสติก เครื่องตกแต่งภายในร้านควรณรงค์ให้มีการใช้อุปกรณ์ที่มาจากธรรมชาติมากขึ้น 5) ด้านสุขาภิบาลอาหาร มาตรฐานของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการชงเครื่องดื่มต้องปราศจากเชื้อโรค โดยตำแหน่งการวางวัตถุดิบควรสูงจากพื้นดินอย่างน้อย 60 เซนติเมตร

4. การอภิปรายผล

การพัฒนาธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุกให้ประสบความสำเร็จนั้น การสร้างกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เนื่องจากผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นยานั้นเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนทางการตลาดจำนวนมากและมีพฤติกรรมชอบทดลองในสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดนั้น ควรหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพบริการไปด้วย ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจได้พยายามที่จะดำเนินธุรกิจโดยการให้บริการลูกค้าตามระบบและกรอบแผนงานที่ธุรกิจได้กำหนดไว้ รวมถึงตระหนักถึงการพัฒนากิจการให้บริการให้ได้มาตรฐานเพื่อให้ได้รับรางวัลและไปรับรองมาตรฐานต่าง ๆ จากองค์กรที่น่าเชื่อถือในระดับโลก อันเป็นการสร้างและเพิ่มความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการพัฒนากิจการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุกเพื่อรองรับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดด้านคุณภาพบริการ หรือ “RATER Model” ของ Ziethaml, Parasuraman, and Berry (1988) ซึ่งประกอบไปด้วยมิติ 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ (Reliability) 2. ความเชื่อมั่น (Assurance) 3. ความเป็นรูปธรรม หรือสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) 4. ความเห็นอกเห็นใจ เอาใจใส่ และเข้าใจลูกค้า (Empathy) และ 5. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ซึ่งสามารถสรุปแนวทางการพัฒนากิจการบริการแต่ละด้าน ได้ดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ ผู้ประกอบการควรให้การฝึกอบรมพนักงานให้เกิดความแม่นยำด้านข้อมูลต่าง ๆ เช่น การตรวจสอบปริมาณวัตถุดิบที่จะใช้ชงเครื่องดื่ม รวมถึง การสร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงานผู้ให้บริการ (เยาวเรศ, 2561) ซึ่งได้ทำวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการของร้านกาแฟ คาเฟ่เมซอนในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยระบุว่า ร้านกาแฟคาเฟ่เมซอนมีการจัดอบรมพนักงานและควบคุมดูแลมาตรฐานการให้บริการให้มี

คุณภาพในทุกสาขา มีการสร้างความมั่นใจในคุณภาพการให้บริการและผลิตภัณฑ์รสชาติของกาแฟที่มีมาตรฐาน มีการให้บริการลูกค้าด้วยความจริงใจและซื่อสัตย์ สร้างความภาคภูมิใจในการมาใช้บริการแก่ลูกค้า

ด้านความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการควรนำเสนอโปรโมชั่น หรืออภิวา/ซีแรงเงื่อนไขทางร้านให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย รวมถึงการเน้นย้ำให้พนักงานผู้ให้บริการมีใจรักในการให้บริการ ความเท่าเทียมและเสมอภาคกัน (ธีรภักดิ์, 2544) เมื่อผู้บริโภคได้รับการตอบสนองตรงกับความต้องการจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีจนเกิดความมั่นใจต่อร้านนั้น

ด้านความเห็นอกเห็นใจ เอาใจใส่ และเข้าใจลูกค้า ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญด้านความรู้สึก ไม่เพิกเฉยต่อความต้องการของลูกค้า รวมถึง การนำเอาข้อเสนอแนะทั้งด้านดีและด้านลบจากลูกค้ามาพิจารณา วิเคราะห์และพัฒนาปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ (จิตชุตตา, 2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริการบริโภคชานมไข่มุกของผู้บริโภควัยทำงานในเขตตัวหนา ผลวิจัยระบุว่า พนักงานขายมีความยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ แต่งกายสะอาดและสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในร้านได้ เช่น ประเภทของชานม ประเภทของท็อปปิ้ง เมื่อผู้บริโภคได้รับการให้บริการที่ดีก็จะเกิดความรู้สึกดีและเกิดความประทับใจ ซึ่งอาจนำไปสู่การกลับมาซื้อซ้ำ หรือเกิดเป็นความจงรักภักดีในอนาคต

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ประกอบการควรจัดให้มีฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้วยการให้พนักงานนั้นได้มีการฝึกการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ทั้งนี้ เมื่อประสบกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นโดยตั้งใจหรือไม่คาดคิด รวมทั้ง จัดให้มีการฝึกหัดให้พนักงานจดจำลูกค้าได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าที่มาซื้อแบบประจำ (สราวุธ, 2562) ที่ได้ศึกษาวิจัย แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง ซึ่งผลวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ทางการตลาดในหัวข้อพนักงานสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ อยู่ในระดับมาก

ด้านความเป็นรูปธรรม หรือสิ่งที่จับต้องได้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการแต่งกายที่สะอาด มีบุคลิกภาพต่อการแสดงออกอย่างสุภาพ สภาพแวดล้อมทั้งบริเวณเคาน์เตอร์ และโดยรอบร้านจำหน่ายมีความสะอาด รวมถึง การสร้างความตระหนักด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม (จิตชุตตา, 2557) ที่กล่าวว่า การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมบริการบริโภคชานมไข่มุกของผู้บริโภควัยทำงานในเขตตัวหนา โดยรูปแบบการตกแต่งร้าน ความสะอาดของร้านและความชัดเจนของป้ายแสดงราคาและรายการสินค้า การตกแต่งร้านด้วยสี สัน รูปแบบที่สวยงาม ดีไซน์ การออกแบบป้ายราคาและรายการสินค้าให้ดูง่ายและชัดเจน จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคและช่วยยกระดับตราสินค้าได้

อย่างไรก็ตาม จากภาพสะท้อนโดยรวมในการให้บริการของธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุก ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ปรับใช้ หรือเป็นแนวทางในการวางแผนและออกแบบรูปแบบคุณภาพการให้บริการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ ตลอดจน เสริมสร้างศักยภาพต่อการให้บริการลูกค้าเพื่อการรองรับกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร ย่อมสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าเจนเนอเรชั่นวาย ให้เข้ามาใช้บริการและเกิดความภักดีต่อกิจการต่อไป อันเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ มีผลกำไรมากยิ่งขึ้น ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ อีกทั้งจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณเองมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและเป็นส่วนหนึ่งของสังคมยังทำให้ผู้บริโภคเกิดความภาคภูมิใจและอยากกลับมาใช้บริการในอนาคต

5. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของปริญญาานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุก กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร” ทั้งนี้ งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี โดยได้รับการสนับสนุนและคำปรึกษาแนะนำอันเป็นประโยชน์จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดินันท์ ชาญโกศล รวมถึง ได้รับความอนุเคราะห์ในความร่วมมือจากผู้ให้ข้อมูลหลักหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร หัวหน้างาน พนักงานปฏิบัติงาน หรือผู้ให้บริการและนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริการลูกค้าและสุขภาพโภชนาการ ตลอดจน ท่านที่ไม่สามารถเอ่ยนามในที่นี้ ในความกรุณาที่ได้เสียสละเวลา ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

6. เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎิญา มุลศรี รัตนา สีดี้และฉิตินันธุ์ ชาญโกศล. (2559). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเภท 3 ดาวในประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมอาเซียน. *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่*. 17(1), หน้า 19-31.
- จิตชุตดา นรเวทวงศ์กุล (2557). ส่วนประสมทางการบริการและการบริหารประสบการณ์ของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้ากลุ่มโรงแรมแกรนด์เซนต์เตอร์พอยต์. ปรินญาณินพนธ์ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (ฉบับสำเนา)
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552). การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉิตินันธุ์ ชาญโกศล (2558). นวัตกรรมบริการในแผนกบริการอื่นของธุรกิจโรงแรม หน่วยที่ 12. เอกสารการสอนชุดวิชาวัตกรรมการบริการในธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฉีรฉิตี นวรัตน์ ณ อยู่ธยา (2544). การตลาดบริการ. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิสิทธิ พิพัฒน์โกศกุล (2561). [ออนไลน์]. การสร้างประสบการณ์ในการบริการ (Service Experience) กลยุทธ์สู่การแข่งขันยุคใหม่. [สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2562] จาก www.impressionconsult.com
- ภาวิณี ทองแย้ม (2560). ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ. *วารสารเกษมบัณฑิต*. 18(1), หน้า 219 -230.
- มนตรี ศรีวงษ์ (2562). [ออนไลน์]. ประวัติศาสตร์ขานมไข่มุกที่โลกต้องรู้. [สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2562] จาก <http://www.thaimescenter.com/ประวัติศาสตร์-ขานมไข่มุก-ที่โลกต้องรู้/>
- เยาวเรศ คุ่มภักข (2561). คุณภาพการบริการของร้านกาแฟ คาเฟ่เมซอน ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. การค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วีรพงษ์ เฉลิมฉัตรรัตน์ (2547). วิธีการแก้ปัญหาในงานตามแบบฉบับญี่ปุ่น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- สถาบันพัฒนาและสนับสนุนผู้ประกอบการ SME (2557). [ออนไลน์]. 9 แนวทางสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า. [สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2562] จาก <https://taokaemai.com/9-step-customer-satisfaction/>
- สรารัฐ พุฒนวล (2562). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง. รายงานวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุทธิสินี ฉิระธรรมสมรณ์ ภิญญาพัชญ์ นาคพิบาล และวงศ์ฉิรา สุวรรณิน (2561). รูปแบบคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคธุรกิจสปาในประเทศไทย. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 20(1) หน้า 18-32.
- สุนันทา ทวีผล (2550). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการด้านให้คำปรึกษาแนะนำปัญหาด้านกฎหมายของสำนักงานอัยการพิเศษฝ่ายช่วยเหลือทางกฎหมาย 3 (สคช.). (สาขาวิชาการบริหารทั่วไป). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Economic Intelligence Center (2014). กลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค Gen Y. [สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2562] จาก https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/130/dzi68owq5l/8372_20141112161337.pdf
- Global link. (2019). ขานมไข่มุกเครื่องดื่มที่ฆ่าไม่ตาย. [สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2562] จาก <https://businesslink.globallinker.com/bizforum/article/ขานมไข่มุกเครื่องดื่มที่ฆ่าไม่ตาย/24016>
- Morgan, M.R., & Hunt, S. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), pp.20-30.
- Parasuraman, P.A., Zeithaml, A.V., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, pp.12-40.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน ในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด

Factors for Acceptance in Information Technology of Employees in Maeruay Snackfood Factory Co., Ltd.

พัชรี ชยากรโคภิต

Patcharee Chayakornsopit

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์พานารณ

Email: Patchree.ch@cpc.ac.th โทร. 089-2209142

Received 22/02/2562

Accepted 20/04/2563

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับงานที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ระดับปฏิบัติการ จำนวน 196 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคำนวณจากสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent samples t-test และ One-Way ANOVA(F-test) ผลการศึกษาพบว่า พนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ (1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่า เพศหญิง มีอายุ 30 - 40 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สถานภาพโสด ตำแหน่งงาน อยู่ฝ่ายคลังสินค้า/ขนส่ง ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,000 - 20,000 บาท และมีอายุการทำงาน 1 - 5 ปี (2) ปัจจัยเกี่ยวกับงานที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด คือ ด้านประสบการณ์ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 ด้านความรู้ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 ด้านความสามารถ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 (3) ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด คือด้านการฝึกอบรม มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61ด้านการประสานงาน มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62 ด้านการสื่อสารมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเกี่ยวกับงาน และปัจจัยภายนอก กับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด มีความสัมพันธ์กับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างมีนัยสำคัญ 0.01 เมื่อพิจารณาจากค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (r) จะเห็นว่า ปัจจัยภายนอก ($r = 0.847$) มีความสัมพันธ์กับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ ปัจจัยเกี่ยวกับงาน ($r = 0.681$)

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผล การยอมรับ เทคโนโลยีสารสนเทศ

Abstract

The Objectives of this research were (1) to study the personal factors affecting the acceptance of information technology (2) to study the work-related factors that affect the acceptance of information technology (3) to study the external factors that This results in the acceptance of information technology. The sample group used in this research was 196 employees in Mae Ruai Factory Company Limited at the operational level. With the formula of Taro Yamane (Taro Yamane) machine, when used in this study were analyzed using descriptive statistics were frequency, percentage, average, standard deviation. Inferred hypothesis testing including Independent samples t-test and One-Way ANOVA (F-test). The results showed that Employees at Mae Ruay Factory Company Limited have opinions about (1) personal factors affecting the acceptance of information technology. Most of the employees in Mae Ruai Factory Company Limited are more males than females. Most are 30-40 years old. Most of them have education levels. Is bachelor's degree or equivalent, single status, work position, warehouse / transportation department Mostly, the average monthly income is between 10,000 - 20,000 baht and has a working life of 1 - 5 years. (2) Job factors that affect the acceptance of information technology Of employees in the company Mae Ruay Factory Co., Ltd. In terms of experience, their opinions were at a moderate level. With an average of 3.28 and the standard deviation of 0.67 Knowledge There is a high level of overall opinion. With an average of 3.49 and a standard deviation of 0.68. There is a high level of overall opinion. With an average of 3.51 standard deviations of 0.70 (3) external factors affecting the acceptance of information technology of employees in the company Mae Ruay Factory Co., Ltd. Training There is a moderate level of overall opinion. With an average of 3.32 and the standard deviation of 0.61 Coordination There is a high level of overall opinion. The average value is 3.57. The standard deviation is 0.62. In terms of communication, the opinions of the students are at a high level. With an average of 3.57, a standard deviation of 0.69 On the support from the executives the level of opinions were at a medium level. With an average of 3.25 and a standard deviation of 0.59. The research team studied the relationship between work-related factors and external factors with acceptance in information technology of employees in Mae Ruai Factory Company Limited has a relationship with acceptance in information technology. When considering Pearson's correlation (r), external factors (r = 0.847) correlated with acceptance in information technology. And have a relationship in the same direction with Job-related factors (r = 0.681).

Keywords: Service quality, pearl milk tea entrepreneur, generation Y consumers

1. บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีพัฒนาการที่เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว มีการปรับปรุงเครื่องมือเครื่องใช้ที่เป็นประโยชน์กับงานสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดการบริหารรูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต การให้บริการส่งข่าวสาร Short Message Service (SMS) หรือการโหลดเพลงผ่านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้หน่วยงานต่าง ๆ ยังได้สร้างระบบงานสารสนเทศในหน่วยงานของตนเองขึ้นเป็นจำนวนมาก เช่น การทำเว็บไซต์ของหน่วยงานเพื่อใช้ประโยชน์จากสารสนเทศเหล่านั้น เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างกว้างขวางและคุ้มค่า โดยสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในการจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติงาน

การแก้ปัญหา หรือการตัดสินใจ เพื่อการวางแผนและการจัดการ ดังนั้นเทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีบทบาทและความสำคัญมากในปัจจุบัน และมีแนวโน้มที่จะมีบทบาทมากยิ่งขึ้นในอนาคต เพราะเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานสารสนเทศให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นับตั้งแต่การผลิต การจัดเก็บ การประมวลผล การเรียกใช้ การสื่อสารสารสนเทศ การแลกเปลี่ยน และใช้ทรัพยากรสารสนเทศร่วมกันให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ เทคโนโลยีสารสนเทศนั้นช่วยในการจัดระบบข่าวสารจำนวนมากในแต่ละวัน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสารสนเทศ ช่วยในการจัดเก็บสารสนเทศไว้ในรูปแบบที่เรียกใช้ได้ทุกครั้งอย่างสะดวก ช่วยในการจัดระบบอัตโนมัติ เพื่อการจัดเก็บ การประมวลผล และการเรียกใช้สารสนเทศ ช่วยในการสื่อสารระหว่างกันได้อย่างสะดวก ลดอุปสรรคเกี่ยวกับเวลาและระยะทางโดยใช้ระบบโทรศัพท์และอื่น ๆ (สุนทร, 2533)

อย่างไรก็ตามในการทำงานยังพบปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน เนื่องจากพนักงานขาดทักษะความรู้ความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และขาดการฝึกอบรม ทำให้เมื่อปฏิบัติงานแล้วจะขาดประสิทธิภาพในการทำงาน การทำงานเกิดความผิดพลาด งานไม่สำเร็จบรรลุตามเป้าหมาย เกิดการสะสมงานรวมทั้งเสียเวลาในการทำงาน การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ ทำให้พนักงานเกิดความกลัว และประมาท ทำให้เกิดการต่อต้านในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พนักงานบางส่วนไม่สามารถที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้ เนื่องจากพนักงานขาดความรู้ และอายุของพนักงานที่ไม่ก้าวหน้าเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้ไม่สามารถยอมรับในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างสมบูรณ์ และส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กรที่จะได้งานที่มีประสิทธิภาพ หรืออาจจะไม่สามารถอยู่เหนือคู่แข่งได้ ทำให้องค์กรเกิดความล้มเหลวได้ในที่สุด (พรณทิพา, 2549) เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบันส่งผลให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการเป็นอันมาก ทั้งนี้เพราะการรับรู้ข่าวสารและด้านวิชาการต่าง ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็ว การที่จะทำให้ประเทศมีความก้าวหน้าต่อไปนั้น สิ่งที่สำคัญคือ การพัฒนาทรัพยากรบุคคล นับเป็นเวลากว่า 3 ทศวรรษแล้ว ที่ภาครัฐได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพของหน่วยงานราชการต่าง ๆ เพื่อให้ระบบเป็นกลไกที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามการพัฒนาระบบสารสนเทศของหน่วยงานต่าง ๆ นั้น มีความล่าช้าเป็นอย่างมาก จึงได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในหน่วยงาน หน่วยงานที่ประสบความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นหน่วยงานที่มีวิสัยทัศน์ในอนาคตที่ชัดเจน และได้มีการวางแผนกลยุทธ์ของการบริหารและการปฏิบัติการที่เหมาะสม (พรณภรณ์, 2554) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีโปรแกรมสำเร็จรูป SCM. พบว่า การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน เทคโนโลยีนับเป็นส่วนสำคัญที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ เทคโนโลยีสามารถสนับสนุนโซ่อุปทาน ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสถานะการแข่งขันได้ โดยมองภาพที่สามารถจัดการได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาจัดการความซับซ้อนของโซ่อุปทานในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่ต้องการการจัดการคลังสินค้า การจัดการเพื่อการแก้ไขปัญหาตั้งแต่ในการผลิต เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบริษัท ช่วยให้มีการตัดสินใจที่รวดเร็วยิ่งขึ้น กลไกที่สำคัญของการจัดการโซ่อุปทานอยู่ในการจัดการข้อมูลระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลสำคัญต่อการสนับสนุนการดำเนินการปฏิบัติงานในกิจกรรมต่าง ๆ งานวิจัยฉบับนี้ จึงศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์กรที่ต้องการพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานได้เห็นความสำคัญ และนำไปใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน นอกจากนี้บริษัทยังพบปัญหาที่เกิดขึ้นจากการที่พนักงานขาดทักษะความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และขาดการฝึกอบรม นอกจากนี้พนักงานยังมีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบเดิม จึงไม่สามารถยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศรูปแบบใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาในองค์กร จึงทำให้ขาดประสิทธิภาพในการทำงาน และไม่ประสบความสำเร็จกับงานที่ตั้งเป้าหมายไว้จากที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด (ราตรี, 2556) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับงานที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยหวังเป็น

อย่างยิ่งว่าจะสามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการพัฒนาพนักงานให้มีการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.1.1 ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 1.1.2 ศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับงานส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 1.1.3 ศึกษาปัจจัยภายนอกส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.2 สมมติฐานของการวิจัย

- 1.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกัน
- 1.2.2 ปัจจัยเกี่ยวกับงานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกัน
- 1.2.3 ปัจจัยภายนอกส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกัน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ด้านเนื้อหา

- 1.3.1.1 เนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 1.3.1.2 เนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับงานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 1.3.1.3 เนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.3.2 ด้านประชากร พนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ระดับปฏิบัติการ จำนวน 200 คน

1.3.3 ด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่ 7 สิงหาคม 2560 ถึง 7 ธันวาคม 2560 รวมระยะเวลาในการวิจัยทั้งสิ้น 5 เดือน

1.3.4 ด้านตัวแปร

1.3.4.1 ตัวแปรต้น

- ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการทำงาน

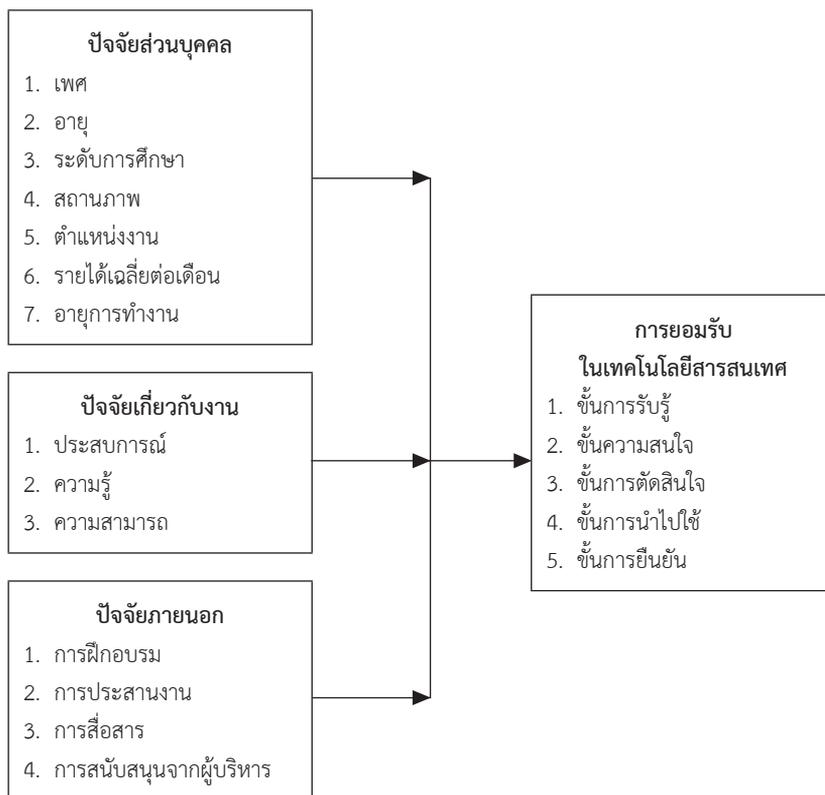
- ปัจจัยเกี่ยวกับงาน ได้แก่ ประสิทธิภาพ ความรู้ ความสามารถ
- ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การฝึกอบรม การประสานงาน การสื่อสาร การสนับสนุนจากผู้บริหาร

1.3.4.2 ตัวแปรตาม

- การยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ได้กรอบแนวคิดดังนี้



2. วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนซึ่งได้นำเสนอตามลำดับหัวข้อ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 เครื่องมือในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด คือ แบบสอบถาม ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างขึ้นให้เหมาะสมกับการศึกษาครั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการสอบถามถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการทำงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตอบเลือก (Check - list) คำถามมีจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับงาน ประกอบด้วย ประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด คำถามมีจำนวน 14 ข้อ (ประสบการณ์จำนวน 3 ข้อ ความรู้จำนวน 4 ข้อ ความสามารถจำนวน 6 ข้อ)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกประกอบด้วย การฝึกอบรม การประสานงาน การสื่อสาร

การสนับสนุนจากผู้บริหาร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด คำถามมีจำนวน 27 ข้อ (การฝึกอบรมจำนวน 8 ข้อ การประสานงานจำนวน 6 ข้อ การสื่อสารจำนวน 4 ข้อ การสนับสนุนจากผู้บริหารจำนวน 9 ข้อ)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด คำถามมีจำนวน 22 ข้อ (ขั้นการรับรู้จำนวน 5 ข้อ ขั้นความสนใจจำนวน 4 ข้อ ขั้นการตัดสินใจจำนวน 3 ข้อ ขั้นการนำไปใช้จำนวน 3 ข้อ ขั้นการยืนยันจำนวน 7 ข้อ)

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

2.2.1 ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ และแนะนำตัวคณะผู้วิจัย จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษภูวนารถ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาการจัดการทั่วไป ถึงกรรมการผู้จัดการ บริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด เพื่อขอความร่วมมือและขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2.2 เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไป 196 ชุด โดยมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา และมีความสมบูรณ์จำนวน 196 ชุด คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์

2.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติ ดังนี้

2.3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุการทำงาน ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด

2.3.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ t - test, One-Way ANOVA (F - test) ใช้สำหรับการวิเคราะห์เพื่อทดสอบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับงาน และปัจจัยภายนอก ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด

3. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด สรุปผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา สถานภาพ ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุการทำงาน

ผลวิจัยพบว่า พนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 30 - 40 ปี ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สถานภาพโสด ตำแหน่งงานอยู่ฝ่ายคลังสินค้า/ขนส่ง ส่วนใหญ่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,000 - 20,000 บาท และมีอายุการทำงาน 1 - 5 ปี

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับงาน ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด

1. ปัจจัยเกี่ยวกับงาน ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด (ด้านประสบการณ์) มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลำดับที่ 1 ท่านเคยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ในการเข้าถึงข้อมูลของท่าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85

2. ปัจจัยเกี่ยวกับงาน ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด (ด้านความรู้) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลำดับที่ 1 ท่านสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศค้นหาข้อมูล มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82

3. ปัจจัยเกี่ยวกับงาน ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด (ด้านความสามารถ) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลำดับที่ 1 ท่านใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการส่งงาน สืบค้นข้อมูล และข่าวสาร ได้สะดวก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด

1. ปัจจัยภายนอก ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด (ด้านการฝึกอบรม) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลำดับที่ 1 ท่านต้องการเนื้อหาที่เหมาะสมกับระยะเวลาที่ได้รับการฝึกอบรม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79

2. ปัจจัยภายนอก ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด (ด้านการประสานงาน) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลำดับที่ 1 เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ท่านประสานงานฝ่ายต่างๆ เป็นไปได้ด้วยความสะดวก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79

3. ปัจจัยภายนอก ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด (ด้านการสื่อสาร) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลำดับที่ 1 เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้งานของท่านมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76

4. ปัจจัยภายนอก ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด (ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลำดับที่ 1 การเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้งาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด

1. การยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด (ขั้นการรับรู้) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลำดับที่ 1 เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญต่อการทำงานของ ท่าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81

2. การยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด (ขั้นความสนใจ) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลำดับที่ 1 การให้ความสนใจที่จะศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72

3. การยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด (ขั้นการตัดสินใจ) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลำดับที่ 1 ท่านแสวงหาความรู้เพื่อเป็นข้อมูลก่อนตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงาน ได้อย่างเหมาะสม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68

4. การยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด (ขั้นการนำไปใช้) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 เมื่อพิจารณา รายชื่อ พบว่า ลำดับที่ 1 ท่านนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการเพิ่มพูนความรู้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75

5. การยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ขั้นการยืนยัน มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64 เมื่อพิจารณา รายชื่อ พบว่า ลำดับที่ 1 ท่านมั่นใจว่าเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้การปฏิบัติงานในหน้าที่สำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78

ส่วนที่ 5 เปรียบเทียบการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุการทำงาน

ผลการวิเคราะห์

1. แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด โดยใช้การวิเคราะห์สถิติ Independent sample t-test (จำแนกตามเพศ) ในด้านภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด แตกต่างกัน

2. แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบ F-test ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ระหว่างอายุกับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ในด้านภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.39 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า อายุส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานไม่แตกต่างกัน

3. แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบ F-test ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ระหว่างระดับการศึกษากับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ในด้านภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า ระดับการศึกษาส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานแตกต่างกัน

4. แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบ F-test ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ระหว่างสถานภาพกับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ในด้านภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.17 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า สถานภาพส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานไม่แตกต่างกัน

5. แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบ F-test ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ระหว่างตำแหน่งงานกับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ในด้านภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า ตำแหน่งงานส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานแตกต่างกัน

6. แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบ F-test ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ในด้านภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.11 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ

ของพนักงานไม่แตกต่างกัน

7. แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบ F-test ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ระหว่างอายุการทำงานกับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ในด้านภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.12 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า อายุการทำงานส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเกี่ยวกับงาน ปัจจัยภายนอก และการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด วิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเกี่ยวกับงาน และปัจจัยภายนอก กับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด มีความสัมพันธ์กับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างมีนัยสำคัญ 0.01 เมื่อพิจารณาจากค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (r) จะเห็นว่า ปัจจัยภายนอก ($r = 0.847$) มีความสัมพันธ์กับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ ปัจจัยเกี่ยวกับงาน ($r = 0.681$)

4. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้า เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ในการวิจัยครั้งนี้ สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเกี่ยวกับงาน และปัจจัยภายนอก มีความสัมพันธ์กับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า จำนวนสมมติฐานที่ตั้งไว้ 9 ข้อ เป็นไปตามสมมติฐาน 5 ข้อ โดยพบว่ามีสมมติฐาน 4 ข้อ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยจะอภิปรายผลในประเด็นสำคัญ ๆ ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า

ผลการวิจัยพบว่า อายุการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะ อายุการทำงาน คือ ระยะเวลาทำงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานกับบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ไม่ว่าจะทำงานมานานแล้ว หรือเข้ามาทำงานได้ไม่นาน ก็ไม่มีผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ เพราะพนักงานที่อยู่กับบริษัทมาเป็นเวลานาน มีประสบการณ์ในการทำงาน (จันทน์และพิสิฐ, 2558) อาจจะไม่ทันต่อเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันเหมือนพนักงานรุ่นใหม่ที่เรียนรู้เร็ว จึงไม่สามารถใช้ตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศได้ (ทวีศักดิ์, 2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เพื่อการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า อายุการทำงานต่างกัน จะมีระดับการยอมรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เพื่อการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยเกี่ยวกับงานที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด คือด้านความสามารถ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด คือ ด้านการประสานงาน มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62 และ ด้านการสื่อสารมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเกี่ยวกับงาน และปัจจัยภายนอก กับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด มีความสัมพันธ์กับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างมีนัยสำคัญ 0.01 เมื่อพิจารณาจากค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (r) จะเห็นว่า ปัจจัยภายนอก ($r = 0.847$) มีความสัมพันธ์กับการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ ปัจจัยเกี่ยวกับงาน ($r = 0.681$)

4.1 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ของพนักงานในบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด

4.1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

4.1.1.1 ผู้บริหารของบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ควรมีการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับพนักงานที่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงาน เพื่อให้เกิดความรู้ ความสามารถที่เพิ่มขึ้น และเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของงานในองค์กรให้ดียิ่งขึ้น

4.1.1.2 ผู้บริหารของบริษัท โรงงานแม่รวย จำกัด ควรนำผลการวิจัยมาพัฒนาองค์กร

5. เอกสารอ้างอิง

สุนทร แก้วลาย. 2533. การประยุกต์คอมพิวเตอร์ในงานบริการและเผยแพร่สารนิเทศ. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

พรรณภรณ์ แสงดี. 2554. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีโปรแกรมสำเร็จรูป SCM. มหาวิทยาลัยบูรพา.

พรรณทิพา แอดำ. 2549. การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จันทน์ รุ่งเรืองธนาผล และพิสิฐ ลิ้มอารีย์สุข. 2558. พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

ราตรี เอี่ยมประดิษฐ์. 2556. การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
 ของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออก กรณีศึกษา
 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ
 Marketing Communication Factors Effect to Choosing of Low Cost Airline
 for Service Users the Youth Groups In Eastern Region Province
 A Case Study of Students in Rajamangala University of Technology
 Tawan-Ok Bangphra Campus

ลักขณา เตรีมตั่ง นันทภาค เดชพิบูลย์ และ สมพงษ์ อัสวาริยธิปัตติ

Lukhana Traimtung, Nuntapak Dechpiboon and Sompong Aussawariyathipat

สาขาการจัดการการบิน สถาบันเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

e-mail sp.ausa@hotmail.co.th

Received 04/05/2561

Accepted 20/04/2563

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบ ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออก กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ จำนวน 346 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า (t-test) รายการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออก กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำสารที่ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออก กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ โดยรวมผลจากการทดสอบพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับชั้น คณะ และรายได้เฉลี่ยที่ได้รับต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกันโดยรวมไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีประสบการณ์การใช้สายการบินต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการตลาด สายการบินต้นทุนต่ำ ภาคตะวันออก

Abstract

The objective of this research were to study and compare marketing communication factors effect to choosing of low cost airline for service users the youth group In eastern region province, a case study of students in Rajamangala University of Technology Tawan-ok, Bangpra campus were used as a sample group and tool for gathering the data was a set of questionnaire. Besides; frequencies, percentage, means, standard deviation, independent sample t-test, one-way analysis of

variance. The research finding were: All aspects and separate of marketing communication factors affect to choosing the low cost airline in eastern region province, a case study of student in Rajamangala University of Technology Tawan-ok, Bangpra campus were high level. A comparison of marketing communication factors affect to choosing the low cost airline in eastern region province, a case study of student in Rajamangala University of Technology Tawan-ok, Bangpra campus were by service users who had different gender age, school level, faculty, and average income pre-month with marketing communication factors affect to choosing the low cost airline was no statistically significance service users with different experience to used airline had different marketing communication factors affect to choosing the low cost airline overall were statistically significance at 0.05 level significance.

Keywords: Marketing Communication, Low Cost Airline, Eastern Region

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งซึ่งช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ดังจะเห็นได้จากการที่ประเทศไทยได้รับรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นจำนวนมหาศาล และทั้งหมดนั้นสร้างให้เกิดเป็นรายได้ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีทั้งเดินทางแบบเป็นกลุ่มและเดินทางด้วยตนเอง การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความก้าวหน้าขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศเป็นจำนวนมากซึ่งส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ (Acarima Nanthanasit, 2556. ABSTRACT. Information design - ChiangMai Trip. แหล่งที่มา http://www.mediaartsdesign.org/project_detail.php?project_id=163,15 กุมภาพันธ์ 2558) แจ้งว่ามีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว 1,147,653.49 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวน 24,809,683 คน แต่ในปี พ.ศ. 2558 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างรายได้ที่เข้าประเทศเพิ่มขึ้นถึง 1,447,158.05 ล้านบาท และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นถึง 29,881,091 คน จากการแสดงทำให้การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจประเทศเจริญเติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด อุตสาหกรรมที่ช่วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นคือ อุตสาหกรรมการบินที่เป็นอุตสาหกรรมที่ทำให้การท่องเที่ยวเจริญเติบโตได้อย่างมาก การสื่อสารทางการตลาดของสายการบินต่าง ๆ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ

อุตสาหกรรมการบินหรือธุรกิจการบินในประเทศไทยมีความสำคัญในระดับประเทศ ระดับนานาชาติ โดยประเทศไทยมีสายการบินที่เป็นสายการบินประจำชาติ คือ “สายการบินไทย” นอกจากนั้นยังมีสายการบินพาณิชย์อื่น ๆ ที่เป็นสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งประกอบด้วย สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ สายการบินไทยสมายล์ นอกจากนี้ยังมีสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ซึ่งอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยในปัจจุบันได้มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง การใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้ในปัจจุบันมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยจุดเด่นที่ทำให้สายการบินต้นทุนต่ำมีราคาถูกกว่าสายการบินปกติ คือ มีราคาบัตรโดยสารเครื่องบินต่ำกว่าบัตรโดยสารชั้นประหยัดของสายการบินใหญ่ ๆ ประมาณ 40-50 เปอร์เซ็นต์ มีการให้บริการเฉพาะชั้นประหยัด (Single economy Class) การให้บริการเส้นทางบินภายในประเทศหรือประเทศใกล้เคียงส่วนใหญ่ใช้เวลาบินไม่เกิน 3-4 ชั่วโมง ส่วนใหญ่จะไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มให้แก่ผู้โดยสาร แต่ผู้โดยสารสามารถซื้อได้จากพนักงานในราคาพิเศษ มีการใช้เครื่องบินโดยสารเพียงรุ่นเดียวหรืออย่างมากไม่เกิน 2 รุ่นในการให้บริการ เพื่อเป็นการประหยัดค่าบำรุงรักษา (สมปรารถนา, 2551 ; กมลทิพย์, 2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยสมายล์เส้นทางระหว่างประเทศของผู้โดยสารชาวไทย ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้น เพศ อายุ ที่มีผลต่อ

การเลือกใช้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินไทยสมายล์แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำสรุปได้ว่าสายการบินต้นทุนต่ำในปัจจุบันอยู่ในสภาวะที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงซึ่งมีผลทำให้บางสายการบินเกิดการขาดทุนในการประกอบการและมีผลต่อการดำเนินงานในระยะยาว ด้วยเหตุนี้สายการบินต้นทุนต่ำจึงต้องมีการพัฒนาการให้บริการ พัฒนาด้านการสื่อสารที่สม่ำเสมอ มีความต่อเนื่องเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจให้กับผู้โดยสารมาใช้บริการ ในขณะเดียวกันผู้โดยสารที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบันนิยมเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งคณะผู้วิจัยถือเป็นกลุ่มคนที่มีความใกล้ชิดกับผู้โดยสารวัยรุ่น โดยเฉพาะวัยรุ่นที่อยู่ในกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพเป็นอย่างมาก ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว แหล่งธุรกิจและเป็นพื้นที่ที่มีสนามบินในการให้บริการกับผู้โดยสาร

จากพื้นฐานของปัญหาดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกเฉียงเหนือ วิทยาเขตบางพระ ทั้งนี้ผลที่คาดว่าจะได้รับธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ สามารถนำผลของการวิจัยไปใช้ในการออกแบบและสร้างแนวทางในการสื่อสารข้อมูลของธุรกิจสายการบินให้สามารถเข้าถึงและตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และเป็นผลสืบเนื่องให้เกิดศักยภาพในการทำธุรกิจในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกเฉียงเหนือ วิทยาเขตบางพระ
- 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกเฉียงเหนือ วิทยาเขตบางพระ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้น คณะ รายได้เฉลี่ยที่ได้รับต่อเดือน และประสบการณ์การใช้บริการสายการบิน

2. วิธีการศึกษา

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกเฉียงเหนือ วิทยาเขตบางพระ ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 2/2558 จำนวน 3,406 คน
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกเฉียงเหนือ วิทยาเขตบางพระ ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 2/2558 จำนวน 346 คน โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเปิดตารางกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

- เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้
- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำถามเป็นแบบเลือกตอบเพื่อเลือกตอบตามระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับชั้น คณะ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประสบการณ์การใช้บริการสายการบิน
 - ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกเฉียงเหนือ วิทยาเขตบางพระ

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออก กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ ซึ่งลักษณะของคำถามเป็นแบบให้เลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียวและใช้มาตราส่วนแบบประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Intervals) (บุญชม, 2545)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

2.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมมาดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล โดยการตรวจสอบความสมบูรณ์ ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่มีความสมบูรณ์
2. การลงรหัส ทำแบบสอบถามที่ผ่านการคัดแยกแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยการใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ค่า t และ ANOVA

3. ผลการศึกษา

จากการศึกษาผลการศึกษสามารถวิเคราะห์และนำเสนอได้ดังนี้

3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 50.60 มีอายุระหว่าง 21-22 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 41.60 ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 โดยสังกัดสถาบันเทคโนโลยีการบิน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 มีรายได้เฉลี่ยที่ได้รับต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 38.40 และมีประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบิน จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 ตามลำดับ

3.2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออก กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ

ผลการศึกษาพบว่าวัตถุประสงค์หลักในการเลือกใช้บริการสายการบินเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 47.40 การรับข้อมูลข่าวสารของสายการบินต้นทุนต่ำผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 โดยความถี่ในการเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำต่อปีที่ต่ำกว่า 2 ครั้ง จำนวน 187 คนคิดเป็นร้อยละ 54.04 ซึ่งเหตุผลสำคัญในการเลือกเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำคือราคาบัตรโดยสารจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 60.70 ตามลำดับ

3.3 ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออก กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออก กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยสามารถเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ 1) ด้านการใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย = 4.04) 2) ด้านการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.01) 3) ด้านการส่งเสริมการขาย (ค่าเฉลี่ย = 3.96) และ 4) ด้านการโฆษณา (ค่าเฉลี่ย = 3.80) ตามลำดับ

3.4 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียง ภูมิภาคตะวันออก กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ

ผลจากการทดสอบพบว่า

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการและใช้สายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับชั้นต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้ใช้บริการที่มีระดับชั้นต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีคณณะต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้ใช้บริการที่มีขนาดต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยที่ได้รับต่อเดือนต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยที่ได้รับต่อเดือนต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการโฆษณาและด้านการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการขายโดยใช้พนักงานและด้านการส่งเสริมการขาย ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ผู้ใช้บริการที่มีประสบการณ์การใช้สายการบินแตกต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้ใช้บริการที่มีประสบการณ์การใช้สายการบินแตกต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการโฆษณา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการขายโดยใช้พนักงานไม่แตกต่างกัน

4. สรุปผล

ผลจากการศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียง ภูมิภาคตะวันออก กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระพบว่าโดยรวมปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก ซึ่งอธิบายได้ว่าการดำเนินการด้านการสื่อสารของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในปัจจุบัน ต่างมีความพยายามในการสร้างพื้นที่การรับรู้ของสื่อในรูปแบบทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้จนเกิดความต้องการในการใช้บริการ

โดยสื่อของสายการบินที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันเช่น Instagram การสร้างเพจของสายการบิน เป็นต้น (สมจิตร, 2556) ได้อธิบายถึงการรับรู้ของผู้บริโภคระหว่างผลประโยชน์ที่จะได้รับการที่ซื้อสินค้า ซึ่งประโยชน์ที่กล่าวถึงคือ คุณภาพและบริการของสินค้า โดยผู้บริโภคจะซื้อสินค้าโดยใช้เงิน เวลาและความพยายามต่างกัน (ศูนย์การศึกษา พัฒนาและการวิจัยตลาด, 2557) ได้กล่าวถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารเป็นการเจรจาและการชักชวน ซึ่งหลังจากได้ชี้แจงให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่ได้ผลิตขึ้นมาแล้ว นักการตลาดจะใช้การติดต่อสื่อสารเพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้าและบริการของธุรกิจ

จากการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในเขตภาคตะวันออก กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ โดยผู้ให้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ให้บริการที่เป็นเพศชายและหญิงมีพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตที่ไม่แตกต่างกัน โดยทั้งสองเพศจะต้องมีการทำงานทั้งนอกบ้านและช่วยเหลือกันภายในครอบครัว ทำให้ความสามารถในการรับสื่อเป็นไปในลักษณะเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในโลกออนไลน์ที่ผู้โดยสารทั้งสองกลุ่มสามารถเข้าถึงได้จากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ดังนั้นจึงเป็นผลให้การรับรู้สื่อส่งผลไม่แตกต่างกัน (ณัฐพล, 2553) เรื่องความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบินภายในประเทศเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการบริการบนเครื่องบินไม่แตกต่างกัน และผู้มีการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านการบริการภาคพื้นและด้านบริการบนเครื่องบินให้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ให้บริการที่มีอายุและระดับชั้นต่างกัน มีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัยอาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างมีอายุที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นพฤติกรรมการดำเนินชีวิตจึงไม่แตกต่างกันซึ่งมีผลให้การรับรู้ข้อมูลด้านการตลาดของผู้ใช้บริการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และโดยปกติในปัจจุบันกลุ่มวัยรุ่นที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย เป็นกลุ่มที่ใช้ชีวิตกับโลกออนไลน์เป็นเวลานานในแต่ละวัน (สุพรรณิ, 2553) ได้กล่าวถึงเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดอายุ ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน อีกทั้งความชอบและรสนิยมของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปตามวัย (พีระยุทธ, 2555) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้โดยสารที่มีอายุและสถานที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไม่แตกต่างกัน (พรชัย, 2548) เรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนกกแอร์ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน อายุต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน อาชีพต่างกัน และระดับรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการบินนกกแอร์ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ผู้ให้บริการที่มีคณะต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ผลจากการศึกษาที่พบว่าผู้ให้บริการที่มีคณะต่างกันและมีปัจจัยโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันนั้นอาจเป็นผลจากถึงแม้จะอยู่กันคนละคณะก็ตาม แต่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกันในหลาย ๆ ด้าน เช่น อายุ ความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรมการใช้ชีวิต เป็นต้น (ศูนย์การศึกษา พัฒนาและการวิจัยตลาด, 2557) ได้อธิบายเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารทางการตลาดเป็นการทำให้กลุ่มผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้านักการตลาดจึงต้องพยายามหาวิธีการติดต่อสื่อสารทำให้ผู้บริโภคสนใจให้ได้ แต่ความสนใจที่ผู้บริโภคมีต่อข่าวสารนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับสื่อหรือข้อความที่ใช้เพียงอย่างเดียว แหล่งของข่าวสารก็จะถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคหรือผู้รับข่าวจะต้องให้ความสนใจด้วย ในการศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อการติดต่อสื่อสาร (วิมลพรรณ และคณะ, 2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารใน Facebook ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีเพศ อายุ ชั้นปี คณะคะแนนเฉลี่ยสะสม และรายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมสื่อสารใน Facebook ไม่แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยที่ได้รับต่อเดือนต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยรวมไม่แตกต่างกัน เหตุผลสำคัญคือการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ มีการกำหนดราคาในการให้บริการอยู่ในระดับที่กลุ่มผู้โดยสารทุกระดับสามารถเลือกใช้บริการได้ รวมทั้งมีอำนาจซื้ออยู่ตลอดเวลาหากมีความจำเป็นในการเดินทาง ดังนั้นประเด็นในเรื่องของรายได้เฉลี่ยที่ได้รับต่อเดือนจึงเป็นสิ่งที่ทำให้ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดไม่แตกต่างกัน (ประพันธ์ และคณะ, 2548) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติที่มีต่อสายการบิน Low Cost The Attitude Of Consumer's that Affecting Low Cost Airline ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าด้านราคา รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการใช้บริการสายการบิน low cost ที่ไม่แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่ประสบการณ์การใช้สายการบินต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มูลเหตุสำคัญที่ทำให้ประสบการณ์ในการใช้บริการต่างกันทำให้ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแตกต่างกัน เพราะในปัจจุบันสายการบินต่าง ๆ ได้พยายามในการใช้กลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ของผู้โดยสารให้เกิดความประทับใจในการใช้บริการ เพื่อเป็นการสร้างแรงกระตุ้นซึ่งการสร้างประสบการณ์นั้น เริ่มตั้งแต่ก่อนการซื้อบัตรโดยสาร ระหว่างใช้บริการ และหลังจากใช้บริการ ดังนั้นการสื่อสารการตลาดสามารถทำได้อย่างต่อเนื่องและสร้างการรับรู้สื่อการตลาดเฉพาะ แต่ด้วยความถี่ในการใช้บริการรวมทั้งความหลากหลายของการใช้บริการสายการบินต่างกัน จึงเป็นผลสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการที่มีประสบการณ์ต่างกันมีปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแตกต่างกัน (นริศรา, 2548) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีจำนวนครั้งในการใช้บริการแตกต่างกันจำแนกตามสายการบินพบว่าผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ผลจากการศึกษาวิจัย ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างการสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้โดยสารที่เป็นวัยรุ่นโดยใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับปัจจุบันและในอนาคตเช่น การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะพฤติกรรมของผู้ใช้บริการกลุ่มวัยรุ่นดำเนินชีวิตกับการออนไลน์อยู่ตลอดเวลา

2) ธุรกิจให้บริการอื่น สามารถนำแนวทางการวิจัยไปออกแบบธุรกิจการให้บริการด้วยการกำหนดช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการเข้าถึงธุรกิจจากการใช้เครื่องมือที่เหมาะสม เช่นการโฆษณาธุรกิจโดยใช้พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมาออกแบบการสื่อสารทางการตลาด

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้โดยสารและกลุ่มผู้บริหารสายการบิน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถใช้ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น

2) การศึกษาครั้งต่อไปอาจเป็นการศึกษาด้วยการเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้โดยสารที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ ที่หลากหลาย

5. เอกสารอ้างอิง

กมลทิพย์ พูลผล. 2559. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินไทยสมายล์เส้นทางระหว่างประเทศของผู้โดยสารชาวไทย. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐพล ธัญญาวิณิชกุล. 2553. ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการของสายการบินภายในประเทศ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- นริศรา อีสริยานนท์. 2548. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2545. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประพันธ์ อนุลีจันทร์ และคณะ. 2548. ทศนคติที่มีต่อสายการบิน Low Cost The Attitude of Consumer's that effecting Low Cost Airline. ปรินญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- พรชัย ศรีสว่าง. 2548. ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- พีระยุทธ์ คุ่มศักดิ์. 2555. ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- วิมลพรรณ อาภาเวท และคณะ. 2554. พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ศุภย์ศึกษา พัฒนาและการวิจัยตลาด. 2557. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา หลักการตลาด (PRINCIPLE OF MARKETING). คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์.
- สมปรารถนา สมิทรปัญญา. 2551. ความคิดเห็นต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารที่ใช้บริการท่าอากาศยานเชียงใหม่. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สมจิตร ล้วนจำเริญ. 2556. การจัดการตลาด (MARKET MANAGEMENT). (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว. 2553. หลักการตลาด (Principles of Marketing). (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ลเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- Acarima Nanthanasit. 2556. Information design - ChiangMai Trip. เข้าถึงข้อมูลได้จาก http://www.mediaartsdesign.org/project_detail.php?project_id=163 สืบค้นข้อมูลเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2559.

การคาดคะเนความสูงของบุคคลจากขนาดของรองเท้า

Estimation of stature of a person from the shoe size

ศิริจันทน์ตรี ตรีแก้ว¹ อรทัย เขียวพุ่ม¹ ศิริรัตน์ ชูสกุลเกรียง² และ ศุภชัย ศุภลักษณ์นารี²

Sirijantane Treekaew¹, Orathai Kheawpum¹, Sirirat Choosakoonkriang²
and Supachai Supalalnari²

¹ หลักสูตรนิติวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ ² ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
sirirat_157@yahoo.com Tel. 0876647041 aetreekaew@gmail.com Tel. 082-8747136

Received 13/06/2562

Accepted 26/04/2563

บทคัดย่อ

รองเท้าหรือรอยรองเท้าเป็นวัตถุพยานที่พบได้บ่อยในสถานที่เกิดเหตุ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความสูงของบุคคลจากขนาดของรองเท้า ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติพื้นฐาน Karl Pearson's correlation coefficients จากการศึกษาพบว่าในกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความสูงเฉลี่ย 170.18 ± 6.84 cm ในขณะที่เพศหญิงมีความสูงเฉลี่ย 158 ± 5.75 cm และจากการวัดขนาดความยาวของรองเท้าพบว่าค่าเฉลี่ยของความยาวรองเท้าในกลุ่มตัวอย่างเพศชายและในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีค่า 28.46 ± 1.51 cm และ 25.90 ± 0.72 cm ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยของความกว้างรองเท้าจากกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีค่า 11.61 ± 1.14 cm และ 9.93 ± 0.65 cm ตามลำดับ พบว่าความยาวและความกว้างของรองเท้าในกลุ่มประชากรตัวอย่างเพศชายมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับความสูงที่ ($r = 0.939$) และ ($r = 0.925$) และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงพบว่าความยาวและความกว้างของรองเท้ามีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับความสูงที่ ($r = 0.916$) และ ($r = 0.902$) การศึกษาพบว่าความยาวและความกว้างของรองเท้า สามารถใช้ทำนายความสูงของเจ้าของได้ดี ในระดับที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานด้านนิติวิทยาศาสตร์ได้

คำสำคัญ: ความสูง ขนาดรองเท้า การคาดคะเน

Abstract

Shoes and shoeprints are the common physical evidence that may be encountered at crime scenes. The objective of this study is to find the relationships between height of a person and the dimension of his shoe. The statistical analysis was conducted by using Karl Pearson's correlation. It was found that the mean height of the male subjects was 170.18 ± 6.84 cm while that of the female participants was 158.00 ± 5.75 cm. The mean lengths of their shoes in male and female cases were 28.46 ± 1.51 cm and 25.90 ± 0.72 cm respectively and the average shoe widths for the two cases were 11.61 ± 1.14 cm and 9.53 ± 0.65 cm respectively. In was found that the length and width of the shoes in the male sample group had a high relationship with the height at ($r = 0.939$) and ($r = 0.925$) and the female sample group found that the shoes length and width have a high relationship with height at ($r = 0.916$) and width ($r = 0.902$). This study have demonstrated that the dimension of the shoe can be used to estimate stature of the shoe owner. The information may be useful in the investigation of criminal case.

Keywords: stature, shoe size, prediction

1. บทนำ

อัตราการเกิดอาชญากรรมที่เพิ่มขึ้นนั้นมีแนวโน้มความรุนแรงและมีความซับซ้อนมากขึ้น ผู้ที่ก่อเหตุก็มีการศึกษาและมีการพัฒนาเทคนิควิธีการการกระทำความผิดที่ซับซ้อนมากขึ้น และผู้ก่อเหตุบางรายที่ก่อเหตุบ่อยครั้งจนมีความรู้และความชำนาญในด้านต่าง ๆ ในการก่อเหตุก็จะใช้ความรู้ความชำนาญนั้นมาช่วยในการทำลายหลักฐานและร่องรอยต่าง ๆ ที่อยู่ ณ สถานที่เกิดเหตุเพื่อปิดบังอำพรางความผิดของตน เมื่อวิธีการต่าง ๆ มีการเผยแพร่ออกไปจึงทำให้บุคคลทั่วไปรวมถึงผู้ที่กระทำความผิดได้เรียนรู้วิธีการต่าง ๆ เพื่อปิดบังอำพรางความผิดของตนรวมถึงพฤติการณ์ที่จะไม่มีการทิ้งร่องรอยของการกระทำความผิดและพยานหลักฐานไว้ในสถานที่เกิดเหตุหรืออาจมีการทำลายพยานหลักฐานหลังจากที่กระทำความผิด จึงทำให้การทำงานของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการคลี่คลายคดีมีความยากลำบากมากขึ้นแต่อย่างไรก็ตามผู้ที่กระทำความผิดนั้นก็มักจะมีการทิ้งร่องรอยและพยานหลักฐานไว้ในสถานที่เกิดเหตุ (Crime scene) เสมอ ดังนั้นสถานที่เกิดเหตุจึงเป็นแหล่งของวัตถุพยานและเป็นหัวใจสำคัญของการสืบสวนสอบสวน นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญที่จะช่วยเชื่อมโยงพยานหลักฐาน ประเภทของพยานหลักฐานเข้ากับเหตุอาชญากรรมที่เกิดขึ้นนั้นได้ก็คือ วิธีการในการตรวจสอบสถานที่เกิดเหตุ การตรวจพิสูจน์พยานหลักฐาน เพื่อนำไปสู่การพิสูจน์เอกลักษณ์บุคคลซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญอย่างยิ่งของงานด้านนิติวิทยาศาสตร์

งานด้านนิติวิทยาศาสตร์เป็นการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในสาขาต่าง ๆ มาใช้ในกระบวนการยุติธรรมอาทิเช่นการเก็บวัตถุพยานและพิสูจน์หลักฐาน ใช้ในการค้นหาความจริงหรือพิสูจน์ข้อเท็จจริง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในการสืบสวนสอบสวนโดยการบังคับใช้กฎหมายและดำเนินคดีทางกฎหมายช่วยในกระบวนการยุติธรรม การพิสูจน์หลักฐานและชี้ขึ้นไปสู่ผู้ที่กระทำความผิด ทำให้การศึกษาทางนิติวิทยาศาสตร์เติบโตและพัฒนาอย่างรวดเร็ว จึงมีผู้สนใจและนำความรู้ทางนิติวิทยาศาสตร์มาใช้ในการสืบสวนสอบสวนและค้นหาพยานวัตถุในหลาย ๆ คดีที่โดดเด่นและรวมถึงการคลี่คลายคดี อาทิเช่น ในการยืนยันตัวบุคคล ว่าบุคคลมีชีวิต ศพ เศษชิ้นส่วนของศพ โครงกระดูก เศษชิ้นส่วนกระดูก เลือดหรือเนื้อเยื่อ ตลอดจนคราบต่าง ๆ ที่เกิดจากเนื้อเยื่อหรือสารคัดหลั่งจากมนุษย์ เป็นใครหรือเป็นของใคร ความรู้ทางด้านการพิสูจน์บุคคล ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากในการระบุตัวตน ซึ่งการตรวจพิสูจน์บุคคลจะใช้โครงสร้างทางกายวิภาค (Anatomical) และสมบัติทางการแพทย์ คือ การพิสูจน์บุคคลโดยใช้คุณสมบัติกว้าง ๆ หลายอย่างรวมกัน เช่น เพศ ความสูง เชื้อชาติ อายุ จากชิ้นส่วนที่พบรวมกับหลักฐานอื่น ๆ เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ ซึ่งอาจช่วยบอกเพศได้บ้างเป็นต้น นอกจากนี้ข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากสถานที่เกิดเหตุมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการใช้พิสูจน์บุคคล ในประเทศไทยได้มีการศึกษาการพิสูจน์บุคคลมากมาย รวมไปถึงการศึกษาการพิสูจน์บุคคลของต่างประเทศด้วย

ลักษณะทางกายภาพของมนุษย์มีความสำคัญในการพิสูจน์บุคคล ซึ่งมนุษย์มีลักษณะร่างกายที่แตกต่างกันอยู่มาก เช่น ลักษณะต่าง ๆ ของร่างกาย ใบหน้า ความสูง เป็นต้น แต่ยังมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อร่างกายเช่น การออกกำลังกาย การโภชนาการและกรรมพันธุ์ ดังนั้นลักษณะความสูงของแต่ละบุคคลจึงมีส่วนช่วยในการพิสูจน์บุคคลได้เช่นกัน ความสูงของร่างกายมีความสัมพันธ์เชิงชีววิทยาที่แน่นอนและแปรผันกับทุกส่วนของร่างกาย เช่น หัว ใบหน้า ลำตัว มือและเท้า (เมทีนี, 2560) นอกจากความสูงที่มีความสำคัญในการช่วยตรวจพิสูจน์บุคคลแล้ว รองเท้าก็มีความสำคัญมากมีใช้น้อย เพราะเป็นพยานหลักฐานที่พบได้เป็นลำดับแรก ๆ ในสถานที่เกิดเหตุและเป็นวัตถุพยานที่สำคัญในสถานที่เกิดเหตุ สามารถที่จะตรวจพบได้ในสถานที่เกิดเหตุเกือบทุกประเภท

ในประเทศไทยและต่างประเทศได้มีการศึกษาการพิสูจน์บุคคลมากมาย ลักษณะทางกายภาพของมนุษย์ก็มีความสำคัญในการพิสูจน์บุคคล ซึ่งมนุษย์มีลักษณะร่างกายที่แตกต่างกันอยู่มาก เช่น ลักษณะของร่างกาย ใบหน้า และความสูง เป็นต้น แต่ยังมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อร่างกายเช่น การออกกำลังกายและโภชนาการ ดังนั้นลักษณะความสูงของแต่ละบุคคลจึงมีส่วนช่วยในการพิสูจน์บุคคลได้เช่นกัน ในต่างประเทศได้มีการศึกษาหาความสัมพันธ์ของความสูงและเพศของบุคคลจากรอยเท้าและขนาดของรองเท้า (Hilmi Ozden et al., 2005) ที่ทำการศึกษาในประเทศตุรกี ได้ทำการหาความสัมพันธ์และประมาณความสูงและเพศของบุคคลจากรอยเท้าและขนาดรองเท้า โดยวัดทั้งความยาวและความกว้าง จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 569 คน แบ่งเป็นเพศชาย 294 คน และเพศหญิง 275 คน มีอายุ

มากกว่า 19 ปี พบว่ามีความสัมพันธ์ที่สูงสุดระหว่างความสูงของบุคคลกับความยาวของรอยฝ่าเท้า เบอร์ของรองเท้า และความยาวของรองเท้าทั้งข้างซ้ายและขวา (พรทิพย์, 2535) ในขณะเดียวกันพบความสัมพันธ์ที่ค่อนข้างสูงระหว่างความยาวของฝ่าเท้าและรองเท้ากับเพศอีกด้วย (Ashish Saraf, A. P. et al., 2017) ที่ได้ทำการศึกษาการประมาณส่วนสูงและเพศจากขนาดเท้าและรองเท้าของอาสาสมัคร 150 คน พบว่าความยาวเท้า ความกว้างของเท้า ความยาวของรองเท้า ความกว้างของรองเท้าและไซส์รองเท้า มีสัมพันธ์กับความสูง

จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ศึกษานั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและมีความสนใจที่จะทำการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างความยาวและความกว้างของรองเท้ากับความสูง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างประชากรชาวไทยเชื้อชาติไทย อีกทั้งยังสามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการตรวจพิสูจน์บุคคลในกระบวนการสืบสวนสอบสวนและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในทางนิติวิทยาศาสตร์ในประเทศไทย

1.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1.1.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของระหว่างความยาวและความกว้างของรองเท้ากับความสูงของบุคคล
- 1.1.2 เพื่อคาดคะเนความสูงของบุคคลจากความยาวและความกว้างของรองเท้า

2. วิธีดำเนินการวิจัย

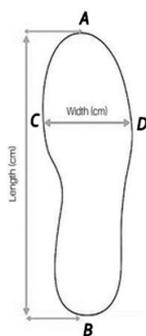
2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยการคัดเลือกกลุ่มประชากรเป้าหมายคือประชากรชาวไทย เชื้อชาติไทยที่มีอายุระหว่าง 10-60 ปี โดยเก็บตัวอย่างทั้งหมด 200 คน แบ่งเป็นเพศชาย 100 คน และเพศหญิง 100 คน

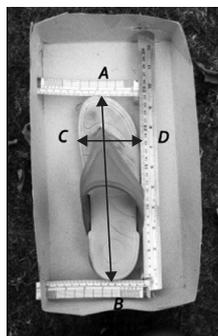
2.2 การวัดขนาดของรองเท้าและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกกลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีลักษณะเท้าปกติ ไม่มีความผิดปกติในการเดิน และไม่เป็นผู้ที่มีความพิการทางเท้า จากนั้นอธิบายวัตถุประสงค์ในการของเก็บตัวอย่างให้ผู้เข้าร่วมวิจัยเข้าใจก่อนที่จะทำการเก็บตัวอย่าง โดยนำรองเท้าของผู้เข้าร่วมทดลองมาวางบนสเกลที่ได้จัดทำไว้ และสอบถามข้อมูลของกลุ่มประชากรตัวอย่างคือ อายุ น้ำหนัก ส่วนสูง ไซส์รองเท้า และทำการถ่ายรูปบันทึกไว้เพื่อจะได้มาวิเคราะห์ต่อไป

โดยวัดความยาวของรองเท้าวัดจากจุด A ไป จุด B และวัดความกว้างของรองเท้าวัดจากจุด C ไป จุด D โดยกำหนดให้ จุด A-B คือ ความยาวของรองเท้า และจุด C-D คือ ความกว้างของรองเท้า โดยจะวัดแบบนี้ก็รองเท้าทุกประเภท ตามรูปภาพที่ 1 และ รูปภาพที่ 2



รูปภาพที่ 1



รูปภาพที่ 2

นำข้อมูลทั้งหมดแบ่งเป็นเพศชาย 100 คนและเพศหญิง 100 คนมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติ Karl Pearson's correlation coefficients ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างค่าความยาวและความกว้างของรองเท้ากับความสูง จากนั้นนำสมการความสัมพันธ์ระหว่างความสูงกับความยาวของรองเท้าจากข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ที่ได้มาใช้คำนวณความสูงจากความยาวและความกว้างของตัวอย่างรองเท้า 40 ตัวอย่าง แบ่งเป็นตัวอย่างรองเท้าผู้ชาย 20 ตัวอย่างและรองเท้าผู้หญิง 20 ตัวอย่าง

3. ผลการวิจัย

ในการเก็บตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงมีช่วงอายุอยู่ระหว่างอายุ 10-25 ปี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท มีน้ำหนักอยู่ที่ 50-60 กิโลกรัม เพศชายจะมีความสูงที่สูงกว่าเพศหญิง เพศชายใช้รองเท้าผ้าใบมากที่สุดและเพศหญิงส่วนใหญ่เป็นรองเท้าแตะ และเพศชายจะมีขนาดไซส์รองเท้าเบอร์ใหญ่กว่าเพศหญิง ดังแสดงในตารางที่ 1 การศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยส่วนสูงในกลุ่มประชากรตัวอย่างเพศชายเท่ากับ 170.18 ± 6.84 cm และในกลุ่มเพศหญิงเท่ากับ 158.73 ± 5.75 cm และค่าเฉลี่ยน้ำหนักในกลุ่มประชากรตัวอย่างเพศชายเท่ากับ 65.32 ± 11.83 kg และในกลุ่มเพศหญิงเท่ากับ 55.54 ± 9.79 kg และค่าเฉลี่ยความยาวของรองเท้าในกลุ่มตัวอย่างเพศชายเท่ากับ 28.46 ± 1.51 cm ในกลุ่มเพศหญิงเท่ากับ 25.90 ± 0.72 cm. ค่าเฉลี่ยความกว้างของรองเท้าในกลุ่มตัวอย่างเพศชายเท่ากับ 11.61 ± 1.14 cm และในกลุ่มเพศหญิงเท่ากับ 9.93 ± 0.65 cm ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมวิจัยของ เพศชาย (N = 100) และ เพศหญิง (N = 100)

ข้อมูล	เพศชายจำนวน (คน)	ร้อยละ	เพศหญิง จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงอายุ				
อายุ 10 - 25 ปี	38	38	31	31
อายุ 26 - 30 ปี	14	14	26	13
อายุ 31 - 40 ปี	27	27	25	25
อายุ 41 - 50 ปี	14	14	7	7
อายุ 51 - 60 ปี	7	7	11	11
อาชีพ				
พนักงานทั่วไป	10	10	5	5
นักเรียน	13	13	10	10
พนักงานบริษัท	46	46	54	54
นักศึกษา	11	11	11	11
ข้าราชการ	4	4	3	3
ธุรกิจส่วนตัว	4	4	0	0
ค้าขาย	3	3	3	3
รปภ.	1	1	0	0
รัฐวิสาหกิจ	2	2	0	0
อิสระ	2	2	8	8
รับจ้างทั่วไป	3	3	0	0
ข้าราชการบำนาญ	1	1	0	0
แม่บ้าน	0	0	5	5
พยาบาล	0	0	1	1
น้ำหนัก				
40 - 50 กิโลกรัม	9	9	37	37
51 - 60 กิโลกรัม	35	35	42	42
61 - 70 กิโลกรัม	22	22	13	13
71 - 80 กิโลกรัม	24	24	7	7
81 - 90 กิโลกรัม	10	10	0	0
91 - 100 กิโลกรัม	0	0	1	1

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูล	เพศชายจำนวน (คน)	ร้อยละ	เพศหญิง จำนวน (คน)	ร้อยละ
ส่วนสูง				
140 - 150 เซนติเมตร	1	1	9	9
151 - 160 เซนติเมตร	6	6	57	57
161 - 170 เซนติเมตร	51	51	34	34
171 - 180 เซนติเมตร	37	37	0	0
181 - 190 เซนติเมตร	5	5	0	0
ชนิดของรองเท้า				
รองเท้าแตะ	41	41	58	58
รองเท้าผ้าใบ	55	55	38	38
รองเท้าคัชชู	3	3	4	4
รองเท้าคอมแบท	1	1	0	0
ไซส์รองเท้า				
35 - 40	19	19	93	93
41 - 45	81	81	7	7

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยส่วนสูง น้ำหนัก ความยาว ความกว้างรองเท้าของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	Average \pm S.D.	
	เพศชาย (จำนวน 100 คน)	เพศหญิง (จำนวน 100 คน)
น้ำหนัก (kg)	65.32 \pm 11.83	55.54 \pm 9.79
ความสูง (cm)	170.18 \pm 6.84	158.73 \pm 5.75
ขนาดรองเท้า	41.88 \pm 1.45	37.80 \pm 1.86
ความยาวของรองเท้า (cm)	28.46 \pm 1.51	25.90 \pm 0.72
ความกว้างของรองเท้า (cm)	11.61 \pm 1.14	9.93 \pm 0.65

จากนั้นเมื่อนำขนาดของรองเท้ามาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างส่วนสูงและความยาวและความกว้างของรองเท้าโดยใช้สถิติ Karl Pearson's correlation coefficients พบว่าความยาวและความกว้างของรองเท้าในกลุ่มประชากรตัวอย่างเพศชายมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับความสูงที่ $r = 0.939$ และ $r = 0.925$ และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงพบว่าความยาวและความกว้างของรองเท้ามีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับความสูงที่ $r = 0.916$ และ $r = 0.902$ ดังในตารางที่ 3

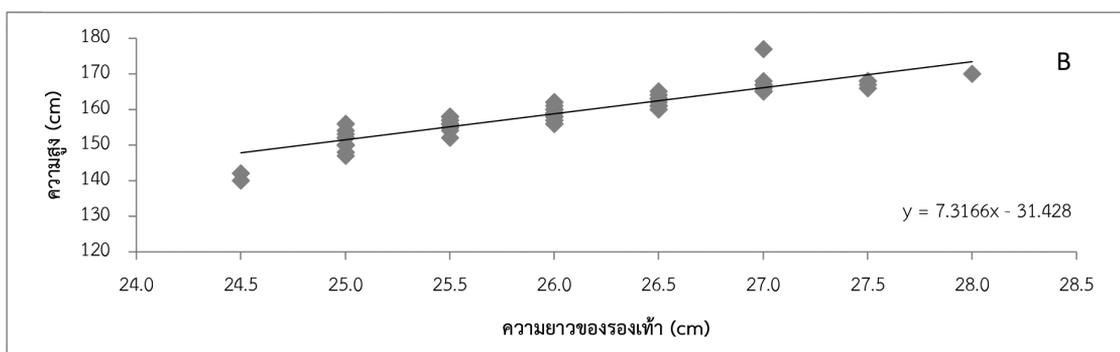
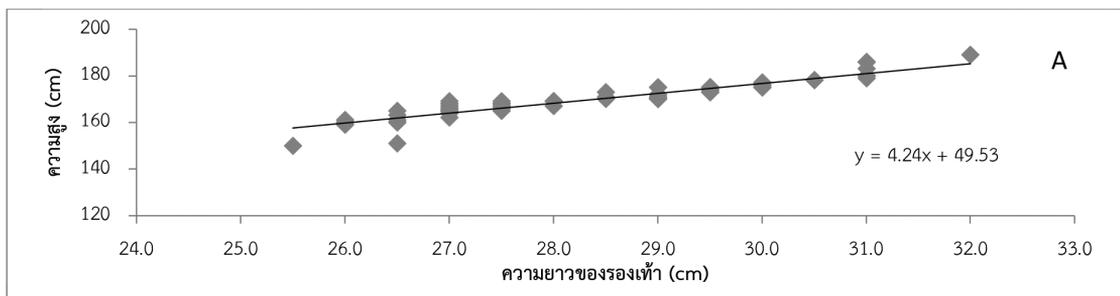
ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างส่วนสูงและความยาวและความกว้างของรองเท้า

	ชาย	หญิง
ความยาวของรองเท้า	0.939**	0.916**
ความกว้างของรองเท้า	0.925*	0.902*

**มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.005

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวแปร คือความยาวและความกว้างของรองเท้ากับความสูง พบว่าความยาวและความกว้างของรองเท้า ในกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิง มีความสัมพันธ์กับความสูง

อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าความยาวและความกว้างของรองเท้าสามารถนำมาคาดคะเนความสูงได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสูงกับความยาวของรองเท้าจากข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ($y = 4.24x + 49.53$) ดังกราฟที่ 1A และสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสูงกับความยาวของรองเท้าจากข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ($y = 7.3166x - 31.428$) ดังกราฟที่ 1B ในการคำนวณความสูงจากความยาวของรองเท้า 40 ตัวอย่าง แบ่งเป็นตัวอย่างรองเท้าผู้ชาย 20 ตัวอย่าง และรองเท้าผู้หญิง 20 ตัวอย่าง แสดงดังตารางที่ 4



กราฟที่ 1 A ความสัมพันธ์ระหว่างความสูงกับความยาวของรองเท้าจากข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

B ความสัมพันธ์ระหว่างความสูงกับความยาวของรองเท้าจากข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

จากการหาความคลาดเคลื่อนของความสูงจริงกับความสูงที่ได้จากสมการของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บเพิ่มทั้งหมด 40 คน เพศชาย 20 คน และเพศหญิง 20 คน จะเห็นได้ว่ามีความคลาดเคลื่อนอยู่ในช่วง -3.52 - 3.64 ในเพศหญิง และ -2.36 - 2.81 ในเพศชาย ตามลำดับ แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความสูงจริงและความสูงจากการคำนวณในกลุ่มตัวอย่างรองเท้าผู้ชายและรองเท้าผู้หญิง

ลำดับ	กลุ่มตัวอย่างเพศชาย			กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง		
	ความสูงจริง (cm)	ความสูงจากการคำนวณ (cm)	ความคลาดเคลื่อน (%)	ความสูงจริง (cm)	ความสูงจากการคำนวณ (cm)	ความคลาดเคลื่อน (%)
1	170	174	-2.35	168	162	3.57
2	171	173	-1.75	142	147	-3.52
3	165	163	1.21	165	159	3.64
4	174	177	-1.72	160	159	0.63
5	170	173	-1.76	155	155	0
6	169	173	-2.36	167	166	0.6
7	168	170	-1.19	155	155	0
8	177	177	0	165	166	-0.61

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มตัวอย่างเพศชาย			กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง		
	ความสูงจริง (cm)	ความสูงจากการคำนวณ (cm)	ความคาดเคลื่อน (%)	ความสูงจริง (cm)	ความสูงจากการคำนวณ (cm)	ความคาดเคลื่อน (%)
9	170	173	-1.76	152	152	0
10	169	166	-1.77	160	159	0.63
11	172	173	-0.58	160	159	0.63
12	189	192	-1.59	160	159	0.63
13	167	166	0.6	159	159	0
14	165	166	-0.61	153	152	0.65
15	166	166	0	159	159	0
16	180	185	-2.78	157	155	1.27
17	180	185	-2.78	155	155	0
18	175	173	1.14	163	163	0
19	178	173	2.81	165	163	1.21
20	176	173	1.7	167	166	0.6

4. สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประมาณความสูงจากขนาดของรองเท้าโดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวัดขนาดของรองเท้า 2 ตัวแปร คือความยาวของรองเท้า (Shoe length) และความกว้างของรองเท้า (Shoe width) โดยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรเป้าหมาย คือประชากรชาวไทย ที่มีอายุระหว่าง 10-60 ปี โดยเก็บตัวอย่างทั้งหมด 200 คน แบ่งเป็นเพศชาย 100 คน และเพศหญิง 100 คน แล้วทำการวัดขนาดรองเท้าและสอบถามข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัยได้แก่น้ำหนัก ส่วนสูง อาชีพ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและหาความสัมพันธ์ระหว่างความสูงจากความยาวและความกว้างของรองเท้า ผลการวิเคราะห์พบว่าในกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความยาวและความกว้างของรองเท้ามากกว่ากลุ่มเพศหญิง

และเมื่อพิจารณาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างได้แก่น้ำหนัก ส่วนสูง และขนาดของรองเท้า พบว่าค่าเฉลี่ยของข้อมูลส่วนใหญ่เพศชายจะมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง (Hilmi Ozden et al., 2005) ได้ทำการศึกษาหาความสัมพันธ์และประมาณความสูงและเพศของบุคคลจากรอยฝ่าเท้าและขนาดรองเท้า พบว่าน้ำหนัก ความสูง ความยาวฝ่าเท้า และความยาวรองเท้า ความกว้างฝ่าเท้าและความกว้างของรองเท้า เพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง เมื่อพิจารณาความหลากหลายทางด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างประชากรในการศึกษาครั้งนี้พบว่าในกลุ่มตัวอย่างประชากรเพศชายและกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีกลุ่มอาชีพคล้ายคลึงกัน คืออาชีพพนักงานบริษัท นักเรียน นักศึกษา พนักงานทั่วไป ตามลำดับ และจากการศึกษานี้รองเท้าส่วนใหญ่ที่เก็บในกลุ่มประชากรตัวอย่างเพศชายพบว่าเป็นรองเท้าผ้าใบ 55% และในกลุ่มเพศหญิงพบว่าเป็นรองเท้าแตะ 58%

และเมื่อนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างส่วนสูงและความยาวและความกว้างของรองเท้า ผลการวิเคราะห์ พบว่าความยาวและความกว้างของรองเท้าในกลุ่มประชากรตัวอย่างเพศชายและหญิงมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับความสูง ทั้งในกลุ่มประชากรตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง และเมื่อนำสมการความสัมพันธ์ระหว่างความยาวของรองเท้าจากข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ($y = 4.24x + 49.53$) และสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสูงกับความยาวของรองเท้าจากข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ($y = 7.3166x - 31.428$) มาใช้ในการคำนวณความสูงจากความยาวของรองเท้า 40 ตัวอย่าง แบ่งเป็นตัวอย่างรองเท้าผู้ชาย 20 ตัวอย่าง และรองเท้าผู้หญิง 20 ตัวอย่าง สามารถ

นำมาใช้ทำนายความสูงในกลุ่มตัวอย่างได้ดี มีความคลาดเคลื่อนอยู่ในช่วง -3.52 - 3.64 ในเพศหญิง และ -2.36 - 2.81 ในเพศชาย ตามลำดับ ซึ่งผลงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ashish Saraf, A. P. et al., 2017 ได้ศึกษาการประมาณ ส่วนสูงและเพศจากขนาดเท้าและรองเท้าของอาสาสมัคร 150 คน พบว่าความยาวเท้า ความกว้างของเท้า ความยาวของรองเท้า ความกว้างของรองเท้าและไซส์รองเท้า มีสัมพันธ์กับความสูง และ (Hilmi Ozden et al., 2005) ได้ทำการหาความสัมพันธ์และประมาณความสูงและเพศของบุคคลจากรอยฝ่าเท้าและขนาดรองเท้า โดยวัดทั้งความยาวและความกว้าง จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 569 คน พบว่ามีความสัมพันธ์ที่สูงสุดระหว่างความสูงของบุคคลกับความยาวของรอยฝ่าเท้าและความยาวของรองเท้าทั้งชายและหญิง และจากการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ในการประมาณความสูงของบุคคลและสามารถประยุกต์ใช้ได้จริงในงานด้านนิติวิทยาศาสตร์เพื่อเป็นประโยชน์ในการสืบสวนสอบสวนหาตัวผู้กระทำความผิดได้

5. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณกลุ่มประชากรตัวอย่างทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาให้ผู้วิจัยในการเก็บข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนขอขอบพระคุณผู้มีอุปการคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี สุดท้ายขอขอบพระคุณ บิดามารดา และครอบครัว ที่เป็นกำลังใจและสนับสนุนในการศึกษาด้วยดีเสมอมา

6. เอกสารอ้างอิง

- พรทิพย์ บุญเรืองศรี. 2535. มหากายวิภาคศาสตร์ เรื่องเท้า. เอกสารประกอบการสอน รายวิชากายวิภาคศาสตร์ ภาควิชากายวิภาคศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เมทินี ร่มโพธิ์ทอง. 2560. การจำแนกเพศโดยการวัดมือและเท้าในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพมหานคร.
- Ashish Saraf, A. P., Suresh Shetty, M. P. Kumar, R. Dayananda, V. Manju. 2017. Estimation of stature and sex from foot and shoe dimensions. *Journal of South India Medicolegal Association*, 85-89.
- Hilmi Ozden, Yasemin Balci, Canan Demirüstü, Akin Turgut, Mehmet Ertugrul. 2005. Stature and sex estimate using foot and shoe dimension. *Forensic Science International* 147: 181-184.

ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของนักบัญชี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

The Job Burnout influenced on Job Satisfaction of Accountant in Muang District Area, Nakhon Ratchasima

สมทรง คันธนที¹ ธาริณี อังค์ยศ¹ ญาณเดช ชื่นจิตต์² และ นพดล คำพิทักษ์³
Somsong Khanthanatee¹, Tharinee Aungyot¹, Yanadet Chuenjit²
and Noppadol Kampitak³

¹สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ ²สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ³มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

¹Accounting, Faculty of Business Administration ²Tourism and Hotel ³Vongchavalitkul University

E-mail: Somsong_kha@vu.ac.th โทร. 09 1018 2983

Received 10/12/2562

Accepted 19/04/2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาระดับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเหนื่อยหน่ายในการทำงานที่มีผลต่อความพึงพอใจในงาน ประชากรที่ศึกษา คือ นักบัญชีที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และยังทำบัญชีอยู่ในสถานประกอบการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 1,327 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 307 คน กำหนดค่าความคาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามระดับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของนักบัญชี และแบบสอบถามความพึงพอใจในงานของนักบัญชี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ สรุปผลการวิจัย ดังนี้ ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง ความพึงพอใจในงานของนักบัญชีโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานด้านการลดความเป็นบุคคลมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของนักบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความเหนื่อยหน่าย ความพึงพอใจในงาน

Abstract

This research aims to study 1) the level of job burn-out at work and 2) the influence of burn out at work on job satisfaction. The population of this study were 1,327 accountants who have registered with the Department of Business Development and still done the bookkeeping in corporations in Muang district area of Nakhon Ratchasima. The 307 samples were selected by purposive sampling at error 0.05%. The research instrument was questionnaires that were measure the scale of job burn-out at work and the job satisfaction of accountants. The statistics in this research were analysed by Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation and, Multiple Regression Analysis. This results are summarized in the following: From the majority of job burnout was investigated at the high level. The job satisfaction of accountants were shown at average level. Multiple Regression Analysis was investigated that depersonalization was reduced by the job burn-out and impacted on accountants' job satisfaction with statistical significant level of 0.05.

Keywords: Burnout, Job satisfaction

1. บทนำ

สภาพสังคม กฎระเบียบและแนวคิดที่เปลี่ยนแปลงไปมีความซับซ้อนมากขึ้นของคนในวัยทำงาน ทำให้คนต้องการประสบความสำเร็จเร็ว หรือต้องการเป็นเจ้าของกิจการ และนักบัญชี (accountant) เป็นอาชีพหนึ่งที่ต้องใช้ความละเอียดอ่อน รอบคอบ มีความถูกต้อง อดทน ทั้งถูกจำกัดเวลาในการทำงานให้เสร็จตามกำหนด รวมถึงการติดตามให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ มาตรฐานบัญชี กฎหมายภาษี ความเหนื่อยหน่ายจึงเกิดขึ้นได้อย่างง่ายดาย นักบัญชีต้องการความสมดุลระหว่างงานและทรัพยากรที่มีอยู่ ต้องการความคุ้มค่ากับเวลา ยิ่งเพิ่มการสัมผัสกับความเครียดที่อาจนำไปสู่ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน และเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้กับบัญชีไม่มีความพึงพอใจในการทำงาน อาจทำให้กับบัญชีถึงขั้นลาออก หรือเปลี่ยนสายอาชีพ

จากการศึกษาของคณะกรรมการวิชาชีพบัญชีด้านการศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี เรื่อง การเลือกประกอบอาชีพบัญชีของนักศึกษาบัญชีหลังสำเร็จการศึกษา พบว่า ร้อยละ 69.70 หรือ 732 คน ปัจจุบันทำงานด้านบัญชีอยู่ ซึ่งในจำนวนนี้ มีความตั้งใจหรือมีความเป็นไปได้ในการเปลี่ยนอาชีพไปทำงานด้านอื่นที่มีใช้ด้านบัญชี ถึงร้อยละ 53 หรือ 388 คน ส่วนผลที่ได้รับจากผู้ประกอบการและอาจารย์จากสถาบันอุดมศึกษามีลักษณะที่สอดคล้องกัน ผู้ประกอบการให้ความเห็นถึงระดับความรุนแรงของปัญหาการขาดแคลนนักบัญชีที่อยู่ในค่าเฉลี่ย 3.50 ในขณะที่อาจารย์จากสถาบันอุดมศึกษาให้ค่าเฉลี่ยของปัญหาที่ 3.37 (ระดับคะแนนทั้งหมด 5) และจากการสำรวจของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา พบว่า บุคคลที่จบด้านบัญชีเข้ามาขึ้นทะเบียนกับสภาวิชาชีพบัญชี ไม่เกินปีละ 2,000 คน หรือไม่ถึงร้อยละ 10 ซึ่งหน่วยงานภาคเอกชนที่มีความต้องการนักบัญชี ต่างสะท้อนปัญหาการขาดแคลนนักบัญชีมายังสภาวิชาชีพบัญชี และเมื่อสำรวจการทำงานในสายวิชาชีพจริง พบว่า งานบัญชีเป็นงานที่ต้องรับผิดชอบสูง เงินเดือนหรือผลตอบแทนที่ได้นั้นไม่คุ้มค่ากับเวลาและความพยายาม ที่ต้องใช้ความอดทนสูง ในขณะที่สายงานอื่นดูจะเป็นสายงานที่มีความท้าทาย มีความก้าวหน้า และน่าสนใจมากกว่า (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2558) ทำให้กับบัญชีไม่มีความพึงพอใจในงาน

อย่างไรก็ตาม นักบัญชีเป็นสินทรัพย์เพื่อองค์กร การเก็บรักษาและความเป็นอยู่กลายเป็นข้อพิจารณาพื้นฐานขององค์กรในการก้าวไปข้างหน้าของเศรษฐกิจโลก การเข้าใจความเหนื่อยหน่ายที่เกิดขึ้น จะช่วยให้บริษัทปรับปรุงในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และวิธีอำนวยความสะดวกที่จะช่วยลดผลกระทบของความเหนื่อยหน่าย เพื่อให้กับบัญชีเกิดความพึงพอใจในงานที่ดีขึ้น

ผู้วิจัยจึงศึกษาความเหนื่อยหน่ายในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของกับบัญชี เพื่อช่วยกระตุ้นให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เห็นถึงปัญหาการขาดแคลนนักบัญชีที่มีคุณภาพ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดปัญหาในระดับประเทศตามมา และหาแนวทางในการแก้ไขเพื่อให้วิชาชีพบัญชียังคงเป็นวิชาชีพที่สนับสนุนการเติบโตก้าวหน้าของประเทศอย่างยั่งยืน

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาระดับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน และความพึงพอใจในงานของกับบัญชี ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา

1.1.2 เพื่อศึกษาความเหนื่อยหน่ายในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของกับบัญชี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

1.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.2.1 แนวคิดและทฤษฎี

1.2.1.1 ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน

ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน ศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดของทฤษฎีการอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีค่า (conservation of resources theory-COR theory) แนวคิดคือ การสูญเสียทรัพยากรที่มีค่า หมายถึง ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานเกิดขึ้นจากการที่บุคคลรับรู้ถึงอันตรายที่คุกคามมาสู่ทรัพยากรที่มีคุณค่า และบุคคลที่มีทรัพยากรที่มีค่าสูงมักจะหลีกเลี่ยงความเหนื่อยหน่ายมากกว่าผู้ที่มีทรัพยากรที่มีค่าน้อยลง (Alarcon et al., 2011) ความเหนื่อยหน่าย

ในการทำงานเป็นกลุ่มอาการของความรู้สึกท้อแท้ที่แสดงอาการร่วมกันทั้งทางร่างกาย อารมณ์ และพฤติกรรม ซึ่งเป็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อภาวะความเครียดที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในการทำงานที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับบุคคล โดยสามารถวัดได้จากแบบวัดความเหนื่อยหน่าย The Maslach Burnout Inventory-General Survey (MBI-GS) (Maslach and Jackson, 1981) โดยวัดความเหนื่อยหน่ายใน 3 ลักษณะ คือ ด้านความอ่อนล้าทางด้านอารมณ์ (Emotion Exhaustion) เป็นความรู้สึกของอารมณ์ที่ทำงานมากเกินไป ด้านการลดค่าความเป็นบุคคล (Depersonalization) เป็นการไม่มีความรู้สึก เมินเฉยต่อผู้รับบริการหรือคำแนะนำ และด้านความสำเร็จส่วนบุคคล (Personal Accomplishment) เป็นการประเมินความรู้สึกของความสามารถ และที่ประสบความสำเร็จในงานกับคนทั้ง 3 ด้านได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือที่นิยมมากที่สุด ในการประเมินความเหนื่อยหน่ายในหมู่กลุ่มอาชีพที่มีการปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์เป็นอย่างมาก

ความเหนื่อยหน่ายของผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชี พบว่า รูปแบบความเหนื่อยหน่ายการรับรู้ความสามารถของมืออาชีพในระดับสูง การลดค่าความเป็นส่วนบุคคลในระดับสูง ส่วนการแสดงความอ่อนเพลียอยู่ในระดับต่ำ

1.2.1.2 ความพึงพอใจในงาน

ความพึงพอใจในงาน ใช้แนวคิดทฤษฎีสองปัจจัย คือ แรงจูงใจและสุขอนามัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานสามารถสร้างแรงบันดาลใจนำมาใช้ในการทำความเข้าใจความพึงพอใจในงานกับสภาพแวดล้อมการทำงาน เช่น ปัจจัยสุขอนามัย มีเงินเดือน และการกำกับดูแลซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถลดความไม่พึงพอใจในงาน ปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจ ได้รับการยอมรับ และความสำเร็จ

ความพึงพอใจในงานโดยทั่วไปมีลักษณะเป็นผลกระทบที่เพิ่มขึ้นจากการประเมินประสบการณ์ในการทำงานของแต่ละบุคคล เป็นอารมณ์ที่มีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในงาน ประกอบด้วยเก้าตัวแปร คือ ค่าจ้าง (Pay) โปรโมชัน (Promotion) การกำกับดูแล (Supervision) สวัสดิการ (Fringe Benefits) รางวัลที่อาจเกิดขึ้น (Contingent Rewards) สภาพการดำเนินงาน (Operating Conditions) เพื่อนร่วมงาน (Coworkers) ลักษณะการทำงาน (Nature of Work), และการสื่อสาร (Communication) ความพึงพอใจเป็นหนึ่งในตัวแปรที่วัดได้ทั่วไปมากที่สุด (Abbott, et al., 2006)

1.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมทรง และ วริศรา (2561) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความเบื่อหน่ายในการทำงานของนักบัญชี พบว่า ในการทำงานของนักบัญชีมีระดับความเหนื่อยหน่ายด้านความอ่อนล้าทางอารมณ์ ด้านการลดค่าความเป็นบุคคล ด้านความสำเร็จส่วนบุคคลอยู่ในระดับสูง

ความพึงพอใจในงานและการเหนื่อยหน่ายในหมู่สมาชิกทีมสุขภาพจิตชุมชน พบว่า ความอ่อนล้าทางอารมณ์อยู่ในระดับสูงแต่มีความพึงพอใจในงานอยู่ในระดับสูง

Gil-Monte's (2005) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความเหนื่อยหน่ายของผู้เชี่ยวชาญการบังคับใช้กฎหมายในประเทศสเปน พบว่า ความเหนื่อยหน่ายด้านอ่อนเพลียอารมณ์ การลดค่าความเป็นบุคคล และด้านความสำเร็จส่วนบุคคลมีระดับสูง

Kenneth (2010) ศึกษาเรื่อง ความเครียด ความพึงพอใจ ความเหนื่อยหน่าย และความตั้งใจที่จะออกจากวิชาชีพหมูปยาบาลโรงพยาบาลในรัฐของฟลอริดา พบว่า ความเหนื่อยหน่ายด้านความสำเร็จส่วนบุคคลเป็นตัวแปรที่อธิบายอย่างมีนัยสำคัญสูงสุดของความพึงพอใจในงาน ตามด้วยความอ่อนเพลียทางอารมณ์

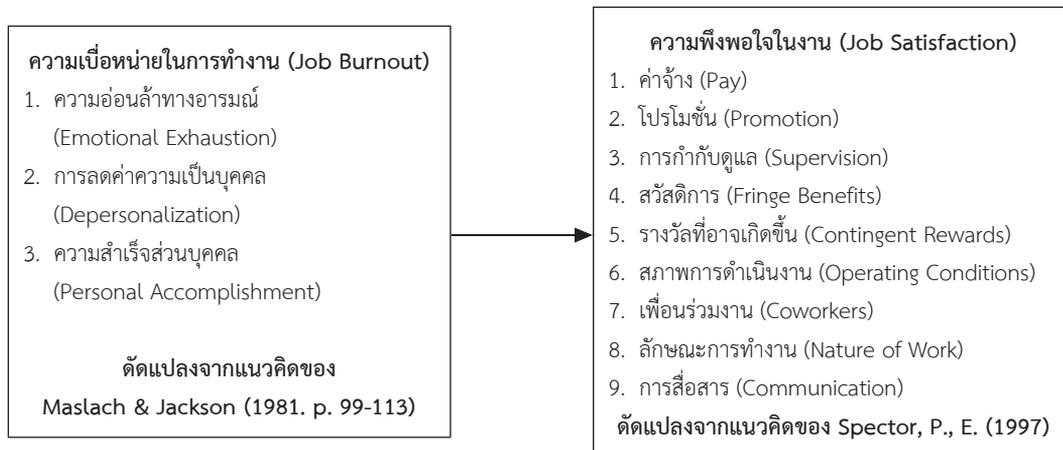
Barrick, R. K. (1989) ศึกษาเรื่อง ความเหนื่อยหน่ายและความพึงพอใจในงานของผู้บังคับบัญชานักศึกษา พบว่าความพึงพอใจในการทำงานและความเหนื่อยหน่ายมีความเชื่อมโยงพฤติกรรมตรงกันข้าม คือการเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจในงานเกี่ยวข้องกับความเหนื่อยหน่ายต่ำ ความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ผกผันกับความอ่อนล้าทางอารมณ์ และการลดค่าความเป็นบุคคล และความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จส่วนบุคคล

2. วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้ประชากรนักบัญชีที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และยังทำบัญชีอยู่ในสถานประกอบการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์).

2560) จำนวน 1,327 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Method) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน จากสูตรได้ จำนวน 307 คน กำหนดค่าความคาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 (ธานินทร์, 2557)

กรอบแนวคิดการวิจัย ผลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน ผู้วิจัยได้วางกรอบแนวความคิดการวิจัย โดยใช้กรอบทฤษฎีในวิจัยครั้งนี้ ทฤษฎีการอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีค่า (conservation of resources theory-COR theory) ของ Hobfols (1998) ทฤษฎี Burnout ของ Maslach and Jackson's (1981) และความพึงพอใจในงานทฤษฎีสองปัจจัย คือแรงจูงใจและสุขอนามัย มาเชื่อมโยงตัวแปร ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงาน เพื่อศึกษาความเหนื่อยหน่ายในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน ของนักบัญชี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา



รูปที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ที่ได้ดัดแปลงมาจากแนวคิดของ Maslach & Jackson (1981. p. 99-113) สำหรับการวัดความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน และแนวคิดรูปแบบสำหรับการวัดความพึงพอใจในงาน และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach 1951 : 297-334) ซึ่งเป็นค่าที่เชื่อถือได้ ดังนี้

ค่าของ Alpha ของความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน โดยภาพรวม มีค่าเท่ากับ 0.788-0.835

ค่าของ Alpha ของความพึงพอใจในงานโดยภาพรวม มีค่าเท่ากับ 0.505-0.855

แบบสอบถามความคิดเห็น แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกตอบตามรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน ใช้รูปแบบ The Maslach Burnout Inventory-General Survey (MBI-GS) Likert scale 7 ระดับ ตั้งแต่ 0 (ไม่เคย) รู้สึกเช่นนั้น จนถึง 6 ทุก ๆ วัน MBI-GS แบ่งเป็นสามระดับของความเหนื่อยหน่าย คือ ระดับสูง ปานกลาง หรือต่ำ จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยมาจับคู่กับค่าเกณฑ์ของคู่มือ MBI (Maslach, et al., 1996) การแปลผลผู้ที่มีระดับความเหนื่อยหน่ายด้วยช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงช่วงค่าเฉลี่ย ของระดับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน

ระดับความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน (MBI-GS subscale)	ช่วงค่าเฉลี่ย (\bar{X})		
	สูง	กลาง	ต่ำ
ด้านความอ่อนล้าทางอารมณ์ (Emotional Exhaustion)	≥ 3.20	2.01-3.19	≤ 2
ด้านการลดค่าความเป็นบุคคล (Depersonalization)	≥ 2.20	1.01-2.19	≤ 1.00
ด้านการลดความสำเร็จส่วนบุคคล (Lack of Personal Accomplishment)	≤ 4	4.01-4.99	≥ 5

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจใช้รูปแบบ ประกอบด้วย 36 คำถาม ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของความพึงพอใจในงานของนักบัญชี แต่ละด้านที่ได้รับการประเมินมี 4 คำถาม มีระดับคะแนน 6 จุด ถูกแบ่งครึ่งออกเป็นทั้งคำพูดในเชิงลบ แสดงให้เห็นถึงความไม่พอใจในงาน และคำพูดในเชิงบวกแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในงาน รายการคำพูดในเชิงลบจะต้องได้รับการให้คะแนนย้อนกลับ (เช่น $6 = 1$, $5 = 2$ ฯลฯ) เกณฑ์การให้คะแนน JSS โดยมีคะแนนตั้งแต่ 4-24 แบ่งเป็น 3 ระดับ โดยคะแนน 4-12 มีความพึงพอใจต่ำ คะแนน 12.01-16 มีความพึงพอใจปานกลาง และคะแนน 16.01-24 มีความพึงพอใจสูง

การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive) และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าทางสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ความพึงพอใจในงานจากตัวแปรความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน มีสมการโครงสร้าง ดังนี้

$$\text{ความพึงพอใจในงาน (Y)} = C + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

3. ผลการศึกษา

3.1 การวิเคราะห์ด้านลักษณะส่วนบุคคลของนักบัญชี

การวิเคราะห์ด้านลักษณะส่วนบุคคลของนักบัญชี พบว่า นักบัญชีส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 84.69 มีอายุระหว่าง 32 - 38 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 44.63 มีสถานภาพเป็นโสด จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 57.98 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 67.10 มีตำแหน่งเป็นนักบัญชี 217 คน คิดเป็นร้อยละ 70.68 อายุการทำงาน 1 - 3 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 50.49 มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 37.79

3.2 การวิเคราะห์ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของนักบัญชี

การวิเคราะห์ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของนักบัญชี พบว่า นักบัญชีส่วนใหญ่มีความเหนื่อยหน่ายในการทำงานอยู่ในระดับสูงทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความอ่อนล้าทางอารมณ์ อยู่ในช่วงคะแนนที่สูง ($\bar{X} = 3.29$) แสดงว่ามีระดับความเหนื่อยหน่ายสูง บ่อยครั้งที่รู้สึก ด้านการลดค่าความเป็นบุคคล อยู่ในช่วงคะแนนที่สูง ($\bar{X} = 3.15$) แสดงว่ามีระดับความเหนื่อยหน่ายสูง บ่อยครั้งที่รู้สึก ส่วนด้านความสำเร็จส่วนบุคคล อยู่ในช่วงคะแนนที่ต่ำ ($\bar{X} = 2.45$) แสดงว่า ระดับความเหนื่อยหน่ายสูง บ่อยครั้งที่รู้สึก ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 คะแนนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของนักบัญชี

ตัวแปรของ ความเหนื่อยหน่าย ในการทำงาน	คะแนนค่าเฉลี่ย/ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		ระดับความเหนื่อยหน่าย จำนวน (ร้อยละ)			ระดับความ เหนื่อยหน่าย
	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	
ความอ่อนล้าทางอารมณ์ (Emotional Exhaustion)	3.29	1.31	150 (48.86)	104 (33.88)	53 (17.26)	สูง
การลดค่าความเป็นบุคคล (Depersonalization)	3.15	1.31	242 (78.83)	33 (10.75)	32 (10.42)	สูง
ความสำเร็จส่วนบุคคล (Personal Accomplishment)	2.45	0.89	297 (96.74)	9 (2.93)	1 (0.33)	สูง

3.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในงานของนักบัญชี

การวิเคราะห์ความพึงพอใจในงานของนักบัญชี พบว่า นักบัญชีส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 13.86$) หากพิจารณารายด้าน พบว่า นักบัญชีมีความพึงพอใจในงาน ด้านโปรโมชัน ($\bar{X} = 15.21$) ด้านลักษณะการทำงาน ($\bar{X} = 14.78$) ด้านเพื่อนร่วมงาน ($\bar{X} = 14.17$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ส่วนนักบัญชีที่มีความพึงพอใจในงานลำดับสุดท้ายคือด้านการสื่อสาร ($\bar{X} = 12.97$) อยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจในงานของนักบัญชี

ตัวแปรของ ความพึงพอใจในงาน	ช่วงคะแนน ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	จำนวน (ร้อยละ)			ระดับความพึงพอใจ ในงาน
			ต่ำ	ปานกลาง	สูง	
ค่าจ้าง (Pay)	13.73	1.93	66 (21.50)	222 (72.31)	19 (6.19)	ปานกลาง
โปรโมชัน (Promotion)	15.21	2.36	40 (13.03)	169 (55.05)	98 (31.92)	ปานกลาง
การกำกับดูแล (Supervision)	13.55	1.75	77 (25.08)	219 (71.34)	11 (3.58)	ปานกลาง
สวัสดิการ (Fringe Benefits)	13.97	1.63	44 (14.33)	251 (81.76)	12 (3.91)	ปานกลาง
รางวัลที่อาจเกิดขึ้น (Contingent Rewards)	13.26	2.34	103 (33.55)	186 (60.59)	18 (5.86)	ปานกลาง
สภาพการดำเนินงาน (Operating Conditions)	13.14	2.20	107 (34.85)	185 (60.26)	15 (4.89)	ปานกลาง
เพื่อนร่วมงาน (Coworkers)	14.17	2.04	60 (19.54)	211 (68.73)	36 (11.73)	ปานกลาง
ลักษณะการทำงาน (Nature of Work)	14.78	2.42	51 (16.61)	174 (56.68)	82 (26.71)	ปานกลาง
การสื่อสาร (Communication)	12.97	2.24	132 (43.00)	158 (51.47)	17 (5.54)	ปานกลาง
รวม	13.86	0.582				ปานกลาง

3.4 การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าทางสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ได้ดำเนินการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระ แต่ละด้านมีค่าตั้งแต่ 1.288 - 1.718 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair JF, Anderson R, Tatham RL and Black WC., 2006) ดังแสดงในตารางที่ 4 จึงจะสามารถนำตัวแปรเหล่านี้ไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ correlational ระหว่างความเหนื่อยหน่ายในการทำงานกับความพึงพอใจในงานของนักบัญชี

ตัวแปร	Y_1	X_1	X_2	X_3	VIF
\bar{X}	13.86	3.29	3.15	2.45	
S.D.	0.582	1.308	1.31	0.89	
ความพึงพอใจในงาน (Y)		-0.06	-0.181**	0.10	
ความอ่อนล้าทางอารมณ์ (X_1)		1	0.573**	-0.323**	1.498
การลดค่าความเป็นบุคคล (X_2)			1	-0.468**	1.718
ความสำเร็จส่วนบุคคล (X_3)				1	1.288

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3.5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter Regression

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter Regression พบว่า อิทธิพลของความเหนื่อยหน่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของนักบัญชี ดังนี้

อิทธิพลของความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน ด้านการลดค่าความเป็นบุคคล (X_2) มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของนักบัญชี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.189 โดยส่งผลถึงร้อยละ 33.60 ($R^2 = 0.336$) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานการพยากรณ์ $S.E._{est} = 0.574$ ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 อิทธิพลของคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความอ่อนล้าทางอารมณ์ของนักบัญชี

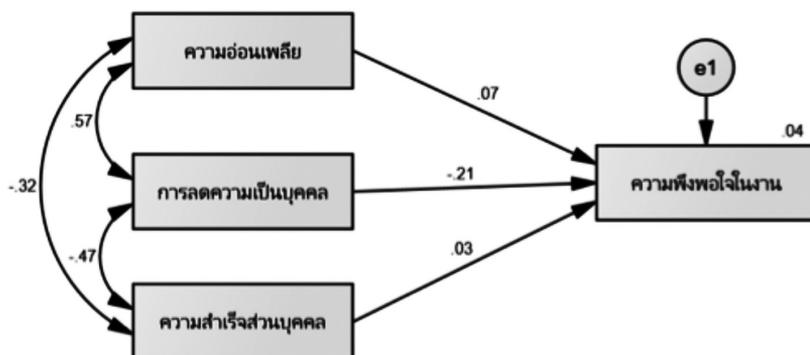
ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน (Y)	B	Std.Error	Beta	t	P-value
ค่าคงที่ (Constant)	14.015	0.177		79.246	0.000
ความอ่อนล้าทางอารมณ์ (X_1)	0.030	0.031	0.067	0.970	0.333
การลดค่าความเป็นบุคคล (X_2)	-0.092	0.033	-0.207	-2.802	0.005*
ความสำเร็จส่วนบุคคล (X_3)	0.016	0.042	0.025	0.392	0.695

$n = 307$, $R = 0.189$, $R^2 = 0.336$, $R^2_{adj} = 0.026$, $S.E._{est} = 0.574$, $F = 3.762$, $p = 0.011$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยสามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้างถดถอยเชิงเส้นของความพึงพอใจในงานจากความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน และแสดงเป็นภาพที่ 2 ได้ดังนี้

$$\text{ความพึงพอใจในงาน (Y)} = 14.015 - 0.092 \text{ ด้านการลดค่าความเป็นบุคคล (X}_2\text{)} + 0.574$$



รูปที่ 2 แสดงความเหนื่อยหน่ายในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน

4. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

4.1 การวิเคราะห์ด้านลักษณะส่วนบุคคลของนักบัญชี

การวิเคราะห์ด้านลักษณะส่วนบุคคลของนักบัญชี พบว่า นักบัญชีส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 32 - 38 ปี เป็นโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งเป็นนักบัญชี มีอายุการทำงานระหว่าง 1 - 3 ปี มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยต่ำกว่า 15,000 บาท

4.2 ผลการวิเคราะห์ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของนักบัญชี

ผลการวิเคราะห์ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของนักบัญชี พบว่า นักบัญชีส่วนใหญ่ มีความเหนื่อยหน่ายในการทำงานอยู่ในระดับสูงทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความอ่อนล้าทางอารมณ์ ด้านการลดค่าความเป็นบุคคล ด้านความสำเร็จ

ส่วนบุคคล (Gil-Monte's., 2005) ในด้านการรับรู้ความสามารถของมืออาชีพ และการลดความเป็นส่วนบุคคลในระดับสูง แต่ไม่มีความสอดคล้องกันในด้านความอ่อนเพลียอยู่ในระดับต่ำ อาจเนื่องมาจากคุณลักษณะ สภาพแวดล้อมในการทำงานของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน

4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในงานของนักบัญชี

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในงานของนักบัญชี พบว่า นักบัญชีส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในงานอยู่ในระดับปานกลาง ความอ่อนล้าทางอารมณ์อยู่ในระดับสูงแต่มีความพึงพอใจในงานอยู่ในระดับสูง อาจเป็นเพราะการทำงานที่ท้าทายทำให้บุคคลมีคุณค่าในความสำเร็จ และรู้สึกมีความพึงพอใจในงานแม้จะมีความอ่อนล้าทางอารมณ์สูง

4.4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของความเหนื่อยหน่ายในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน

ผลการวิเคราะห์ความเหนื่อยหน่ายในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของนักบัญชี พบว่า ความเหนื่อยหน่ายด้านการลดค่าความเป็นบุคคลมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของนักบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 Barrick, R. K. (1989) ความเหนื่อยหน่ายด้านความอ่อนล้าทางอารมณ์ และด้านความสำเร็จส่วนบุคคล ความเหนื่อยหน่ายด้านความสำเร็จส่วนบุคคลเป็นตัวแปรที่อธิบายอย่างมีนัยสำคัญสูงสุดของความพึงพอใจในงาน ตามด้วยความอ่อนเพลียทางอารมณ์ อาจเนื่องมาจากวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล

4.5 ข้อเสนอแนะ

4.4.1 ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากงานวิจัย

4.4.1.1 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการบรรเทาด้านการลดค่าความเป็นบุคคลของนักบัญชีลง ควรมีการเสริมแรงจูงใจให้เห็นคุณค่าทั้งของตนเองและลูกค้ หรือผู้เกี่ยวข้อง เพื่อการดูแลการปฏิบัติต่อผู้มารับบริการอย่างเหมาะสม

4.4.1.2 ผู้บริหารของสถานประกอบการ ควรปรับสภาพการทำงานและมีการจัดสรรทรัพยากรที่มีค่าอย่างเป็นธรรม เน้นการทำงานเป็นทีมที่มีการสื่อสารแบบสองทาง หรือมีการสื่อสารแบบกลุ่ม

4.4.1.3 ผู้บริหารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรปรับนโยบายการเสริมสร้างทำให้บุคคลมีคุณค่าในความสำเร็จ เพื่อสร้างความพึงพอใจในงานให้สูงขึ้น เช่น การเพิ่มค่าจ้าง โบนัสขั้น เมื่อได้เป็นผู้สอบบัญชีภาษีอากร หรือผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

4.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

4.4.2.1 ควรทำการศึกษาปัจจัยตัวอื่น ๆ เช่น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร วัฒนธรรมความผูกพันต่อองค์กรที่อาจมีอิทธิพลเชิงบวก หรือเชิงลบเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน และความตั้งใจที่จะออกจากนักบัญชี

4.4.2.2 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ไม่ได้เน้นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ แต่เป็นไปได้ของผลกระทบระหว่างความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน และความพึงพอใจในงาน ควรหาตัวแปรอิสระเพิ่มเติมเพราะผลการวิจัยอธิบายได้ 33.60% ที่กระทบกับความพึงพอใจในงาน ต้องมีตัวแปรอื่น ๆ อีกมากกว่า 60% ที่กระทบกับความพึงพอใจในงาน เพื่อยืนยันอิทธิพลเฉพาะของนักบัญชีที่เกี่ยวกับสภาพความพึงพอใจในงาน เพื่อให้เกิดความครอบคลุมและเกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น

5. เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2560. สถิติผู้ทำบัญชี. [Online]. เข้าถึงจาก https://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=549 : 2560. (สืบค้นวันที่ 10 สิงหาคม 2558).

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2557. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย Spss และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 15. บริษัท เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด : นนทบุรี.

- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. 2558. การเลือกประกอบอาชีพบัญชีของนักศึกษาบัญชีหลังสำเร็จการศึกษา. [Online]. เข้าถึงจาก <http://www.fap.or.th> : 2558. (สืบค้นวันที่ 10 สิงหาคม 2558).
- สมทรง คันธนที และ วริศรา วงษ์เต็มมีย์. 2561. อิทธิพลของคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความเบื่อหน่ายในการทำงานของนักบัญชี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4 วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 4 : 376-387.
- Abbott, J., Boyd, N., and Miles, G. 2006. Does type of team matter? An investigation of the relationships between job characteristics and outcomes within a team-based environment. *The Journal of Social Psychology*. 146(4): 485-507.
- Alarcon, G. M., Edwards, J. M., and Menke, L. E. 2011. Student burnout and engagement: A test of the conservation of resources theory. *The Journal of Psychology*. 145(3): 211-227.
- Barrick, R. K. 1989. Burnout and job satisfaction of vocational supervisors. *Journal of Agricultural Education*. 30(4): 35-41.
- Gil-Monte, P. 2005. Factorial validity of the Maslach Burnout Inventory (MBI-HSS) among Spanish professionals. *Revista de Saude Publico*. 39(1): 1-8.
- Hair JF, Anderson R, Tatham RL and Black WC. 2006. **Multivariate Data Analysis**. Prentice Hall: Upper Saddle .
- Hobfoll and Stevan E. 1998. **Stress, culture and community**. Springer: New York.
- Kenneth W. Hazell. 2010. **Job Stress, Burnout, Job Satisfaction, and Intention to Leave Among Registered Nurses Employed in Hospital Settings in the State of Florida**. Lynn University: Florida.
- Maslach, C., and Jackson, S. E. 1981. The measurement of experienced burnout. *Journal Of Occupational Behaviour*. 2(2): 99-113.
- Maslach, C, Jackson, S., and Leiter, M. 1996. **Maslach Burnout Inventory**. (3rd ed.). Consulting Psychologists Press, Inc: California.

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรของผู้กระทำความผิดและข้อมูลเชิงคดี
ของคดียาเสพติดให้โทษ ในอำเภอบ้านโป่ง ในปี พ.ศ. 2558
Analysis of demographic data of the offenders and case data of
narcotics cases in Ban Pong district in 2015

สุทัศน์ ทองเงิน ศุภชัย ศุภลักษณ์นารี และ ศิริรัตน์ ชูสกุลเกรียง
Sutat Tongngern, Supachai Supalaknari and Sirirat Choosakoonkriang

สาขานิติวิทยาศาสตร์ ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสนามจันทร์

E-mail: sutat_goldsilver@hotmail.com โทร. 082-724-7147

Received 09/07/2562

Accepted 26/04/2563

บทคัดย่อ

การแพร่ระบาดของยาเสพติดยังคงเป็นปัญหาสำคัญของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้ในสื่อต่าง ๆ ยาเสพติดนอกจากจะมีผลต่อผู้เสพ ยังมีผลต่อชุมชนโดยรวม เนื่องจากยาเสพติดมักเกี่ยวข้องกับความรุนแรงและอาชญากรรมที่ร้ายแรง การวิเคราะห์ข้อมูลของคดียาเสพติดอาจช่วยให้เจ้าหน้าที่ที่ควบคุมดูแลปัญหาเสพติดมีความเข้าใจในปัญหาดังกล่าวดีขึ้นและสามารถกำหนดแนวนโยบายเกี่ยวกับยาเสพติด การศึกษานี้ใช้ข้อมูลที่มาจากแฟ้มคดียาเสพติดของตำรวจในอำเภอบ้านโป่ง ในปี พ.ศ. 2558 (927 คดี) ข้อมูลชุดนี้ประกอบด้วยข้อมูลเชิงประชากรของผู้ต้องหา ประวัติอาชญากรรมของผู้ต้องหา ฐานความผิดเกี่ยวกับยาเสพติด ประเภทของยาเสพติด และท้องที่จับกุม โดยมีการนำเสนอข้อมูลในรูปความถี่และร้อยละ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การทดสอบ Pearson chi-square Odds ratio และ Pearson correlation ในการศึกษาจำแนกฐานความผิดของคดีเป็นสองกลุ่มได้แก่ความผิดฐานเสพยาเสพติด (646, 67.5%) และความผิดฐานครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติด (311, 32.5%) คดีเกือบทั้งหมดเกี่ยวข้องกับเมทแอมเฟตามีน (902, 94.3%) ซึ่งตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษจัดเป็นยาเสพติดให้โทษประเภท 1 ในขณะที่สารเสพติดในคดีที่เหลือคือกัญชาหรือกระท่อม (*Mitragyna speciosa*) (55, 5.7%) ซึ่งเป็นยาเสพติดให้โทษประเภท 5 ผู้กระทำความผิดจำนวนมากมีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอบ้านโป่ง (632, 66.0%) และเป็นเพศชายเป็นส่วนใหญ่ (808, 84.4%) โดยผู้ต้องหาทั้งสองเพศมีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 30-35 ปี ผู้ต้องหาจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่ง (547, 57.2%) เคยมีประวัติกระทำความผิดในคดียาเสพติดมาก่อน ผลการศึกษาพบว่าความหนาแน่นของคดี (จำนวนคดีต่อพื้นที่) มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับความหนาแน่นของประชากรในท้องที่จับกุม ($r = 0.89$) สัดส่วนของผู้กระทำความผิดฐานครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติด ที่มีอายุมากกว่า 21 ปี มีค่าสูงกว่าสัดส่วนของผู้ต้องหาในฐานความผิดดังกล่าวที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี อย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.001$) อย่างไรก็ตามค่า odds ของความผิดฐานครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติดเปรียบเทียบกับคดีเสพยาเสพติด ในกลุ่มผู้ต้องหาวัยรุ่น เป็น 1.93 (95% CI, 1.31-2.84) เท่าของค่าดังกล่าวสำหรับกลุ่มผู้ต้องหาที่มีอายุสูงกว่า เมื่อพิจารณาฐานความผิดเสพยาเสพติด ร้อยละของผู้กระทำความผิดที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา (51.9 %) และมัธยมศึกษา (41.8%) มีค่าสูงกว่าร้อยละของผู้กระทำความผิดในกลุ่มระดับการศึกษาอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.001$ สำหรับทั้งสองระดับการศึกษา) ร้อยละ 85 (547) ของกลุ่มที่กระทำความผิดฐานเสพยาเสพติด และร้อยละ 70 (219) ของผู้กระทำความผิดฐานครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติดเป็นผู้มีอาชีพรับจ้าง ซึ่งแตกต่างจากค่าร้อยละของผู้ต้องหาทั้งสองฐานความผิดในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.001$) และค่าอัตราส่วน odds ของคดีเสพยาสำหรับผู้มีอาชีพรับจ้างเปรียบเทียบกับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ คือ 2.31 (95% CI, 1.68-3.21) กล่าวโดยสรุปงานวิจัยนี้ได้แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคมหลายปัจจัยกับการกระทำความผิดเกี่ยวกับยาเสพติด ผู้วิจัยหวังว่าผลการศึกษานี้อาจช่วยให้เข้าใจปัญหาเสพติดในบางแง่มุม แม้ว่าจะมีข้อจำกัดของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ก็ตาม

คำสำคัญ: คดียาเสพติด ความผิดเกี่ยวกับยาเสพติด ปัญหาเสพติด

Abstract

Widespread illicit drugs continue to be a major problem in Thailand. As can be seen in the media, drugs not only affect the users but also the communities at large as they are frequently associated with violence and serious crimes. Analysis of drug cases would enable the drug control authorities to have a better understanding of the problem and to formulate the drug policy. In this study, data were extracted from police files of drug cases (957) in Ban Pong district in 2015. This data set was composed of offenders' demographic data, their crime history, charged offences, types of drug seized and arrest locations. The data were presented as frequencies and percentages. Statistical analyses were carried out with Pearson chi-square test, odds ratio and Pearson correlation. The offence cases were categorized into two groups of drug use (646, 67.5%) and drug possession or distribution (311, 32.5%). Almost all of the cases involved methamphetamine (902, 94.3%) which was classified as narcotics of category I according to narcotics act whereas the substances found in the remaining cases were marijuana or kratom (*Mitragyna speciosa*) (55, 5.7%) which was the narcotics in category V. A large number of offenders (632, 66.0%) were domiciled in Ban Pong district and they were predominantly male (808, 84.4%). The mean age range of the offenders in both genders was 30-35 years. More than half of the offenders (547, 57.2%) had a past history of drug offence. There was a moderately strong correlation ($r = 0.89$) between the population density and case density (number of cases per area) of the arrest locations. The proportions of offenders aged over 21 years who were charged with drug use and drug possession or distribution were significantly higher than those of younger offenders (p -value < 0.001). However, the odds on drug possession or distribution compared to drug use for the adolescent offenders was 1.93 (95% CI, 1.31-2.84) times that for the group of older offenders. The percentages of offenders of drug use that had primary and secondary educations were significantly higher than those of the offenders in other groups of educational level (p -value < 0.001 for the two levels). Eighty-five percent (547) of the drug users and seventy percent (219) of the offenders charged with drug possession or distribution were wagers, which were significantly different from the percentages of the two cases for other occupation groups (p -value < 0.001 for both cases of drug offence) and the odds ratio on drug use for the wagers compared to other occupations was 2.31 (95% CI, 1.68-3.21). In conclusion, this study has revealed the linkages between several socioeconomic factors and drug offences. It is hoped that the findings may provide useful insights into some aspects of drug problem despite the limitation of data used in the analysis.

Keywords: Drug cases, Drug offences, Drug problem

1. บทนำ

สถานการณ์ยาเสพติดในปัจจุบัน แม้ว่าจะได้มีการร่วมกันดำเนินการแก้ไขปัญหายาเสพติดของทุกภาคส่วนที่ส่งผลให้สถานการณ์ความรุนแรงของปัญหายาเสพติดลดลงได้ในภาพรวม แต่ปัญหายาเสพติดก็ยังมีปรากฏหลงเหลืออยู่ ซึ่งถ้ายังไม่ได้รับการแก้ไข และอาจขยายตัวทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น จากปัญหาปริมาณคดียาเสพติดและยาเสพติดที่ตรวจจับได้ มีการกระจายตัวของการใช้ยาเสพติดทั้งในและนอกประเทศ ในบางพื้นที่ยังปรากฏแนวโน้มของปัญหาการใช้ยาเสพติดเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ประชากรกลุ่มเสี่ยงที่อาจจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับยาเสพติดทั้งในด้านผู้ค้าหรือผู้เสพรายใหม่

มีจำนวนเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ถึงแม้รัฐบาลจะมีการบังคับใช้กฎหมายในการปราบปรามยาเสพติด รวมทั้งการขยายผลการจับกุมและมีการจัดระบบกลไกการเฝ้าระวังการเพิ่มขึ้นของปัญหาเสพติด (ศูนย์อำนวยการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด, 2550) โดยในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยพยายามที่จะลดอัตราการลักลอบค้ายาเสพติดข้ามพรมแดน โดยสามารถตรวจยึดเครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับใช้ในการผลิตยาเสพติด ตลอดจนสารตั้งต้นหลากหลายชนิด และยังพบว่าพื้นที่ที่ติดกับกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อาทิเช่น จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดนครปฐม และจังหวัดสมุทรปราการ ถูกใช้เป็นสถานที่ผลิตและที่พักเก็บยาเสพติด เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกตรวจค้นในขณะที่เคลื่อนย้ายหรือลำเลียงยาเสพติด (อรพรร, 2561)

สำหรับจังหวัดราชบุรีซึ่งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดของยาเสพติดในพื้นที่จังหวัดราชบุรี ของหน่วยงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด รายงานว่ายังคงมีเครือข่ายกลุ่มผู้ค้ายาเสพติดที่ลักลอบนำเข้ายาบ้าและไอซ์จากภาคเหนือโดยใช้จังหวัดราชบุรีเป็นจุดพักยาเสพติดเพื่อผ่านลงสู่จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งใช้เป็นแหล่งกระจายยาเสพติดไปยังจังหวัดข้างเคียง สถานการณ์การแพร่ระบาดของยาเสพติดในช่วงปี 2556 ถึง 2559 ซึ่งจากสถิติการจับกุมคดียาเสพติด พบว่าอำเภอที่มีการจับกุมได้มากที่สุดคือ อำเภอบ้านโป่ง จับกุมได้ทั้งสิ้น จำนวน 20,314 คดี (สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด, 2559) แนวโน้มของสถานการณ์ยาเสพติดของอำเภอบ้านโป่ง มีการรับยาเสพติดจากชายแดนกาญจนบุรี และส่งต่อยาเสพติดในพื้นที่จังหวัดข้างเคียง (สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด, 2561)

สำหรับผู้เสพ หรือผู้ที่ถูกจับกุมได้ในคดียาเสพติด จากการศึกษาพบว่าปัจจัยเสี่ยงที่มีผลต่อการกลับไปเสพยาเสพติดซ้ำมีด้านบุคคล ครอบครัว และสังคม (ศิริลักษณ์, 2560) อาทิเช่น สภาพแวดล้อมในชุมชนเอื้อต่อการเป็นแหล่งซื้อขายยาเสพติด มีแหล่งมั่วสุม การที่ครอบครัวมีปัญหา การอยู่ในกลุ่มเพื่อน ทำให้เกิดการเลียนแบบเพื่อนที่ติดยาเสพติด หรือความอยากรู้อยากลอง และการได้รับข้อมูลที่ผิด ๆ เกี่ยวกับยาเสพติด เช่น การเสพยาเสพติดจะเพิ่มสมรรถภาพในการทำงานหรือการทำกิจกรรม (กิตติวงศ์ และปรีชา, 2559) ทำให้ต้องมีการเข้าไปประชาสัมพันธ์หรือให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่ประชาชน โดยทุกฝ่ายจะต้องบูรณาการข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับยาเสพติดเพื่อให้ประชาชนรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้อง หากไม่สามารถทำให้ประชาชนเข้าใจปัญหาเสพติดได้ แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายหรือบังคับใช้กฎหมาย ก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ (พรชมณต์, 2561) ดังนั้นในการแก้ปัญหาเสพติดและป้องกันต้องเริ่มที่สถาบันครอบครัว มีการดูแลช่วยเหลือและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเข้าใจปัญหาเสพติด ซึ่งจะสามารถพัฒนาให้ผู้ใช้ยาเสพติดมีคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น (สุปราณี, 2559) และรัฐมีหน้าที่ในการเข้ามาแก้ไขปัญหานี้ในระดับมหภาค เช่น การปราบปรามการแพร่ระบาดของยาเสพติด รวมทั้งออกนโยบายหรือมาตรการในการฟื้นฟูบำบัดผู้ติดยาเสพติด การให้ความรู้ในชุมชนและสถาบันการศึกษาโดยปลูกฝังข้อมูลและค่านิยมที่ถูกต้อง และการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ประชาชนมีอาชีพ มีงานทำ หรือมีรายได้เพียงพอต่อการดำรงอยู่ได้ในระบบเศรษฐกิจปัจจุบันได้ (คม, 2557)

จากการประมวลข้อมูลดังกล่าวในข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัญหาเสพติดมีปัจจัยมาจากหลายสาเหตุ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยเชิงประชากรหรือปัจจัยการแพร่ระบาดของยาเสพติดในพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งมักจะมีการเคลื่อนที่ไปตามประชากรผู้ใช้ยาเสพติด ซึ่งเป็นหนึ่งในสาเหตุหลักในการแพร่ระบาดของยาเสพติด ถ้าเจ้าหน้าที่ตำรวจหรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามปัญหาเสพติด เข้าใจถึงรูปแบบหรือพฤติกรรมของผู้ใช้ยาเสพติด ก็จะสามารถวางแผนหาทางรับมือและใช้เป็นแนวทางในป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติดได้อย่างมีประสิทธิภาพตามนโยบายของรัฐบาล และนำไปใช้ประโยชน์หรือเป็นข้อมูลในการแก้ไขปัญหายาเสพติดในอนาคตได้ ในงานวิจัยนี้ได้ใช้วิธีเก็บตัวอย่างจากคดีที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดที่ตรวจจับได้ในพื้นที่รับผิดชอบของ สภ.บ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ในปี พ.ศ. 2558 โดยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเชิงประชากรกับข้อมูลฐานความผิดเกี่ยวกับยาเสพติด เพื่อให้สามารถเข้าใจความสัมพันธ์ของตัวแปรได้ละเอียดและครอบคลุมทุกในทุก ๆ ด้าน

2. วิธีการทดลองหรือวิธีการศึกษา

2.1 รวบรวมข้อมูล

ข้อมูลเชิงประชากรของผู้ต้องหาคดีเกี่ยวกับยาเสพติด ที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ประกอบด้วยข้อมูล เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา กลุ่มอาชีพ รายได้ต่อวัน สถานภาพการสมรส ประวัติการต้องคดียาเสพติด และภูมิลำเนาของผู้ต้องหาในคดียาเสพติด และข้อมูลเชิงคดี ประกอบไปด้วย ฐานความผิด ประเภทยาเสพติดที่ใช้ และสถานที่ที่ผู้ต้องหาถูกจับกุม

2.2 จัดกลุ่มข้อมูล

โดยทำการจัดกลุ่มข้อมูลเชิงประชากรของผู้ต้องหา และข้อมูลเชิงคดีที่เกี่ยวกับฐานความผิดที่เกี่ยวกับยาเสพติด แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เสพยาเสพติด และครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติด ดังตารางที่ 1 เพื่อใช้ในการทดสอบและวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 ข้อมูลเชิงประชากรของผู้ต้องหา และข้อมูลเชิงคดี

ตัวแปร		จำนวน	ร้อยละ	
1. ข้อมูลเชิงประชากร	1.1 เพศ	- ชาย	808	84.4
		- หญิง	149	15.6
	1.2 อายุ (ค่าเฉลี่ย = 31 ปี, ค่ามัธยฐาน = 30 ปี, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 10 ปี)	- น้อยกว่า 21 ปี	122	12.7
		- 21-30 ปี	363	37.9
		- 31-40 ปี	319	33.3
		- มากกว่า 40 ปี	153	16.0
	1.3 ระดับการศึกษา	- ไม่ได้รับการศึกษา	33	3.4
		- ประถมศึกษา	454	47.4
- มัธยม/ปวช./ปวส.		438	45.8	
- ปริญญาตรีขึ้นไป		32	3.3	
1.4 อาชีพ	- ไม่ได้ประกอบอาชีพ	73	7.6	
	- รับจ้าง	766	80.0	
	- เกษตรกรรม	22	2.3	
	- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	79	8.3	
	- ข้าราชการ/พนักงาน	17	1.8	
1.5 รายได้ต่อวัน (ค่าเฉลี่ย = 187, ค่ามัธยฐาน = 300, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 169)	- ไม่มีรายได้	393	41.1	
	- น้อยกว่า 300 บาท	452	47.2	
	- มากกว่า 300 บาท	112	11.7	
1.6 สถานภาพการสมรส	- โสด	704	73.6	
	- สมรส	253	26.4	
1.7 ประวัติคดียาเสพติด	- มี	547	57.2	
	- ไม่มี	410	42.8	
1.8 ภูมิลำเนาของผู้ต้องหา	- ในพื้นที่อำเภอบ้านโป่ง	325	34.0	
	- นอกพื้นที่อำเภอบ้านโป่ง	632	66.0	
2. ข้อมูลเชิงคดี	2.1 ฐานความผิด	- เสพยาเสพติด	646	67.5
		- ครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติด	311	32.5
	2.2 ประเภทยาเสพติด	- ประเภท 1 เมทแอมเฟตามีน	902	94.3
- ประเภท 5 กัญชา, กระท่อม		55	5.7	
2.3 ห้องที่จับกุม	- เทศบาลเมืองบ้านโป่ง	77	8.0	
	- ตำบลต่าง ๆ ในอำเภอบ้านโป่ง	880	92.0	

2.3 วิเคราะห์โดยใช้สถิติ

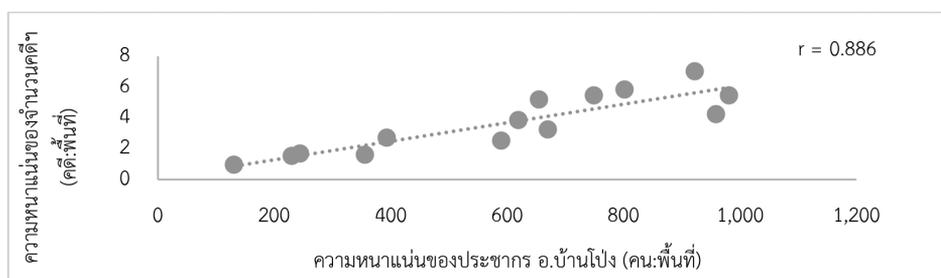
การศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลเชิงประชากร ข้อมูลเชิงคดี และข้อมูลเชิงพื้นที่ที่ใช้สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยเบื้องต้น เช่น ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในการวิเคราะห์และอภิปรายแนวโน้มทิศทางของข้อมูล ใช้สถิติ Pearson correlation เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของจำนวนผู้ต้องหาคดีที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดกับความหนาแน่นของประชากรในพื้นที่ ใช้สถิติ Pearson chi-square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเชิงประชากรและข้อมูลเชิงคดี และสถิติ Odds ratio เพื่อแสดงขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลดังกล่าว

3. ผลการทดลองและวิจารณ์ผล หรือผลการศึกษา

จากผลการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง “การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรและลักษณะเฉพาะของคดียาเสพติด ในอำเภอบ้านโป่ง ในปี พ.ศ. 2558” โดยศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ โดยการเก็บตัวอย่างจากคดีที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดที่ตรวจจับได้ในพื้นที่รับผิดชอบของ สภ.บ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ในปี พ.ศ. 2558 พบว่ามีจำนวนคดีที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดที่เกิดขึ้นจำนวนทั้งสิ้น 957 คดี โดยเป็นผู้ต้องหาเพศชาย จำนวน 808 คน คิดเป็นร้อยละ 84.4 และเพศหญิง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ของจำนวนผู้ต้องหาทั้งหมด ทั้งผู้ต้องหาเพศชายและหญิง ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21 ถึง 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 70 โดยประมาณของแต่ละเพศ (เฉลี่ยอายุ 31.49 ปี และ 31.52 ปี ตามลำดับ) ซึ่งเมื่อพิจารณาฐานความผิดเกี่ยวกับยาเสพติด พบว่าจำนวนผู้ต้องหาเพศชายและหญิงมีการเสพยาเสพติดต่อการครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติดในอัตราส่วนที่เท่า ๆ กัน (ร้อยละ 67.57 และ 67.11 ตามลำดับ) โดยส่วนใหญ่ผู้ต้องหาคดียาเสพติดมักจะมีการใช้ยาเสพติดประเภท 1 (เมทแอมเฟตามีน) ถึงร้อยละ 94.3 และหากพิจารณาประวัติการถูกจับกุมในคดียาเสพติดแล้วพบว่าจำนวนผู้ต้องหามากกว่าครึ่งมีการกลับมากระทำความผิดฐานยาเสพติดอีก (ร้อยละ 57.2) ซึ่งมีส่วนที่สนับสนุนความน่าจะเป็นที่จะสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ ที่ได้ศึกษาความหนาแน่นของประชากรที่มีผลต่อจำนวนคดียาเสพติดในพื้นที่ และยังพบว่าจำนวนคดียาเสพติดในแต่ละพื้นที่นั้น ส่วนใหญ่ผู้กระทำความผิดคดียาเสพติดมักจะเป็นคนที่อยู่ในพื้นที่อำเภอบ้านโป่ง (632 คน คิดเป็นร้อยละ 66.04) ดังนั้นการที่บุคคลจะก่อความผิดฐานเกี่ยวกับยาเสพติด มีความเป็นไปได้ที่จะเกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะของบุคคล จากการวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้ได้พบว่าตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อวันของผู้ต้องหาคดียาเสพติด พบว่ามีความสัมพันธ์กับการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด

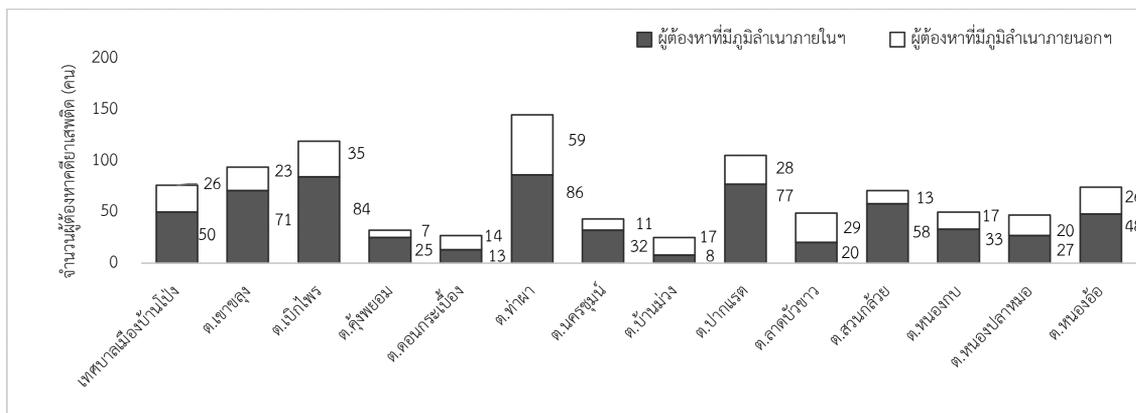
จากการวิเคราะห์ข้อมูลความหนาแน่นประชากรใน อ.บ้านโป่ง กับความหนาแน่นของจำนวนคดียาเสพติดในแต่ละตำบล พบว่าตำบลที่มีความหนาแน่นของประชากรมากเป็นกลุ่มพื้นที่ที่มีจำนวนคดียาเสพติดต่อพื้นที่มาก เช่นเดียวกัน (ธีรไณย, 2559; ปิยะชัย, 2560) พื้นที่เสี่ยงการเกิดอาชญากรรมด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพื้นที่ พบว่าบริเวณที่มีการก่อคดีสูงมักจะเป็นบริเวณที่มีความหนาแน่นของประชากรปานกลางถึงสูง โดยเฉพาะในย่านใจกลางเมือง

จากการพล็อตกราฟระหว่างความหนาแน่นของประชากรและความหนาแน่นของจำนวนคดีที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด โดยการวิเคราะห์ Pearson correlation พบว่า “ความหนาแน่นของจำนวนคดีที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด มีความสัมพันธ์กับความหนาแน่นของประชากรในพื้นที่ฯ ไปในทิศทางเดียวกัน” โดยค่ามี r เท่ากับ 0.886 ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความหนาแน่นของประชากรกับความหนาแน่นของคดีที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดจากการวิเคราะห์ด้วย Pearson correlation

จากการพิจารณาจำนวนคดีที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดในแต่ละตำบลของอำเภอบ้านโป่ง ดังภาพที่ 2 พบว่า “ผู้ต้องหาที่เกี่ยวข้องกับคดียาเสพติดส่วนใหญ่มักจะมีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอบ้านโป่ง” จากสถิติข้างต้นชี้ให้เห็นว่า ปัญหาติดยาเสพติดในแต่ละพื้นที่นั้นส่วนใหญ่เกิดมาจากภายในแต่ละพื้นที่ ฉะนั้น การป้องกันปัญหาเสพติดไม่ใช่แค่ การป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติดจากภายนอกพื้นที่เพียงอย่างเดียว จะต้องมีการป้องกันการแพร่ระบาดหรือ ความต้องการใช้ยาเสพติดจากภายในพื้นที่นั้น ๆ ด้วย (ภักระ, 2558) พบว่าการแก้ปัญหายาเสพติดในแต่ละพื้นที่อย่าง ยั่งยืนนั้น ชุมชนในแต่ละพื้นที่จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างความเข้มแข็งและเฝ้าระวังปัญหายาเสพติดอย่างจริงจัง ในพื้นที่ของตนเองร่วมกับเจ้าหน้าที่รัฐ



ภาพที่ 2 กราฟจำนวนของผู้ต้องหาติดยาเสพติดที่มีภูมิลำเนาภายในและภายนอกเขตรับผิดชอบ สภ.บ้านโป่ง

จากการศึกษาข้อมูลเชิงประชากรของผู้ต้องหาติดยาเสพติดต่อข้อมูลฐานความผิดที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด ที่เจ้าหน้าที่ ตำรวจจับกุมได้ส่วนใหญ่ในฐานความผิดตาม พ.ร.บ. ยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522 ได้แก่ เสพยาเสพติด และครอบครอง หรือจำหน่ายยาเสพติด ดังตารางที่ 2 พบว่า

ตัวแปรช่วงอายุของผู้ต้องหาติดยาเสพติดมีความสัมพันธ์กับฐานความผิดในคดีที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าค่า odds ของการกระทำความผิดฐานครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติด เปรียบเทียบกั บการกระทำความผิดฐานเสพยาเสพติดในกลุ่มผู้ต้องหาติดยาเสพติดที่มีอายุน้อยกว่า 21 ปี เป็น 1.93 เท่า ของค่าดังกล่าว สำหรับผู้ต้องหาติดยาเสพติดที่มีอายุมากกว่า 21 ปี (p-value < 0.05, OR = 1.93, 95%CI = 1.313 - 2.837) ในขณะที่ ค่า odds ของการกระทำความผิดฐานเสพยาเสพติด เปรียบเทียบกับการก่อคดีความผิดฐานครอบครองหรือจำหน่าย ยาเสพติด ในผู้ต้องหาติดยาเสพติดที่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี เป็น 1.58 เท่าของค่าดังกล่าวสำหรับผู้ต้องหาติดยาเสพติด ในช่วงอื่น (p-value < 0.05, OR = 1.581, 95%CI = 1.174 - 2.13) (รอซีต๊ะห์ มะสะแมม, 2553) พบว่าผู้ติดยาเสพติด ที่มีช่วงอายุ 16-20 ปี เป็นช่วงอายุที่มีการเริ่มใช้ยาเสพติด (Simone Pettigrewa, 2017) เยาวชนมีความเสี่ยงสูงที่จะมี การใช้ยาเสพติด มีสาเหตุมาจากความอยากรู้อยากลองหรือมีการชักชวนให้มีการใช้ยาเสพติดในกลุ่มเพื่อน โดยปัจจุบัน กลุ่มที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีการครอบครองยาเสพติดเพื่อจำหน่ายมากขึ้นจากการเสพยาเสพติดในอดีต เนื่องมา จากส่วนหนึ่งมีการตระหนักถึงพิษภัยของยาเสพติดมากขึ้นจากความรู้หรือการศึกษาที่ได้รับมา แต่ที่เข้ามายุ่งเกี่ยวกับ ยาเสพติดนั้นก็เพื่อที่จะนำเงินจากการค้ายาเสพติดไปใช้ในการใช้จ่ายฟุ่มเฟือยสนองความต้องการของแต่ละคน ส่วนใน ช่วงวัยทำงานส่วนใหญ่ก็มีเหตุผลในการเข้ามายุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดเสพติดที่คล้าย ๆ กัน มีสาเหตุมาจากรายได้จากการทำงาน ประจำที่ไม่เพียงพอ ไม่เพียงเหตุผลทางรายได้เพียงอย่างเดียวการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับยาเสพติดที่ผิด ๆ เช่น ยาเสพติดจะ ช่วยเพิ่มสมรรถภาพในการทำงาน ช่วยผ่อนคลายจากความเครียด และความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ก็มีส่วนทำให้ บุคคลเข้ามายุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดได้เช่นกัน

การเข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับยาเสพติดที่ผิด ๆ ข้างต้นนั้น ความรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคลนั้นมีส่วนที่ทำให้แต่ละบุคคลกระทำความผิดเกี่ยวกับยาเสพติดได้ อาจจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม (กิตติวงศ์; ปรีชา, 2559) การพัฒนารูปแบบการป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติด พบว่านอกจากพฤติกรรมการเล่นแบบเพื่อนที่ติดยาเสพติดแล้วนั้น การได้รับข้อมูลความรู้หรือการศึกษาทำให้ความเข้าใจที่ผิด ๆ ก็มีส่วนทำให้เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด ซึ่งสอดคล้องกับสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับข้อหาคติยาเสพติดในงานวิจัยนี้ พบว่าตัวแปรระดับการศึกษาของผู้ต้องหาคติยาเสพติด มีความสัมพันธ์กับฐานความผิดเกี่ยวกับยาเสพติด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งพบว่าค่า odds ของการกระทำความผิดฐานเสพยาเสพติดเปรียบเทียบกับกรกระทำความผิดฐานครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติด ในผู้ต้องหาคติยาเสพติดที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา เป็น 1.74 เท่า ของค่าดังกล่าวในผู้ต้องหาคติยาเสพติดในระดับการศึกษาอื่น ๆ (p -value < 0.05, OR = 1.738, 95%CI = 1.319 - 2.290) ส่วนค่า odds ของการก่อคติยาเสพติดในข้อหาครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติดต่อการเสพยาเสพติด ในผู้ต้องหาคติ ยาเสพติดที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช./ปวส. เป็น 1.64 เท่า ของค่าดังกล่าวสำหรับผู้ต้องหาคติยาเสพติดระดับการศึกษาอื่น ๆ (p -value < 0.05, OR = 1.636, 95%CI = 1.246 - 2.148)

ในขณะที่ตัวแปรด้านอาชีพและรายได้ ก็มีผลสำคัญที่ผลักดันให้แต่ละบุคคลเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดดังที่กล่าวมาข้างต้น (คม, 2557) ปัจจัยที่มีผลต่อการเสพยาเสพติดของผู้ต้องหาคติยาเสพติดประเภท 1 (ยาบ้า) พบว่าปัญหาทางด้านเศรษฐกิจหรือรายได้ของแต่ละบุคคลเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นแรงผลักดันให้คนเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด เช่น การว่างงาน ค่าครองชีพสูงขึ้น รายได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ความกดดันของสังคมที่ไม่ให้โอกาสในการทำงาน สอดคล้องกับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอาชีพกับฐานความผิดยาเสพติด ในงานวิจัยนี้ พบว่าจำนวนผู้ต้องหาคติยาเสพติดในแต่ละกลุ่มอาชีพในฐานความผิดเสพยาเสพติด และครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติด มีจำนวนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า odds ของการกระทำความผิดในฐานครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติดเปรียบเทียบกับ การเสพยาเสพติด ในกลุ่มผู้ต้องหาคติยาเสพติดที่ไม่ได้ประกอบอาชีพเป็น 2.91 เท่า ของค่าดังกล่าวในผู้ต้องหาคติ ยาเสพติดที่มีการประกอบอาชีพ (p -value < 0.05, OR = 2.916, 95%CI = 1.797 - 4.73) ในขณะที่ค่า odds ของการ ก่อคติยาเสพติดในข้อหาเสพยาเสพติดเปรียบเทียบกับข้อหาครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติดในผู้ต้องหาคติยาเสพติดที่มีอาชีพรับจ้าง เป็น 2.31 เท่า ของค่าดังกล่าวในผู้ต้องหาคติยาเสพติดในอาชีพอื่น ๆ (p -value < 0.05, OR = 2.312, 95%CI = 1.679 - 3.21) ส่วนตัวแปรรายได้ต่อวันของผู้ต้องหาคติยาเสพติดนั้น พบว่าจำนวนผู้ต้องหาคติยาเสพติดที่ไม่มี รายได้ต่อวัน ในฐานความผิดเสพยาเสพติด และครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติดมีจำนวนที่น้อยกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่ามีเพียงผู้ต้องหาคติยาเสพติดที่ไม่มีรายได้ต่อวันเท่านั้น ที่มีค่า odds ของการกระทำความผิดในฐาน ครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติดเปรียบเทียบกับกรกระทำ ความผิดในฐานเสพยาเสพติดเป็น 1.49 เท่า ของค่าดังกล่าว ในผู้ต้องหาที่มีรายได้ (p -value < 0.05, OR = 1.486, 95%CI = 1.131 - 1.953) (N.Messedia, 2015) จำนวนผู้ติด ยาเสพติดในประเทศตุนีเซีย ซึ่งมีแนวโน้มผู้ติดยาเสพติดมีจำนวนที่เพิ่มขึ้น และโดยพิจารณาจากรายละเอียดทางสังคม ประชากร และประวัติการศึกษาของผู้ติดยาเสพติด พบว่าปัจจัยด้านอาชีพ การว่างงาน ระดับการศึกษา ความสามารถ ในการเรียนรู้ และป้องกันยาเสพติด มีโอกาสทำให้เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด และในการป้องกันคนเหล่านี้ไม่ให้เข้าไป ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด ควรได้รับการบริหารจัดการเช่นเดียวกับผู้ป่วย จากผลการศึกษาในงานวิจัยชี้ให้เห็นว่าตัวแปร เชิงประชากร ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อวันของผู้ต้องหาคติยาเสพติดนั้น มีความสัมพันธ์กับ การกระทำผิดที่เกี่ยวกับยาเสพติด และแต่ละลักษณะเชิงประชากรตัวแปรข้างต้น มีโอกาสที่จะพบการก่อคติยาเสพติด ทั้งเสพยาเสพติดและครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติด ที่แตกต่างกันออกไป

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงประชากรกับข้อหาคดียาเสพติด

ตัวแปร		เสพยาเสพติด (n = 646 คน)			ครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติด (n = 311 คน)			p-value
		จำนวน	ร้อยละ	OR (95%CI)	จำนวน	ร้อยละ	OR (95%CI)	
1. เพศ	- ชาย (808 คน)	546	84.5	1.021 (0.704 - 1.482)	262	158.8	0.979 (0.675 - 1.421)	0.91
	- หญิง (149 คน)	100	15.5	0.98 (0.675 - 1.422)	49	29.7	1.021 (0.704 - 1.481)	0.91
2. อายุ	- น้อยกว่า 21 ปี (122 คน)	66	10.2	0.518 (0.353 - 0.762)	56	18.0	1.93 (1.313 - 2.837)	< 0.01*
	- 21-30 ปี (363 คน)	238	36.8	0.868 (0.658 - 1.145)	125	40.2	1.152 (0.872 - 1.52)	0.32
	- 31-40 ปี (319 คน)	236	36.5	1.581 (1.174 - 2.13)	83	26.7	0.632 (0.47 - 0.852)	< 0.01*
	- มากกว่า 40 ปี (153 คน)	106	16.4	1.103 (0.759 - 1.603)	47	15.1	0.907 (0.624 - 1.318)	0.61
3. ระดับ การศึกษา	- ไม่ได้ศึกษา (33 คน)	20	3.1	0.732 (0.359 - 1.491)	13	4.2	1.367 (0.671 - 2.785)	0.39
	- ประถมศึกษา (454 คน)	335	51.9	1.738 (1.319 - 2.29)	119	38.3	0.575 (0.437 - 0.758)	< 0.01*
	- มัธยม/ปวช./ปวส. (438 คน)	270	41.8	0.611 (0.466 - 0.803)	168	54.0	1.636 (1.246 - 2.148)	< 0.01*
	- ปริญญาตรีขึ้นไป (32 คน)	21	3.3	0.916 (0.436 - 1.924)	11	3.5	1.092 (0.52 - 2.295)	0.82
4. อาชีพ	- ไม่ได้ประกอบอาชีพ (73 คน)	32	5.0	0.343 (0.211 - 0.557)	41	13.2	2.916 (1.797 - 4.73)	< 0.01*
	- รับจ้าง (766 คน)	547	84.7	2.321 (1.679 - 3.21)	219	70.4	0.431 (0.312 - 0.596)	< 0.01*
	- เกษตรกรรม (22 คน)	6	0.9	0.173 (0.067 - 0.448)	16	5.1	5.766 (2.233 - 14.89)	< 0.01*
	- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (79 คน)	48	7.4	0.725 (0.452 - 1.165)	31	10.0	1.379 (0.859 - 2.213)	0.18
	- ข้าราชการ/พนักงาน (17 คน)	13	2.0	1.577 (0.51 - 4.877)	4	1.3	0.634 (0.205 - 1.961)	0.43
5. รายได้ ต่อวัน	- ไม่มีรายได้ (393 คน)	245	37.9	0.673 (0.513 - 0.885)	148	47.6	1.486 (1.131 - 1.953)	< 0.01*
	- น้อยกว่า 300 บาท (452 คน)	317	49.1	1.256 (0.957 - 1.649)	135	43.4	0.796 (0.606 - 1.045)	0.10
	- มากกว่า 300 บาท (112 คน)	84	13.0	1.512 (0.963 - 2.373)	28	9.0	0.662 (0.421 - 1.039)	0.07

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปร		เสพยาเสพติด (n = 646 คน)			ครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติด (n = 311 คน)			p-value
		จำนวน	ร้อยละ	OR (95%CI)	จำนวน	ร้อยละ	OR (95%CI)	
6. สถานภาพ การสมรส	- โสด (704 คน)	483	74.8	1.207 (0.892 - 1.633)	221	71.1	0.829 (0.612 - 1.122)	0.22
	- สมรส (253 คน)	163	25.2	0.829 (0.612 - 1.122)	90	28.9	1.207 (0.892 - 1.633)	0.22
7. ประวัติคดียาเสพติด	- มี (547 คน)	377	58.4	1.162 (0.885 - 1.527)	170	54.7	0.86 (0.655 - 1.13)	0.28
	- ไม่มี (410 คน)	269	41.6	0.86 (0.655 - 1.13)	141	45.3	1.162 (0.885 - 1.527)	0.28

* Pearson chi-square

4. สรุปผล

จากการศึกษาพบว่า “ความหนาแน่นของประชากรมีความสัมพันธ์กับความหนาแน่นของจำนวนคดียาเสพติด” โดยมีค่า pearson’s correlation (r) เท่ากับ 0.886 และ “ผู้ต้องหาที่เกี่ยวข้องกับคดียาเสพติดส่วนใหญ่จะมีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอบ้านโป่ง” ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะเชิงประชากรกับฐานความผิดในคดีเกี่ยวกับยาเสพติด พบว่าในการกระทำความผิดเกี่ยวกับยาเสพติดมีความสัมพันธ์กับ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อวันของผู้ต้องหาคดียาเสพติด โดยในการกระทำความผิดเสพยาเสพติด มีโอกาสที่จะพบมากในกลุ่มผู้ต้องหาคดียาเสพติดที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและมีอาชีพรับจ้าง ในขณะที่การกระทำความผิดในฐานครอบครองหรือจำหน่ายยาเสพติด มีความเป็นไปได้ที่จะพบในกลุ่มผู้ต้องหาคดียาเสพติดที่มีอายุน้อยกว่า 21 ปี มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช./ปวส. เป็นกลุ่มที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ และไม่มีรายได้เลี้ยงชีพ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าตัวแปรลักษณะเชิงประชากรในด้าน “อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อวัน” มีความสัมพันธ์ต่อการก่อคดียาเสพติด และโอกาสที่จะเกิดผู้ต้องหาคดียาเสพติดตามลักษณะที่ได้กล่าวมาข้างต้น

จากผลการศึกษาในงานวิจัยนี้เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความหนาแน่นของประชากรมีผลต่อความหนาแน่นของจำนวนคดียาเสพติด (ธีรไฉย, 2559; ปิยะชัย, 2560) ที่ได้ศึกษาพื้นที่เสี่ยงการเกิดอาชญากรรมด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพื้นที่ พบว่าบริเวณที่มีการก่อเหตุอาชญากรรมสูงมักเป็นบริเวณที่ความหนาแน่นของประชากรปานกลางถึงสูง ย่านใจกลางเมือง ในขณะเดียวกันเมื่อศึกษาลักษณะเชิงประชากรกับการก่อคดีที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด พบว่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศิริลักษณ์ ปัญญา (2560) ได้ศึกษาปัจจัยเสี่ยงของการกลับไปใช้ยาเสพติดซ้ำของผู้รับการบำบัดยาเสพติด พบว่าปัจจัยด้านบุคคลคือปัจจัยหลักที่ทำให้มีการเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด (กิตติวงศ์ และปรีชา, 2559) การพัฒนารูปแบบการป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติด พบว่าสถาบันการศึกษาและการให้การศึกษามีส่วนช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติดได้ (คม, 2557) ปัจจัยที่มีผลต่อการเสพยาเสพติดของผู้ต้องหาในคดีเสพยาเสพติด ประเภท 1 (ยาบ้า) พบว่าผู้ต้องหาคดียาเสพติดส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพโสด และการศึกษาระดับประถมศึกษา รวมไปถึงส่วนใหญ่จะมีการใช้ยาเสพติดประเภท 1 (เมทแอมเฟตามีน) โดยปัจจัยที่ได้กล่าวมานั้นมีความเกี่ยวข้องกับปัญหาด้านเศรษฐกิจที่ทำให้เกิดการว่างงาน ไปจนถึงรายได้ของแรงงานในระบบจากปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดแนวทางการป้องกันยาเสพติดอย่างยั่งยืนของหน่วยงานรัฐบูรณาการร่วมกับชุมชนซึ่งในการป้องกันปัญหายาเสพติดที่ยั่งยืนนั้น จะต้องเริ่มที่การให้ความรู้ ทัศนคติ ค่านิยม เกี่ยวกับยาเสพติดที่ถูกต้อง มีการสร้างงาน สร้างอาชีพ ทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น อยู่ดีกินดีสามารถเลี้ยงชีพตนเองได้โดยไม่ต้องไปค้ายาเสพติด โดยสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่

ประชาชนตั้งแต่เด็กหรือเยาวชน (สุปราณี, 2559) ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้ผ่านการบำบัดสารเสพติด พบว่า ครอบครัวและชุมชน สามารถป้องกันและพัฒนาผู้ป่วยยาเสพติดให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้ เช่นเดียวกับการควบคุม การแพร่กระจายของยาเสพติดได้ผลดีกว่าการรักษาผู้ติดยา (กิตติวงศ์ และปรีชา, 2559) ได้พบว่าการป้องกันการแพร่ระบาดของเริ่มจากสถาบันการศึกษา เนื่องจากจากวัยรุ่นหรือเยาวชนเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงในการเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดสูง ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของกรอบทิศทางและเป้าหมายของแผนประชารัฐร่วมใจ ปลอดภัยยาเสพติด พ.ศ. 2561 ตามประกาศคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ป.ป.ส.) ลงวันที่ 14 พ.ย. 60 โดยลดปริมาณ ผู้เข้าสู่การกระทำผิดเกี่ยวกับยาเสพติด นำผู้มีส่วนเกี่ยวข้องออกจากวงจรการกระทำผิดเกี่ยวกับยาเสพติด ซึ่งเป็น การสร้างภูมิคุ้มกันและป้องกันยาเสพติดเชิงรุกในกลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มผู้ใช้แรงงาน และกลุ่มประชาชนทั่วไป ซึ่งมีการบูรณาการการแก้ไขปัญหาในระดับชุมชน เช่น โครงการ TO BE NUMBER ONE และ โครงการครูตำรวจ D.A.R.E. เป็นต้น ซึ่งนโยบายรัฐบาลภายใต้การบริหารงานของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้กำหนดให้ปัญหา ยาเสพติดเป็นวาระแห่งชาติ ที่ต้องให้ความสำคัญและเร่งดำเนินการจัดการกับปัญหา ดังนั้นผลการศึกษาในครั้งนี้จึงเป็น ประโยชน์ต่อส่วนรวมและประเทศชาติ สามารถใช้เป็นแนวทางในการปราบปราม ป้องกัน การก่อเหตุในคดียาเสพติดได้

5. เอกสารอ้างอิง

- กิตติวงศ์ สาสวด และปรีชา ดิลกวุฒิสิทธิ์. 2559. การพัฒนารูปแบบการป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติด ในกลุ่มเด็กและเยาวชนในเขตพื้นที่เทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา. ฉะเชิงเทรา : มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์.
- คม เหล่าบุตรสา. 2557. ปัจจัยที่มีผลต่อการเสพยาเสพติดของผู้ต้องหาในคดีเสพยาเสพติดประเภท 1 (ยาบ้า) ในพื้นที่สถานีตำรวจภูธรสำโรงเหนือ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- กระทรวงยุติธรรม. 2562. รมว.ยธ. แจงแผนปฏิบัติการป้องกัน ปราบปราม บำบัดรักษาเสพติด ปี 62 สิ่งทุกส่วน เร่งแก้ปัญหายาเสพติด. เข้าถึงเมื่อ 25 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.moj.go.th/view/23583>
- ธีรไณย ศรีธรรมรงค์. 2559. การประเมินพื้นที่เสี่ยงการเกิดอาชญากรรมด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพื้นที่. สาขาวิชา วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมภาคควิหาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากรการศึกษา.
- ปิยะชัย ถิ่นไทยงาม. 2560. พื้นที่เสี่ยงของอาชญากรรมที่เกี่ยวกับทรัพย์สิน ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. ภาควิชา ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คณะเกษตรศาสตร์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พรหมมณต์ ศรีนวลนัต. 2561. ตราบาบันทึกโทษยาเสพติด. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์. ปีที่ 4. ฉบับที่ 2.
- ภัทระ เหล่ามีผล. 2558. ปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานด้านการป้องกันและปราบปรามยาเสพติดของเจ้าหน้าที่ ตำรวจ ของสถานีตำรวจภูธรในจังหวัดปทุมธานี. รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การเมืองการปกครอง) สาขาวิชาการเมืองการปกครองสำหรับนักบริหาร คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รอชีตะห์ มะสะแม. 2553. การใช้ยาเสพติดของผู้ติดยาเสพติดของศูนย์บำบัดรักษาเสพติด จังหวัดปัตตานี. สาขา วิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศิริลักษณ์ ปัญญา. 2560. ศึกษาปัจจัยเสี่ยงของการกลับไปใช้ยาเสพติดซ้ำของผู้รับการบำบัดยาเสพติดในศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 2.
- ศูนย์อำนวยการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ศอ.ปส.). 2550. เอกสารโครงการปฏิบัติการรวมพลัง ไทยเทิดไท้ องค์ภูมิพล เฉลิมฉลอง 80 พรรษา.

- สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด. 2559. รายงานสถานการณ์ยาเสพติด. สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด.
- สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด. 2561. นโยบายการดำเนินงานป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ปี 2561. แผนประชารัฐร่วมใจ ปลอดภัยยาเสพติด.
- สุปราณี สูงแข็ง. 2559. ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้ผ่านการบำบัดในหน่วยบริการระดับปฐมภูมิ ในจังหวัดอุดรธานี. วารสารวิชาการสาธารณสุข ปีที่ 25, ฉบับที่ 2.
- อรพพร แซ่เอี้ยว. 2561. สถานการณ์และแนวทางในการแก้ปัญหายาเสพติดอาเซียน : ประเทศไทย. ฝ่ายอาเซียนและกิจการต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา
- N.Messedia and other. 2015. Profile of Tunisian Population of Drug Addicts. European Psychiatry 30: 1092.
- Simone Pettigrewa and other. 2017. Common and differential factors associated with abstinence and poly drug use among Australian adolescents. International Journal of Drug Policy 50 : 41-47.

การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม

A Study of tourism potential in the Special Economic

Development Zone, Nakhon Phanom Province

อรทัย มวลคำ และ ชวลีย์ ณ ถลาง

Orathai Mooncome and Chawalee Na Thalang

คณะศิลปศาสตร์ สาขาการท่องเที่ยว

orathaimooncome303@gmail.com โทร. 086-611-0560

Received 28/02/2562

Accepted 18/05/2563

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม 2. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม 3. เพื่อนำผลการศึกษาไปกำหนดเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนมให้เกิดความยั่งยืนต่อไป ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน จำนวน 16 คน เป็นแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้วิธีการการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบกึ่งมีโครงสร้าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดนครพนมมีทำเลที่ตั้งอยู่ติดริมแม่น้ำโขง และมีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 3 นครพนม-คำม่วน ที่สามารถใช้ในการเดินทางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่หลากหลาย อาทิ องค์พระธาตุพนมและพระธาตุบรูวาร พระธาตุประจำวันเกิดครบ 7 วัน Landmark องค์พระศรีสัตนาคราช หมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม และอนุสรณ์สถานโฮจิมินห์ ณ บ้านนาจอก อีกทั้งยังมีเทศกาลงานประเพณีที่มีชื่อเสียงระดับชาติ อาทิเช่น งานนมัสการพระธาตุพนม งานประเพณีไหลเรือไฟ และวัฒนธรรม 8 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติ ที่เป็นอัตลักษณ์ เป็นต้น และในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า หน่วยงานภาครัฐของจังหวัด มีการบูรณาการร่วมกับทุกภาคส่วนในการร่วมกันขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ยังมีอยู่บ้างที่ภาคเอกชนและผู้นำชุมชนในบางพื้นที่ยังต้องให้ความรู้และความเข้าใจเพื่อให้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการพัฒนาชุมชน การพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว อาทิเช่น ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย และในด้านอาหารพื้นบ้านยังขาดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ จึงจำเป็นต้องหาเอกลักษณ์ให้เด่นชัดมากขึ้น

คำสำคัญ: การศึกษาศักยภาพ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม

Abstract

This study aims to: 1) to study the potential of tourism resources in the Special Economic Development Zone, Nakhon Phanom Province; 2) to conduct a SWOT (Strength, Weakness, Threat and Opportunity) analysis; and 3) to draw conclusions from the research regarding the development of tourism in the Special Economic Development Zone. The research is qualitative; the research participants, selected by purposive sampling, were tourism stakeholders from the government and private sectors and local people, comprising in total 16 people. The data was collected through in-depth interviews using semi-structured questionnaires. The research found that the area of Nakhon Phanom province is close to the Mekong River, where the third Thai-Lao Friendship Bridge connects it to the neighboring country. This province also has many tourism resources connected to history

and culture, such as Phra That Phanom and other Buddha relics in pagodas, Buddha relics in pagodas for seven birthdays, the Sri Sattha Naga Landmark, the Thai-Laos friendship village, and the Ho Chi Min remembrance place at Ban Na-chok. In addition, this province has many interesting tourist festivals such as the Phra That Phanom festival, the Fire Boat festival, and the “Festival of Eight Ethnicities and Two Nationalities”. In terms of developing tourism, the research found that the government sector is integrated with others to develop tourism. However, the private sector and the leaders of some local communities still need to obtain information and knowledge to gain more experience in tourism, to increase their awareness of the importance of tourism, and gain knowledge of how to develop tourism routes and tourism facilities such as sign posts to show the way to destinations and to communicate information to tourists. Regarding local foods, the research found that the food still lacks a unique identity. Therefore, searching for such an identity is still a necessary process to make the food more distinguishable.

Keywords: The study of tourism potential, the Special Economic Development Zone, Nakhon Phanom Province

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้วยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุนการจ้างงานและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นโดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวไทย นับแสนล้านบาท อีกทั้งยังช่วยกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ชนบทตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้งความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว และความเป็นไทย ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อัญมณีไมตรีของคนไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

จังหวัดนครพนม ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง กอปรกับจังหวัดนครพนมมีจุดเด่นและจุดแข็งในหลายด้าน อาทิ มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น หมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม และมีภูมิสังคมทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานที่หลากหลาย เป็นที่ประดิษฐานขององค์พระธาตุพนมอันล้ำค่า และมีความสำคัญทางด้านศาสนาในระดับภูมิภาคไทย-ลาว อินโดจีน ตลอดจนความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์แถบลุ่มแม่น้ำโขงที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง อีกทั้งยังมีสนามบินนครพนม สะพานมิตรภาพ อีกทั้งสถานีต้นทางรถไฟรางคู่สายนครพนม-บ้านไผ่ นอกจากนี้ จังหวัดนครพนมได้รับการประกาศให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษซึ่งแสดงให้เห็นว่าจังหวัดนครพนมมีศักยภาพและความพร้อมในการที่จะเป็นเมืองเขตเศรษฐกิจพิเศษ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตร และโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการท่องเที่ยว ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างดี (ข้อมูลเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม, 2558)

การดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนมนั้น สิ่งที่สำคัญไม่ใช่แค่เพียงความสวยงาม ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวแต่ควรมองในด้านความมีศักยภาพความพร้อมในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการและด้านองค์ประกอบสำคัญทางการท่องเที่ยว

ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จากความสำคัญดังกล่าวจึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง การศึกษาการศึกษาศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

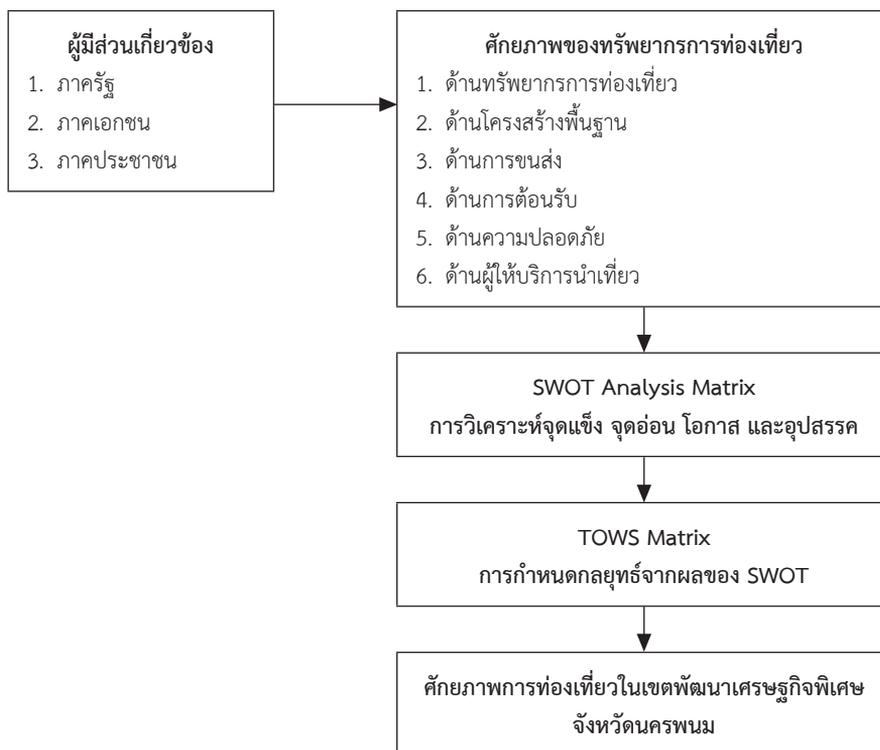
1. เพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม
2. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม
3. เพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม

1.2 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา : ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำการศึกษาศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้างกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ขอบเขตด้านประชากร : ตัวแทนบุคลากรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม จำนวน 16 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา : ทำการศึกษารายละเอียด ทบทวนวรรณกรรม และทำการสำรวจข้อมูล ตลอดจนรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ปี 2559 - 2561



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. วิธีการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวิธีการวิจัย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารจากภาครัฐ จำนวน 5 คน ผู้บริหารและบุคลากรภาคเอกชน จำนวน 5 คน และตัวแทนภาคประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน 6 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 16 คน เป็นกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างในการสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ มีการวางแผนในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอน โดยประเด็นความที่ในการสัมภาษณ์ได้กำหนดโครงสร้างไว้แบบหลวม ๆ นอกจากนี้จะพิจารณาคำถาม สร้างคำถาม ปรับคำถาม และพัฒนาคำถามให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริงในการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ซึ่งเนื้อหาการสัมภาษณ์จะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ทางการในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม แล้วนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ TOWS Matrix โดยการหาแนวทางการส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม ใช้การศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ด้านการดึงดูดใจ 2) ด้านการรองรับ 3) ด้านการบริหารจัดการ 4) ด้านการบริการ และ 5) ด้านการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสำคัญและความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม ซึ่งเป็นกรวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย โดยการระบุคุณลักษณะเฉพาะของข้อความอย่างมีระบบที่มีการอ้างอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี

3. ผลการวิจัย

ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม

สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่

ด้านเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและหมู่บ้านชนเผ่า จังหวัดนครพนม มีความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรม มีความหลากหลายของวิถีชนเผ่า ซึ่งประกอบด้วยชนเผ่า 8 ชนเผ่า ได้แก่ ชาวผู้ไท (ภูไท) ไทยญ้อ ไทยแสก ไทยกะเลิง ไทยไส้ ไทยข่า ไทยลาว และไทกวน 2 เชื้อชาติ ได้แก่ ชาวเวียดนาม และชาวจีน โดยแต่ละเผ่าจะรวมกันเป็นกลุ่ม กระจายอยู่ตามพื้นที่อำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดนครพนม อาทิเช่น ชนเผ่าไทญ้อ ถือว่าเป็นอีกชนเผ่าหนึ่งที่มีความน่าสนใจในการไปท่องเที่ยว เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและสัมผัสการต้อนรับที่ตีเยี่ยมจากเจ้าบ้าน ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวหมู่บ้านชนเผ่านักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสและเรียนรู้ เช่น การใช้ภาษาพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของชนเผ่าในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว การแต่งกายซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่า วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และคุณค่าที่ควรอนุรักษ์และสืบสาน โดยชุมชนจะมุ่งเน้นนำในเสนอรูปแบบของกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามีส่วนร่วมในประเพณี พิธีกรรมพื้นบ้านต่าง ๆ อาทิ การไหลเรือไฟบั้งไฟที่จัดกันในวันออกพรรษา เป็นต้น (ปราณี, 2561)

ด้านศิลปวัฒนธรรม และประเพณี

1. งานนมัสการพระธาตุพระพนม จัดขึ้นเพื่อเป็นการดำรงพุทธศาสนา และสืบสานประเพณีท้องถิ่นอันดีงามของชาวนครพนมที่มีมาแต่โบราณที่ได้จัดงานนมัสการพระธาตุพนมเป็นประจำทุกปี (ประเสริฐ, 2561)

2. งานแข่งเรือ การแข่งเรือ (สว่างเฮือ) เป็นประเพณีที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาช้านาน โดยจัดขึ้นระหว่างงานบุญออกพรรษา มีความมุ่งหมายให้ชาวบ้านได้สนุกสนานร่วมกัน ก่อให้เกิดความสามัคคีความเสียสละและเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนลาวและชาวไทย

3. งานประเพณีไหลเรือไฟนครพนม จัดขึ้นในวันออกพรรษา คือวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 และวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี บริเวณหน้าศาลากลางจังหวัด ริมแม่น้ำโขงบริเวณเขตเทศบาล การไหลเรือไฟถือเป็นการบูชาพระพุทธเจ้าในวันที่พระพุทธเจ้าเสด็จลงมาจากทั่วโลก

4. การฟ้อนภูไท เป็นการแสดงออกให้เห็นถึงความสามัคคีในหมู่คณะเดียวกัน โดยจะฟ้อนในงานเทศกาลเดือน 5 และเดือน 6 การฟ้อนภูไทเรณูนคร เป็นการฟ้อนประเพณีที่มีมาแต่บรรพบุรุษ ซึ่งการฟ้อนภูไทนี้ถือว่าเป็นศิลปะเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม

5. ประเพณีแหกต้นสัก เป็นการบวงสรวงวิญญาณของบรรพบุรุษของชาวสแกนในจังหวัดนครพนม และเป็น การแสดงออกถึงความกตัญญูต่อบรรพบุรุษที่ได้ช่วยให้อยู่เย็นเป็นสุขและประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ

6. ประเพณีไล่ทั้งบั้ง นิยมทำกันในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 เพื่อบอกกล่าวและเป็นการแสดงออกถึงความกตัญญู ที่มีต่อบรรพบุรุษที่ให้ข้าว ปลาอาหารอุดมสมบูรณ์และมีความสุขไล่ทั้งบั้งนี้ชาวไทยไล่ทั่วไปเรียกว่า แสงสนาม หรือ เหยา (เยา) (ธรรนินทร์, 2562)

ด้านสถาปัตยกรรมที่บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจน จังหวัดนครพนมเป็นเมืองเล็ก ๆ ที่ตั้งอยู่ติดริมแม่น้ำโขงตรงกันข้ามกับประเทศลาว เหมาะกับการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ในตัวเมืองมีตึกเก่า มีสถาปัตยกรรมไทย สถาปัตยกรรมตะวันตก ถือได้ว่าเป็นเสน่ห์ของจังหวัดนครพนมที่มีตึก อาคาร บ้านเรือน สิ่งปลูกสร้างเก่าแก่ที่ถูกอนุรักษ์ไว้ ในย่านชุมชนริมแม่น้ำโขงในเมืองนครพนม มีอาคารเป็นสถาปัตยกรรมแบบตะวันตก ได้รับอิทธิพลจากฝรั่งเศสช่วงสมัย สงครามอินโดจีน

ด้านความเก่าแก่ ความโบราณ จังหวัดนครพนมเป็นเมืองแห่งพระธาตุโดยแท้และด้วยความที่เคยเป็นอาณาจักร ที่เจริญรุ่งเรืองมาก่อน ประกอบกับตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขง อันเป็นแหล่งรวมวัฒนธรรมแห่งสำคัญจากหลายชนชาติ จังหวัดนครพนมจึงมีโบราณสถานเก่าแก่อยู่หลายแห่งในตัวเมือง และเป็นທີ່ประดิษฐานพระธาตุพนมอันศักดิ์สิทธิ์ อันเป็นปูชนียสถานสำคัญคู่บ้านคู่เมืองมาช้านาน และมีพระธาตุอื่น ๆ อีกหลายแห่ง

ด้านอาหารท้องถิ่น จังหวัดนครพนมมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ทั้งวัฒนธรรมของคนไทยและชาวเวียดนาม มีประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ทำให้เกิดเอกลักษณ์และการผสมกลมกลืนของวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมเวียดนามที่สอดคล้องกับบริบทสังคมในสภาวะการณปัจจุบัน หมู่บ้านนาจอก ในพื้นที่ตำบลเป็นหมู่บ้านของคนเวียดนามในอดีตและความเป็นหมู่บ้านมิตรภาพไทยเวียดนามในปัจจุบัน

อาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของ 8 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติ มีความโดดเด่นของอาหารและกรรมวิธีการปรุงที่เฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป อาทิเช่น ชนเผ่าไทกวนจะอาหารพื้นบ้าน ได้แก่ แกงขี้เหล็กใส่หนังเค็ม ต้มไก่ลาด แก้วหนังเค็ม ขนมหวานจะเป็น ข้าวต้มโคม อาหารพื้นบ้าน ชุมชนบ้านหนองสังข์ อำเภอนาแก มีอาหารเด่นประจำเผ่า ซึ่งเป็นอาหารประจำชาติต่าง ๆ ซึ่งเป็นอาหารของบรรพบุรุษ เป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ตามท้องไร่ท้องนา อีกทั้งอาหารของกลุ่มชนเผ่าอื่น ๆ อีกหลากหลาย เช่น แหนมเนือง ไช้กระทะ ข้าวจี (ขนมปังใส่ไส้ฝรั่งเศส) บันกวน เผือก หรือข้าวเปียก (อาหารของชาวยวน) และที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง คือ อาหารประเภทปลา ได้แก่ ปลาคังลวกจิ้ม ปลาเนื้ออ่อนทอด ปนปลา เป็นต้น (คมสัน, 2561)

แหล่งท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงเพื่อการรองรับต่อการเดินทางท่องเที่ยว

1. สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น เส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวก อาทิเช่น ป้ายบอกทางในแหล่งท่องเที่ยว และป้ายสื่อความหมาย ให้ครอบคลุมทุกเส้นทาง รวมไปถึง การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว

2. การพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก อาทิเช่น ภาครัฐและเอกชนควรเข้ามาช่วยเหลือด้านงบประมาณในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

การบริหารจัดการด้านด้านเศรษฐกิจของแหล่งท่องเที่ยว

การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ควรสร้างและส่งเสริมความรู้ในชุมชนและนักท่องเที่ยว และช่วยกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน

การจัดการด้านการท่องเที่ยว ควรสร้างรายได้ให้กับชุมชน และสร้างความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงการบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวควบคู่กับการพัฒนา

การบริการการท่องเที่ยวด้านที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว

มีการบริการระบบการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว อาทิเช่น มีตำรวจท่องเที่ยวและอาสาสมัครมาคอยอำนวยความสะดวกและดูแลนักท่องเที่ยว

มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว
 การมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการพัฒนามัคคุเทศก์น้อยในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว
 มีอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เมืองที่โดดเด่น ควรบริการด้านการขนส่งที่ครอบคลุมทุกเส้นทางใน
 แหล่งท่องเที่ยว

ควรมีบริการด้านสารสนเทศที่ทันสมัย

ส่งเสริมการตลาดเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ด้วยการสื่อ และช่องทาง
 ที่หลากหลาย เช่น ทีวี อินเทอร์เน็ต หรือหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

การทำปฏิทินการท่องเที่ยว โดยจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวและงานประเพณีตลอด 12 เดือน

การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดงานในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

ควรมีผู้เชี่ยวชาญแนะนำและวางแผนการตลาดท่องเที่ยวให้กับคนในชุมชนทั้งแผนการตลาดทั้งระยะสั้นและระยะยาว

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
1. ท่าเลที่ตั้งอยู่ติดริมแม่น้ำโขง และมีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 3 นครพนม-คำม่วน เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน	1. ระยะทางห่างไกลจากกรุงเทพมหานคร ศูนย์กลางการคมนาคม ขนส่งของประเทศ
2. เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมลุ่มน้ำโขง เนื่องจากมีแหล่ง ท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่หลากหลาย มี เส้นทางปั่นจักรยานริมแม่น้ำโขงที่ยาวที่สุด แม่น้ำโขงที่สามารถ จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวได้หลากหลาย อาทิ การล่องเรือ ชมเมืองและทิวทัศน์ริมฝั่งโขงได้ทุกฤดูกาล	2. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวและบริการยังไม่ได้รับการพัฒนา องค์ความรู้เท่าที่ควร เช่น ทักษะด้านภาษาอาเซียน อีกทั้ง ขาดแคลนมัคคุเทศก์และอาสาสมัครด้านการท่องเที่ยวภายใน จังหวัด
3. มีพระธาตุประจำวันเกิด ครบ 7 วัน ซึ่งสามารถเดินทางสักการะ ได้ภายใน 1 วัน และมีความหลากหลายวิถีชีวิตพันธุ์	3. โครงข่ายคมนาคมเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวยังไม่สะดวก การขนส่ง บริการสาธารณะเพื่อบริการนักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ ขาดป้าย บอกรายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
4. มี Landmark องค์พระศรีสัตนครราช หมู่บ้านมิตรภาพ ไทย-เวียดนาม และอนุสรณ์สถานโฮจิมินห์ ณ บ้านนาจอก และ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีภูมิทัศน์ริมฝั่งโขงที่สวยงามที่สุด และอากาศดีตลอดปี อุทยานแห่งชาติภูสิงห์ น้ำตกตาดขาม น้ำตกตาดโพธิ์ ฯลฯ	4. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดการวางผังออกแบบให้เหมาะสม กับภูมิสถาปัตยกรรม
5. มีเทศกาลงานประเพณีที่มีชื่อเสียงระดับชาติ อาทิเช่น งาน นมัสการพระธาตุพนม งานประเพณีไหลเรือไฟ และวัฒนธรรม 8 คนเผ่า 2 เชื้อชาติ ที่เป็นอัตลักษณ์ เป็นต้น	5. สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังมีปัญหา ยังไม่ได้รับ การพัฒนา ขาด story Telling และบริษัทนำเที่ยวในพื้นที่ ยังเสนอขายและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวยังไม่ทั่วถึง
6. เป็นเมืองที่ได้รับการประกาศว่า เป็นเมืองแห่งความสุขที่สุดใน ประเทศไทย โดยมีสโลแกนสามที่สุดที่สุดที่สุด (ศักดิ์สิทธิ์ที่สุด: พระธาตุพนม, สวยที่สุด : สะพานมิตรภาพ 3 (นครพนม-คำม่วน), งามที่สุด : ทิวทัศน์ริมฝั่งโขง)	6. ผู้นำชุมชนขาดภาวะผู้นำ และไม่ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริม การท่องเที่ยวเท่าที่ควร
7. มีเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในจังหวัด กลุ่มจังหวัด และ ประเทศเพื่อนบ้าน	7. ท้องถิ่นเติบโตไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยว ของจังหวัดแบบก้าวกระโดด
8. ผู้บริหารภาครัฐมีวิสัยทัศน์และมีศักยภาพด้านการพัฒนา การท่องเที่ยว	8. ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษายังไม่ให้ความสำคัญน้อยต่อการ พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. ศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านเพิ่มขึ้น เนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านทั้งลาว (แขวงคำม่วน สะหวันนะเขต บลิก้าไซ) และเวียดนาม (เหงะอานห์ ฮาติงห์ กวางบินห์) มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และวัฒนธรรมที่สมบูรณ์หลายแห่งขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก	1. การขาดจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม
2. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขงของรัฐบาล กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แผนพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2. สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศที่ยังไม่นิ่ง ส่งผลต่อภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่นและการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหลายด้าน
3. รัฐบาลได้ประกาศให้จังหวัดนครพนมอยู่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง	3. ประสบสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
4. กระแสความนิยมเกี่ยวกับความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและวิถีชีวิต การท่องเที่ยวตามกระแสตามรอยฯ (ภาพยนตร์, พญานาค) ละคร และผู้มีชื่อเสียง	4. กฎหมายบางอย่างของประเทศไทย รวมถึงกฎหมายของประเทศเพื่อนบ้านยังไม่สอดคล้องต่อการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเท่าที่ควร
5. นโยบายแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (2560-2564) พัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืน	5. การเดินทางของนักท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่ใช้บัตรผ่านแดนยังไม่ได้รับการอำนวยความสะดวก (เข้าด่านไหนต้องออกด่านนั้น) และยังมีข้อจำกัดซึ่งเป็นอุปสรรคในการเดินทางข้ามแดนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
6. ความสดใหม่ของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว	
7. การขึ้นทะเบียนและประกาศให้พระธาตุพนม เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมแห่งแรกของจังหวัดนครพนม	

ภาพ 2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยว
ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม

กลยุทธ์ SO	กลยุทธ์ WO
1. ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ร่วมกันส่งเสริมให้จังหวัดนครพนมเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมลุ่มน้ำโขง เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีเส้นทางปั่นจักรยานริมแม่น้ำโขงที่ยาวที่สุด แม่น้ำโขงที่สามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวได้หลากหลาย อาทิ การล่องเรือชมเมืองและทิวทัศน์ริมฝั่งโขงได้ทุกฤดูกาล	1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่งจากเส้นทางหลักไปยังเส้นทางรองให้สามารถเชื่อมโยง และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย
2. สร้างเส้นทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในจังหวัด และประเทศเพื่อนบ้านทั้งในจังหวัด ลาว (แขวงคำม่วน สะหวันนะเขต บลิก้าไซ) และเวียดนาม (เหงะอานห์ ฮาติงห์ กวางบินห์) ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และวัฒนธรรมที่สมบูรณ์หลายแห่งขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก	2. หน่วยงานภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ต้องให้ความร่วมมือในการผลิตบุคลากรภาคแรงงานด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญตามมาตรฐานสากล และมีจำนวนที่เพียงพอต่อความต้องการของสถานประกอบการในท้องถิ่น
3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกิจกรรมการท่องเที่ยวความสนใจพิเศษเพิ่มขึ้น	3. พัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์ SO	กลยุทธ์ WO
4. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับจังหวัดและระดับอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง ให้เป็นเมืองนำอยู่ระดับโลกควบคู่ความสัมพันธ์กับ ประเทศอินโดจีน	
5. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศกาลงานประเพณีที่มีชื่อเสียงระดับชาติ และประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน	
6. สร้างผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนอง ความต้องการนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวพัก ในแหล่งท่องเที่ยวมานานวัน	
กลยุทธ์ ST	กลยุทธ์ WT
1. สร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ด้านสังคม เศรษฐกิจ การลงทุน ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการ	1. สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว ทุกกลุ่มเป้าหมาย สร้างเรื่องราว story Telling สร้างความ น่าสนใจและเชิญให้ไปสัมผัสถึงสถานที่จริงซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่จะช่วย ให้การท่องเที่ยวมีเสน่ห์และยั่งยืน อีกทั้งเกิดการกระจายรายได้ ไปสู่ชุมชนในวงกว้าง
2. พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัด นครพนมให้มีศักยภาพทางการแข่งขัน	2. สร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวและชุมชนได้มีส่วนร่วมให้เกิด การเรียนรู้และการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า
3. เพิ่มมาตรการเข้มงวดในการกำกับ ดูแลความปลอดภัยใน แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว และ เพื่อสร้างสภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้เด่นชัดยิ่งขึ้น	3. ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการวางแผนเพื่อ พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมทั้งทางด้าน โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม ตลอดจนธุรกิจในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว เพื่อให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่จะ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น
4. เสริมสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทรัพยากรและ สิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ด้วยการสร้าง ความรู้ ความเข้าใจ พัฒนารูปแบบ และกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้เหมาะสม	

ภาพ 3 การวิเคราะห์ TOWS Matrix การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม

4. อภิปรายผลและเสนอแนะ

จากงานวิจัยเรื่องศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม ครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดนครพนมมีความได้เปรียบเชิงทำเลที่ตั้งที่อยู่ติดริมแม่น้ำโขงซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็ง อีกทั้งมีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 3 นครพนม-คำม่วน ที่สามารถใช้ในการเดินทางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่หลากหลาย อาทิ องค์พระธาตุพนมซึ่งถือเป็นปูชนียสถานที่มีความเก่าแก่และล้ำค่าที่สุดในภาคอีสาน และพระธาตุบิรวาร พระธาตุประจำวันเกิดครบ 7 วัน Landmark องค์พระศรีสัตตนาคราช หมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียตนาม และอนุสรณ์สถานโฮจิมินห์ ณ บ้านนาจอก อีกทั้งยังมีเทศกาลงานประเพณีที่มีชื่อเสียงระดับชาติ อาทิเช่น งานนมัสการพระธาตุพนม งานประเพณีไหลเรือไฟ และวัฒนธรรม 8 คนเผ่า 2 เชื้อชาติ ที่เป็นอัตลักษณ์ (ต้นสนีย์, 2551) ศักยภาพขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวต้องมีจุดดึงดูดความสนใจมีคุณค่าทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ รวมถึงความมีชื่อเสียงการยอมรับทางประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาอันฉลาดของคนในอดีต ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีการเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวสะดวกสบาย ด้านการขนส่งมีความสะดวก ปลอดภัย และมีโครงข่ายของการขนส่ง คมนาคมเชื่อมต่อกัน ด้านการต้อนรับมีบุคลากร เจ้าหน้าที่และ

คนในท้องถิ่นสร้างความประทับใจให้ท่านในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยมีความมั่นใจในความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวสูง และด้านผู้ให้บริการนำเที่ยว มีเจ้าหน้าที่ทางการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่มีความพร้อมในการให้บริการ (ฉัตรแก้ว และคณะ, 2549) ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน ผลการวิจัยพบว่า การมีอารยธรรมเก่าแก่ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัด อาคาร บ้านเรือนที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรมคนในท้องถิ่น มีความหลากหลายชนชาติทำให้มีศิลปวัฒนธรรมที่แตกต่าง ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับจังหวัดนครพนม และสิ่งเหล่านี้ถือเป็นจุดแข็งที่สำคัญของการท่องเที่ยว กอปรกับในด้านการดำเนินงานภาครัฐของจังหวัดนครพนมถือว่ามีความเข้มแข็งและมีการบูรณาการร่วมกันได้เป็นอย่างดี ด้วยเพราะมีผู้บริหารที่มีศักยภาพ มีความรู้ความสามารถและเป็นนักพัฒนาให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม พัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

4.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

งานวิจัยฉบับนี้มีส่วนเกี่ยวข้องกับทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน สามารถนำผลจากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนมให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในเรื่องของขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม
2. ควรศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาบุคลากรภาคการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดนครพนมให้มีความพร้อมในระดับสากล

4.3 การประยุกต์ใช้

จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำผลจากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560. รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. ฉบับที่ 1 กรกฎาคม - กันยายน 2558. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ข้อมูลเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม. 2558. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2560, จาก <http://www.industry.go.th/nakhonphanom/index.php/download/338-sez-nakornphanom/file>
- คมสัน นิลยอดตระกูล. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม. สัมภาษณ์, 28 พฤศจิกายน 2561.
- ฉัตรแก้ว สิมารักษ์, ชัยมงคล ตระกูลดี และสุนทรา สุกันธา. 2549. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- ธรรนิษฐ์ นวลไย. นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ รับผิดชอบงานเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม. สัมภาษณ์, 28 พฤศจิกายน 2561.
- ประเสริฐ ธนศัพท์สุวรรณ. ผู้จัดการร้านอาหารสบายดินนครพนม. สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2561.
- ปราณี ศรีมงคล. ประธานชุมชนหมู่บ้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าไทญ้อ อำเภอนาทอง. สัมภาษณ์, 28 ตุลาคม 2561.
- คันสนีย์ วุฒยาภาอิริกุล. 2551. มาตรฐานการท่องเที่ยวยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว: กระทรวงการท่องเที่ยวกีฬา.

ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว
ที่มีความเชื่อเรื่องพญานาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
(จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย
The Significant Level of Marketing Mix Of Tourist Sites With Faith
Naga Story In The Northeast Region
(Udon Thani Province - Nong Khai Province - Bueng Kan Province -
Nakhon Phanom Province) Thailand

อรรถพงศ์ ศรีทะลาลัย และ ชวลีย์ ณ ถลาง
Attapong Sritalalai, Chawalee Na Thalang

คณะศิลปศาสตร์ สาขาการท่องเที่ยว
acehysritalalai@gmail.com 086-329-8944

Received 28/02/2562

Accepted 03/05/2563

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ วัตถุประสงค์การวิจัย 1. เพื่อศึกษาความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม)ประเทศไทย 2. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย รูปแบบการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความเชื่อในเรื่องพญานาค ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม จำนวน 400 คน โดยการแจกแบบสอบถามกับตัวอย่าง จำนวน 400 คน ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีผลการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA/F-test) ในภาพรวมพบว่าระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย ของผู้ตอบแบบสอบถามภาพรวมส่วนใหญ่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เห็นด้วยมาก และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีค่าเฉลี่ย 4.09 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเฉลี่ย 4.04 ด้านกระบวนการ (Process) มีค่าเฉลี่ย 4.03 ด้านบุคคลกร (People) มีค่าเฉลี่ย 4.02 ด้านราคา (Price) มีค่าเฉลี่ย 4.01 และด้านที่เห็นน้อยที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ค่าเฉลี่ย 3.92 และการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนา ที่แตกต่างกัน มีความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ความเชื่อ พญานาค

Abstract

This research aims: 1) to study the significance of marketing mix at tourist sites connected to the belief in nagas in the northeast of Thailand (the provinces of Udon Thani, Nong Khai and Bueng Kan); 2) to compare the significance of marketing mix factors at tourist sites connected to the belief in nagas in the northeast of Thailand (Udon Thani, Nong Khai and Bueng Kan). This study is quantitative research. The participants were Thai tourists who believe in nagas and had traveled to the research sites -- that is, Udon Thani, Nong Khai and Bueng Kan. In total, there were 400 participants. The statistical techniques employed to test the marketing mix factors are the t-test and one-way ANOVA/F-test. In total, the research found that the marketing mix in the tourist attractions connected to the belief in nagas in the northeast of Thailand (Udon Thani, Nong Khai and Bueng Kan) has a significance of 4.04. Considering each factor, it was found that most participants agreed at a high level, and the average of each of the highest factors can be ordered as Product (4.16), Physical evidence (4.09), Promotion (4.04), Process (4.03), People (4.02) and Price (4.01). The aspect that has the lowest level is Place (3.92). Comparing the significance of the marketing mix at the tourist attractions connected to the belief in nagas in the northeast of Thailand (Udon Thani, Nong Khai and Bueng Kan), the research results found that gender, age, the level of education, hometown, and average income do not have a different significant statistic to the marketing mixes (7Ps). Therefore these results are not related to the hypothesis in the research. With regard to tourists with different marital status and average income, there was a statistically significant difference at the level of 0.5.

Keywords: The significant level of marketing mix, belief, Naga

1. บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก รวมถึงเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ เช่นการสร้างงานและการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวของประเทศยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่งที่ทันสมัย รวมไปถึงการค้าและการลงทุน ในขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคอีสาน (ททท.) ได้จัดทำแผนการตลาดท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2562 กับ COOL I-SAN ด้านการท่องเที่ยวเที่ยวอีสานในมุมมองใหม่ สร้างแนวคิดด้านการตลาดที่ทันสมัย การสร้างภาพจำ ปรับภาพลักษณ์ท่องเที่ยวภาคอีสานนำเสนอมุมมองท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่นำเสนอการต่อยอดของเก่ากับ Theme “อีสานแซบนัว” เน้นเรื่องราวของอาหาร More Gastronomy กับ “ฮิต 12 คอง 14” จาริตประเพณีของชาวอีสาน COOL I-SAN เพื่อสร้างการรับรู้ของภาคอีสานที่เดินทางท่องเที่ยวได้อย่างง่าย เที่ยวใกล้ สะดวก สะอาด ปลอดภัย เท่ ทันสมัย รองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกคนทุกชาติทุกภาษา แลกระตุนกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เพิ่มปริมาณจำนวนนักท่องเที่ยว สร้างรายได้ในพื้นที่อีสานให้เพิ่มมากขึ้น ให้เรื่องกินเรื่องเที่ยวเป็นเรื่องเดียวกัน สำหรับแนวคิดคำว่า “COOL I-SAN” จะแยกเป็นส่วนต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้ C คือ Cuisine Special นำเสนอเรื่องราวอาหารของ More Gastronomy อาหารอร่อย รสชาติเด็ด อาหารดัง สไตล์อีสานแซบนัว ยกตัวอย่างเช่น “แซบนัว” กับเรื่องราวอาหารถิ่น วัตถุดิบของอาหารอีสานเชื่อมโยงเรื่องราวกับแหล่งท่องเที่ยว อาหารร่วมสมัย อาหารดัง ส้มตำ อาหารถิ่นเวอร์ชันใหม่ใน 20 จังหวัดภาคอีสาน O คือ Oriental Heritage การนำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การท่องเที่ยววิทยาศาสตร์, เส้นทางตามรอยอารยธรรมของภาคอีสาน แหล่งท่องเที่ยวเก่าใหม่ในมิติต่าง ๆ เช่นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในภาคอีสาน เส้นทางตามรอยอารยธรรม (อีสานเหนือ : เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยพญานาค, อีสานกลาง : เส้นทางท่องเที่ยวตามรอย

ไดโนเสาร์, อีสานใต้ : เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยอารยธรรมขอมโบราณ) ประเพณีฮีต 12 คอง 14 จารีตประเพณี ชาวอีสาน ต่อยอดนำเสนอมุมมองในมิติใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น O คือ Outstanding Look การนำเสนอเรื่องราววัฒนธรรม ประเพณีที่นักท่องเที่ยวไม่รู้จัก นำ Unseen มาเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวมีแลมมีส่วนร่วมในกิจกรรมมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่าง เช่น ธรรมชาติ ความมหัศจรรย์ ริมโขง ย่านท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่นอีสานเก๋ ๆ สินค้าใหม่ สินค้าเพิ่มมูลค่า (Craft Art New OTOP) กิจกรรม Local Experience D.I.Y กิจกรรม CSR จิตอาสาเพื่อสังคม L คือ Linkage Travel การนำเสนอ แนวทางความเชื่อมโยง พันธมิตร เครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน จัดทำข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวให้ทันสมัยสำหรับ นักท่องเที่ยว สร้างความรู้สึกรักและหวงแหนในการใช้บริการ การเดินทางท่องเที่ยวสู่ภาคอีสานของประเทศไทยทั้ง ทางบก (รถไฟ และ รถโดยสารประจำทาง) รวมถึงทางอากาศที่เชื่อมโยงเส้นทางต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม เป็นแนวคิดที่ถูกใช้ในการท่องเที่ยวอย่างหลากหลายโดยได้นำเอาวัฒนธรรมของแต่ละจังหวัดมาเป็นจุดขาย เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี (ผกา มาศ และชวลี, 2560) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยลักษณะเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นับได้ว่าเป็นจุดขายของภาคอีสาน คือในเรื่องพญานาค เป็นความเชื่อ ของคนทางภาคอีสาน ความศรัทธาแห่งความเชื่อที่เชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยว “พญานาค” สะท้อนถึงความเชื่อ วิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของชาวอีสาน ซึ่งสัญลักษณ์แห่งนาคได้มีความเชื่อมโยงกับกลุ่มชนที่เป็นผู้ตั้งรกรากและสร้างอารยธรรม แถบลุ่มแม่น้ำโขง และยังเป็นลัทธิหนึ่งในศาสนา จากประเด็นปัญหาและความเป็นมาในข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจเพื่อ ที่จะศึกษาถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามความเชื่อเรื่องพญานาคที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ หมายถึง การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดฯ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ- จังหวัดนครพนม) ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ โดยมีการผสมผสานเรื่องราวของประวัติศาสตร์ อารยธรรม ประเพณี วัฒนธรรม เข้ากับการท่องเที่ยว โดยศึกษาความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่อง พญานาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย และสามารถเป็นแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามความเชื่อ เส้นทางตามรอยพญานาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย (นิตยา และละอียด, 2560)

จากความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมเฉพาะอันสะท้อน อัตลักษณ์ประเพณี และความเชื่อในภาคอีสาน รวมถึงความเชื่อและศรัทธาในองค์พญานาคนั้น งานวิจัยนี้ จึงได้เกิดขึ้น เพื่อศึกษาในด้านความสำคัญและระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี หนองคาย บึงกาฬ และนครพนม ทั้งนี้เพื่อผลที่ได้รับจากงานวิจัย จะสามารถไปเป็นต้นแบบ เพื่อวิเคราะห์และพัฒนา ต่อยอดในการจัดการยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยววัฒนธรรมแบบเฉพาะความเชื่อ ในจังหวัดกลุ่มพื้นที่วิจัย และจังหวัด อื่น ๆ ที่โดดเด่นในเชิงการท่องเที่ยววัฒนธรรมเฉพาะดังกล่าว (ศรีณพร, 2561)

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาคในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม)
2. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ เชื่อเรื่องพญานาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม)

1.2 สมมติฐานการวิจัย

ความแตกต่างของเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา ทำให้การกำหนด ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเรื่องความเชื่อเรื่องพญานาคของจังหวัดอุดรธานี- จังหวัดหนองคาย- จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ ด้านกระบวนการ (Process) หรือ 7P's แตกต่างกัน (ศิริธิดา, 2561)

2. วิธีการศึกษา

รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มาใช้ร่วมกัน โดยมีพื้นที่ในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเฉพาะเจาะจงตามที่กำหนดไว้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำคัญประชากรในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความเชื่อในเรื่องพญานาค ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม จำนวน 3,726,286 คน ซึ่งเป็นข้อมูลล่าสุด พ.ศ. 2561 ตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 ถึงเดือนธันวาคม 2561

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน โดยการใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) โดยสอบถาม เรื่อง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และความคิดเห็นระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า Rating Scale ซึ่งจะใช้คำถามที่ใช้ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แสดงระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ระดับ 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด และระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ในจังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาค ในแต่ละจังหวัด และวัดที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาไหว้สักการะ และมีความเชื่อในเรื่องพญานาค

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) จะใช้ทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวน (Analysis of Variance) แบบจำแนกทางเดียว (One-Way Anova or F-Test) เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรต้น คือ ข้อมูลส่วนบุคคล และตัวแปรตาม คือ ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาค

3. ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามความเชื่อเส้นทาง ตามรอยพญานาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 ส่วนประสมการตลาด (7Ps) ในภาพรวม

ส่วนประสมการตลาด (7Ps) ในภาพรวม	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	0 (0.0)	2 (0.5)	44 (11.0)	237 (59.2)	117 (29.3)	4.16	0.56	มาก
ด้านราคา(Price)	0 (0)	4 (1)	67 (16.7)	250 (62.5)	79 (19.8)	4.01	0.58	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	1 (0.2)	1 (0.2)	102 (25.5)	228 (57.0)	68 (17.0)	3.92	0.58	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	1 (0.2)	4 (1.0)	66 (16.5)	240 (60.0)	89 (22.3)	4.04	0.59	มาก
ด้านบุคคลกร (People)	2 (0.5)	1 (0.2)	79 (19.7)	227 (56.8)	91 (22.8)	4.02	0.63	มาก
ด้านกระบวนการ (Process)	1 (0.2)	3 (0.8)	78 (19.5)	218 (54.5)	100 (25.0)	4.03	0.63	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	3 (0.8)	1 (0.2)	63 (15.7)	224 (56.0)	109 (27.3)	4.09	0.63	มาก
รวม						4.04	0.49	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ภาพรวมให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสำคัญและการให้ข้อมูลมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีค่าเฉลี่ย 4.09 ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.04 ด้านกระบวนการ (Process) มีค่าเฉลี่ย 4.03 ด้านบุคลากร (People) มีค่าเฉลี่ย 4.02 ด้านราคา (Price) มีค่าเฉลี่ย 4.01 และด้านที่เห็นน้อยที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ค่าเฉลี่ย 3.92 ตามลำดับ

สรุป: ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลต่อด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านส่งเสริมการตลาด ในระดับที่ใกล้เคียงกัน

ตาราง 2 ส่วนประสมการตลาด (7Ps) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งมีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับในเรื่องความเชื่อเกี่ยวกับ เรื่องพญานาค	2 (0.5)	3 (0.7)	51 (12.8)	181 (45.2)	163 (40.8)	4.25	0.74	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงความเชื่อ ในเรื่องพญานาคได้อย่างชัดเจน	1 (0.2)	0 (0)	39 (9.8)	202 (50.5)	158 (39.5)	4.29	0.66	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่หลากหลาย	0 (0)	2 (0.5)	75 (18.8)	203 (50.7)	120 (30.0)	4.10	0.71	มาก
4. มีป้ายแสดงประวัติข้อมูลของแต่ละแหล่ง ท่องเที่ยว	0 (0)	5 (1.3)	56 (14.0)	225 (56.2)	114 (28.5)	4.12	0.68	มาก
5. แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับนักท่องเที่ยว คนชรา พิการ เช่น ห้องน้ำคนพิการ รววจับ ทางลาดสำหรับรถเข็น	0 (0)	9 (2.3)	67 (16.7)	225 (56.2)	99 (24.8)	4.04	0.71	มาก
รวม						4.16	0.56	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ (Product โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงความเชื่อในเรื่องพญานาคได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในเรื่องความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องพญานาค มีค่าเฉลี่ย 4.25 มีป้ายแสดงประวัติข้อมูลของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.12 แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 4.10 และข้อที่มีค่าน้อยที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว คนชรา พิกการ เช่น ห้องน้ำคนพิการ รววจับทางลาดสำหรับรถเข็น มีค่าเฉลี่ย 4.04 ตามลำดับ

สรุป: ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลต่อแหล่งท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงความเชื่อในเรื่องพญานาคได้อย่างชัดเจน รองลงมา คือแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในเรื่องความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องพญานาค และมีป้ายแสดงประวัติข้อมูลของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

ตาราง 3 ส่วนประสมการตลาด (7Ps) ด้านราคา (Price)

ด้านราคา (Price)	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาในแต่ละพื้นที่ที่มีความเหมาะสม	0 (0)	3 (0.8)	77 (19.2)	221 (55.2)	99 (24.8)	4.04	0.68	มาก
2. ราคาเครื่องรางของขลังในแต่ละพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว มีการแสดงราคาอย่างชัดเจน	1 (0.2)	7 (1.8)	82 (20.5)	225 (56.2)	85 (21.3)	3.97	0.71	มาก
3. มีการจัดป้ายบอกราคาสินค้าและการบริการอย่างชัดเจน	2 (0.5)	8 (2.0)	71 (17.8)	212 (53.0)	107 (26.7)	4.04	0.75	มาก
4. ท่านรู้สึกมีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อในเรื่องพญานาค	0 (0)	6 (1.5)	63 (15.8)	244 (61.0)	87 (21.7)	4.03	0.66	มาก
5. ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อในเรื่องพญานาค เช่น ซื้ดอกไม้บายศรี ฐูปเทียน หรือการนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว มีความเหมาะสม	1 (0.2)	2 (0.5)	80 (20.0)	239 (59.8)	78 (19.5)	3.98	0.66	มาก
รวม						4.01	0.58	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลต่อด้านราคา (Price) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาในแต่ละพื้นที่ที่มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมา คือ มีการจัดป้ายบอกราคาสินค้าและการบริการอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.04 รู้สึกมีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อในเรื่องพญานาค มีค่าเฉลี่ย 4.03 ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อในเรื่องพญานาค เช่น ซื้ดอกไม้บายศรี ฐูปเทียน หรือการนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.98 และข้อที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลน้อยที่สุด คือ ราคาเครื่องรางของขลังในแต่ละพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว มีการแสดงราคาอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

สรุป: ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาในแต่ละพื้นที่ที่มีความเหมาะสมมากที่สุด มีการจัดป้ายบอกราคาสินค้าและการบริการอย่างชัดเจน และรู้สึกมีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อในเรื่องพญานาค

ตาราง 4 ส่วนประสมการตลาด (7Ps) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. การเดินทางที่มีความสะดวก เช่นลงจากเครื่องบินมีรถตู้โดยสารคอยให้บริการ หรือลงจากรถ บขส. มีรถท้องถิ่นคอยให้บริการเพื่อเดินทางมาถึงยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็ว	0 (0)	9 (2.3)	113 (28.2)	191 (47.7)	87 (21.8)	3.89	0.76	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงได้สะดวกสบายและง่าย เช่นระยะทางในการเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว หรือทางเดินที่สะดวกสบาย	0 (0)	4 (1.0)	78 (19.5)	230 (57.5)	88 (22.0)	4.01	0.68	มาก
3. การหาข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความสะดวกและเหมาะสม	0 (0)	1 (0.3)	90 (22.5)	229 (57.2)	80 (20.0)	3.97	0.66	มาก
4. ระยะเวลาเปิด-ปิดของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม เช่น เปิด 8.00 น. - 16.00 น.	1 (0.2)	8 (2.0)	123 (30.8)	196 (49.0)	72 (18.0)	3.83	0.75	มาก
5. มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลและการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว	0 (0)	9 (2.2)	90 (22.5)	230 (57.5)	71 (17.8)	3.91	0.70	มาก
รวม						3.92	0.58	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล และมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ แหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงได้สะดวกสบายและง่าย เช่นระยะทางในการเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว หรือทางเดินที่สะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมา คือ การหาข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสะดวกและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.97 มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลและการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.91 การเดินทางที่มีความสะดวกเช่นลงจากเครื่องบินมีรถตู้โดยสารคอยให้บริการ หรือลงจากรถ บขส. มีรถท้องถิ่นคอยให้บริการเพื่อเดินทางมาถึงยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.89 และข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลน้อยที่สุดคือ ระยะเวลาเปิด-ปิดของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมเช่น เปิด 8.00 น. - 16.00 น. มีค่าเฉลี่ย 3.83

สรุป: ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายแหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงได้สะดวกสบายและง่ายเช่นระยะทางในการเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว หรือทางเดินที่สะดวกสบาย มากที่สุดมีการหาข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสะดวกและเหมาะสม มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลและการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว

ตาราง 5 ส่วนประสมการตลาด (7Ps) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง	0 (0)	6 (1.5)	90 (22.5)	172 (43.0)	132 (33.0)	4.08	0.78	มาก
2. มีการโฆษณาแนะนำแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นอินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	0 (0)	7 (1.8)	61 (15.2)	206 (51.5)	126 (31.5)	4.13	0.72	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวในความสำเร็จเรื่องพยานาม มีการจัดกิจกรรมทางด้านศาสนา เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เช่นมีการสวดมนต์ หรือทำพิธีไหว้	1 (0.2)	4 (1.0)	58 (14.5)	236 (59.0)	101 (25.3)	4.08	0.67	มาก
4. การให้บริการด้านข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อในเรื่องพยานามมีการให้ข้อมูลถูกต้อง เช่น วิธีการปฏิบัติตนเมื่อเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว การเคารพบูชาแต่ละจุด เริ่มจากจุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุด	0 (0)	8 (2.0)	85 (21.2)	220 (55.0)	87 (21.8)	3.97	0.71	มาก
5. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้การส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อในเรื่องพยานาม	0 (0)	7 (1.7)	90 (22.5)	211 (52.8)	92 (23.0)	3.97	0.72	ปานกลาง
	รวม					4.04	0.59	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลต่อด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการโฆษณาแนะนำแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวในความสำเร็จเรื่องพยานามมีการจัดกิจกรรมทางด้านศาสนา เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เช่น มีการสวดมนต์ หรือทำพิธีไหว้ มีค่าเฉลี่ย 4.08 มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ย 4.08 การให้บริการด้านข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อในเรื่องพยานามมีการให้ข้อมูลถูกต้อง เช่น วิธีการปฏิบัติตนเมื่อเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว การเคารพบูชาแต่ละจุด เริ่มจากจุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุด มีค่าเฉลี่ย 3.97 และข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลน้อยที่สุด คือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้การส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อในเรื่องพยานาม มีค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

สรุป: ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการโฆษณาแนะนำแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นอินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มากที่สุด มีแหล่งท่องเที่ยวในความสำเร็จเรื่องพยานามมีการจัดกิจกรรมทางด้านศาสนา เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เช่นมีการสวดมนต์ หรือทำพิธีไหว้ และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง

ตาราง 6 ส่วนประสมการตลาด (7Ps) ด้านบุคคลกร (People)

ด้านบุคคล (People)	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวมีความรู้ด้านความเชื่อในเรื่องพญานาค ตำนาน ประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง	0 (0)	9 (2.3)	61 (15.2)	207 (51.7)	123 (30.8)	4.11	0.73	มาก
2. จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	0 (0)	9 (2.2)	85 (21.2)	199 (49.8)	107 (26.8)	4.01	0.76	มาก
3. ในแหล่งท่องเที่ยวมีผู้ให้ความช่วยเหลือและดูแล เอาใจใส่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง เช่น มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการตามจุดที่สำคัญต่าง ๆ อย่างครบ	0 (0)	9 (2.3)	81 (20.2)	213 (53.2)	97 (24.3)	4.00	0.73	มาก
4. ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีมารยาท สุภาพ และคอยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาถึง	0 (0)	4 (1.0)	77 (19.2)	225 (56.3)	94 (23.5)	4.02	0.68	มาก
5. การขายดอกไม้และเครื่องสักการะที่ราคาเป็นธรรมต่อนักท่องเที่ยว ไม่โก่งราคาเกินจริง	1 (0.3)	6 (1.5)	91 (22.8)	209 (52.2)	93 (23.2)	3.97	0.74	มาก
รวม						4.02	0.63	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลต่อด้านบุคคล (People) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวมีความรู้ด้านความเชื่อในเรื่องพญานาค ตำนาน ประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา คือ ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีมารยาท สุภาพ และคอยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาถึง มีค่าเฉลี่ย 4.02 จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.01 ในแหล่งท่องเที่ยวมีผู้ให้ความช่วยเหลือและดูแล เอาใจใส่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง เช่น มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการตามจุดที่สำคัญต่าง ๆ อย่างครบ มีค่าเฉลี่ย 4.00 และข้อที่เห็นด้วยน้อยที่สุด คือ การขายดอกไม้และเครื่องสักการะที่ราคาเป็นธรรมต่อนักท่องเที่ยว ไม่โก่งราคาเกินจริง มีค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

สรุป: ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลต่อผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวมีความรู้ด้านความเชื่อในเรื่องพญานาค ตำนาน ประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง มากที่สุด ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีมารยาท สุภาพ และคอยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาถึง และจำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว

ตาราง 7 ส่วนประสมการตลาด (7Ps) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. บริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่อง พญานาคมีความศักดิ์สิทธิ์	0 (0)	3 (0.8)	70 (17.5)	187 (46.7)	140 (35.0)	4.16	0.73	มากที่สุด
2. สถานที่จอดรถมีการจัดที่จอดรถเป็นสัดส่วน ปลอดภัยและเพียงพอต่อการรองรับ นักท่องเที่ยว	0 (0)	6 (1.5)	58 (14.5)	202 (50.5)	134 (33.5)	4.16	0.72	มากที่สุด
3. มีห้องน้ำบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และมีความสะอาดรวมถึงห้องน้ำคนชรา พิกการ	0 (0)	8 (2.0)	79 (19.7)	204 (51.0)	109 (27.3)	4.04	0.74	มาก
4. บริเวณโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ทางลาด คนพิการ ตู้ ATM	0 (0)	13 (3.2)	101 (25.2)	199 (49.8)	87 (21.8)	3.90	0.77	มาก
5. บริเวณในแหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกความรู้ ต่าง ๆ รวมถึงข้อห้าม กฎระเบียบ ที่อ่านง่าย และชัดเจน	1 (0.3)	11 (2.7)	96 (24.0)	203 (50.7)	89 (22.3)	3.92	0.77	มาก
รวม						4.09	0.63	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลต่อด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่จอดรถมีการจัดที่จอดรถเป็นสัดส่วน ปลอดภัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา คือ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาคมีความศักดิ์สิทธิ์ มีค่าเฉลี่ย 4.16 มีห้องน้ำบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และมีความสะอาดรวมถึงห้องน้ำคนชรา พิกการ มีค่าเฉลี่ย 4.04 บริเวณในแหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกความรู้ต่าง ๆ รวมถึงข้อห้าม กฎระเบียบ ที่อ่านง่ายและชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.92 และข้อที่เห็นด้วยน้อยที่สุด คือ บริเวณโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ทางลาดคนพิการ ตู้ ATM มีค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ

สรุป: ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลต่อสถานที่จอดรถมีการจัดที่จอดรถเป็นสัดส่วน ปลอดภัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว มากที่สุด มีบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาคมีความศักดิ์สิทธิ์ และมีห้องน้ำบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และมีความสะอาดรวมถึงห้องน้ำคนชรา พิกการ

ตาราง 8 ส่วนประสมการตลาด (7Ps) ด้านกระบวนการ (Process)

ด้านกระบวนการ (Process)	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. ในแหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดขั้นตอนการเข้าชมหรือการเข้าไปสักการะหรือประกอบกิจกรรมที่แหล่งท่องเที่ยว	0 (0)	11 (2.8)	77 (19.2)	188 (47.0)	124 (31.0)	4.06	0.78	มาก
2. ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว	1 (0.3)	9 (2.2)	44 (11.0)	232 (58.0)	114 (28.5)	4.12	0.70	มาก
3. การให้บริการของเจ้าหน้าที่ ในแหล่งท่องเที่ยว บริการนักท่องเที่ยวมีความเสมอภาค	1 (0.3)	5 (1.3)	59 (14.7)	226 (56.5)	109 (27.2)	4.09	0.70	มาก
4. ในแหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดี และสะดวกต่อนักท่องเที่ยวเช่น การจัดพื้นที่ การบริการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	0 (0)	7 (1.8)	64 (16.0)	217 (54.2)	112 (28.0)	4.09	0.71	มาก
5. ในแหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน	0 (0)	4 (1.0)	68 (17.0)	216 (54.0)	112 (28.0)	4.09	0.69	มาก
	รวม					4.03	0.63	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลต่อด้านกระบวนการ (Process) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมา คือ ในแหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.09 การให้บริการของเจ้าหน้าที่ ในแหล่งท่องเที่ยว บริการนักท่องเที่ยวมีความเสมอภาค มีค่าเฉลี่ย 4.09 ในแหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดีและสะดวกต่อนักท่องเที่ยว เช่น การจัดพื้นที่ การบริการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.09 และข้อที่เห็นด้วยน้อยที่สุด คือ ในแหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดขั้นตอนการเข้าชมหรือการเข้าไปสักการะหรือประกอบกิจกรรมที่แหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ

สรุป: ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว มากที่สุด ในแหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน การให้บริการของเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว บริการนักท่องเที่ยวมีความเสมอภาค และในแหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดีและสะดวกต่อนักท่องเที่ยวเช่น การจัดพื้นที่ การบริการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อบริษัทส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เพื่อแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามความเชื่อเส้นทาง ตามรอยพญานาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย

ตาราง 9 ผลการทดสอบค่าที (t-test) และผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA/F-test)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย	ภูมิลำเนา
	t-test	F-test	F-test	F-test	F-test	F-test	F-test
ด้านผลิตภัณฑ์	0.078	0.074	0.008*	0.062	0.405	0.386	0.556
ด้านราคา	0.253	0.241	0.005*	0.920	0.654	0.189	0.056
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.775	0.242	0.057	0.571	0.312	0.002*	0.008*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.893	0.504	0.001*	0.843	0.073	0.054	0.913
ด้านบุคลากร	0.476	0.393	0.002*	0.563	0.764	0.036*	0.654
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.664	0.370	0.013*	0.786	0.295	0.006*	0.160
ด้านกระบวนการ	0.641	0.476	0.000*	0.037*	0.723	0.140	0.739
รวม	0.395	0.324	0.000*	0.544	0.495	0.023*	0.315

4. สรุปผลการทดลอง

ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องพญานาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงความเชื่อในเรื่องพญานาคได้อย่างชัดเจน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในเรื่องพญานาค เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาจะมาขอพร หรือบางคนจะมาแก้บน นอกจากนั้นยังมีป้ายแสดงประวัติข้อมูลของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว คนชรา พิการ เช่น ห้องน้ำคนพิการ รววจับทางลาดสำหรับรถเข็น

2. ด้านราคา (Price) ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาในแต่ละพื้นที่ที่มีความเหมาะสมมากที่สุด มีการจัดป้ายบอกราคาสินค้าและการบริการอย่างชัดเจน และรู้สึกมีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในเดินทางไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อในเรื่องพญานาค ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ ราคาเครื่องรางของขลังในแต่ละพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว มีการแสดงราคาอย่างชัดเจน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงได้สะดวกสบายและง่าย เช่น ระยะทางในการเดินเท้าเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว หรือทางเดินที่สะดวกสบาย มากที่สุด มีการหาข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสะดวกและเหมาะสม มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลและการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ ระยะเวลาเปิด-ปิดของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมเช่น เปิด 8.00 น. - 16.00 น.

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูล และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการโฆษณาแนะนำแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มากที่สุด มีแหล่งท่องเที่ยวในความเชื่อเรื่องพญานาคมีการจัดกิจกรรมทางด้านศาสนา เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เช่น มีการสวดมนต์ หรือทำพิธีไหว้ และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้การส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อในเรื่องพญานาค

5. ผลการวิจัยด้านบุคลากร (People) ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวมีความรู้ด้านความเชื่อในเรื่อง พญานาค ตำนาน ประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมากที่สุด ผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง มีมารยาท สุภาพ และคอยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาถึง และจำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอต่อ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ การขาย ดอกไม้และเครื่องสักการะที่ราคาเป็นธรรมต่อนักท่องเที่ยว ไม่โกงราคาเกินจริง

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีระดับความสำคัญ อยู่ในระดับมาก ข้อที่ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่จอดรถมีการจัดที่จอดรถเป็นสัดส่วน ปลอดภัยและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว มากที่สุด มีบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่อง พญานาค มีความศักดิ์สิทธิ์ และมีห้องน้ำบริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และมีความสะอาดรวมถึงห้องน้ำคนชรา พิกการ ส่วนด้าน ที่นักท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ บริเวณโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ทางลาดคนพิการ ตู้ ATM

7. ด้านกระบวนการ (Process) ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ข้อที่ ให้ความสำคัญและการให้ข้อมูลและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว มากที่สุด ในแหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน การให้บริการของเจ้าหน้าที่ ในแหล่งท่องเที่ยวบริการนักท่องเที่ยวมีความเสมอภาค และในแหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดีและสะดวกต่อนักท่องเที่ยว เช่น การจัดพื้นที่ การบริการด้านอาหาร การจัดการกรรมการท่องเที่ยว ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีระดับ ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ในแหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดขั้นตอนการเข้าชมหรือการเข้าไปสักการะหรือประกอบกิจกรรม ที่แหล่งท่องเที่ยว

ผลการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA/F-test) ใน ภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนา ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบังคับ ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อบังคับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่แตกต่างกัน ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

เพศที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อบังคับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยรวม และในทุกด้านไม่แตกต่างกัน เพศหญิงให้ระดับความสำคัญมากกว่าเพศชายอายุที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญ ของนักท่องเที่ยวต่อบังคับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยรวมและในทุกด้านไม่แตกต่างกัน โดยรวมนักท่องเที่ยวที่มีอายุ น้อยกว่า 20 ปี มีระดับความสำคัญต่อบังคับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มากที่สุด สถานภาพที่ต่างกัน มีผลต่อ ระดับความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อบังคับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีระดับความสำคัญต่อบังคับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีระดับความสำคัญต่อบังคับด้านการส่งเสริม การตลาด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดและสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อบังคับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยรวม และเป็นรายด้าน นักท่องเที่ยว มีระดับความสำคัญไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านกระบวนการ พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบังคับ ด้านกระบวนการ ไม่พบรายคู่ใดที่มีระดับความสำคัญด้านกระบวนการของข้อมูลแตกต่างกัน อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อ ระดับความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อบังคับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยรวมและในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ภาพรวมพบว่าอาชีพข้าราชการให้ระดับความสำคัญมากกว่าทุกกลุ่มอาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับ ความสำคัญต่อบังคับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มี

ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่ารายได้ ไม่เกิน 15,000 บาท และรายได้ 15,001-20,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร มากกว่ารายได้ ไม่เกิน 15,000 บาท

ภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) รายด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาจากภาคเหนือ มีระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยกว่านักท่องเที่ยวภูมิลำเนาภาคกลาง

อภิปรายผลและเสนอแนะ

การศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องภูณานาคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย สรุปได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามความเชื่อเส้นทางตามรอยภูณานาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองคาย-จังหวัดบึงกาฬ-จังหวัดนครพนม) ประเทศไทย ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ได้นำเอาส่วนประสมการตลาดบริการของ (7Ps) มาใช้ในการศึกษาปัจจัยสำคัญทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งผลการศึกษาส่วนประสมการตลาด (Service Marketing Mix) หรือ 7Ps ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ (Process) ด้านบุคลากร (People) ด้านราคา (Price) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) อยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในระดับมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ด้านบุคคล ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสราและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด (นิตยา และละเอียด, 2560) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก ในจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และถิ่นที่อยู่ แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) (ศรีณพร, 2561) กลยุทธ์การยกระดับการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรองจังหวัดสิงห์บุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรองจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการบริการและสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ศิวธิดา, 2561) แนวทางส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม (7Ps) ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากปัจจัยในการนำเสนอและการสร้างลักษณะกายภาพมีค่าเฉลี่ยมากและรองลงมาได้แก่ปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับดี ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับดีส่วนน้อยที่สุดได้แก่ปัจจัยส่งเสริมการตลาด

4.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) นอกจากแหล่งท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงความเชื่อในเรื่องภูณานาคได้อย่างชัดเจน แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในเรื่องความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องภูณานาค และควรมีการจัดทำสินค้าที่ระลึกโดยใช้แบรนด์หรือสัญลักษณ์ภูณานาคในแต่ละท้องถิ่น เช่น คำชะโนดจะเป็นลายผ้าทอที่เป็นลายภูณานาค หรือที่หนองคายเป็นแบรนด์ลูกไฟภูณานาค ในของที่ระลึกเช่นเสื้อหรือการทอผ้าเป็นลายลูกไฟภูณานาค หรือสินค้าที่ระลึก

อื่น ๆ ส่วนบึงกาฬจะเป็นพญานาคคู่ ได้แก่องค์พญาสุวรรณนาคราชและพญาศรีสุทโธ ส่วนนครพนมใช้แบรนต์พญา สัตตนาคราชเป็นการสร้างแบรนต์สินค้าที่ระลึกเพื่อให้ชาวบ้านได้มีรายได้เพิ่มขึ้น และส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

2. ด้านราคา (Price) ในแต่ละพื้นที่ควรมีการกำหนดราคาขายสินค้าที่เป็นราคากลาง เช่น ที่คำชะโนดบายศรี แต่ละร้านที่ขายตามริมทาง มีราคาที่แตกต่างกัน ควรมีการกำหนดราคาขั้นต่ำหรือติดราคาแสดงให้นักท่องเที่ยวเลือกได้ ตามความสะดวก ในบางพื้นที่ที่มีการขึ้นราคาในช่วงเทศกาล ทางเจ้าหน้าที่จะต้องดูแลตรวจสอบเรื่องราคาของสินค้า ที่ระลึก เครื่องไหว้ เครื่องบวงสรวง

3. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ทางภาครัฐการท่องเที่ยวจังหวัดจะต้องร่วมมือกับการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย สำนักงานอุดร หนองคาย บึงกาฬ และนครพนม จัดทำ มีการโฆษณาแนะนำแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อ ต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มากที่สุด มีแหล่งท่องเที่ยวในความเชื่อเรื่องพญานาคมีการจัด กิจกรรมทางด้านศาสนาและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเช่นมีการสวดมนต์ หรือทำพิธีไหว้ และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของ แหล่งท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง และการนำเสนอกับกลุ่มคนที่มีความเชื่อเฉพาะกลุ่มในเรื่องพญานาค และ ทำการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงและจังหวัดข้างเคียงเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและ ร่วมในกิจกรรมได้

5. เอกสารอ้างอิง

Taro Yamane. 1973. *Statistic: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.

นิตยา งามยิ่งยง และละเอียด ศิลาน้อย. 2560. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลอง

ดำเนินสะดวกในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(1), น 149-166.

ผกามาศ ชัยรัตน์ และชวลีย์ ณ ถลาง. 2560. ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิทยาลัย*

ดุสิตธานี, 11(2), น 124-142.

ศรีณพร ชวนเกริกกุล. 2561. กลยุทธ์การยกระดับการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรองจังหวัดสิงห์บุรี. (วิทยานิพนธ์

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.

ศิวธิดา ภูมิมารูณี. 2561. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม (วิทยานิพนธ์ปรัชญา

ดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.

ภาคผนวก

วารสารสังคมศาสตร์ มทร. ตะวันออก (RMUTTO SOCIAL SCIENCE JOURNAL)

วารสารสังคมศาสตร์ มทร. ตะวันออก เป็นวารสารระดับชาติซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่และถ่ายทอดผลงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ กำหนดเผยแพร่วารสารปีละ 2 ครั้ง มกราคม - มิถุนายน และกรกฎาคม - ธันวาคม

1. บทควมวิจัย

ก. ส่วนปก ประกอบด้วย

1. ชื่อบทความ (Title) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรสั้น กระชับ ชี้ถึงเป้าหมายหลักของการวิจัย
2. ชื่อผู้เขียนทุกท่าน (Authors) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้ระบุเฉพาะชื่อและนามสกุล โดยไม่ต้องมีคำนำหน้านาม
3. ที่อยู่ สำหรับการติดต่อ E-mail และโทรศัพท์
4. ตัวเลขยก ให้เขียนไว้บนนามสกุลเพื่อระบุว่าเป็นที่อยู่ของผู้เขียนท่านใด
5. บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรสั้นตรงประเด็น ครอบคลุมสาระสำคัญของ การศึกษาและส่วนท้ายต้องมี คำสำคัญ (Keyword) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรเลือกคำสำคัญที่ เกี่ยวข้องกับบทความ ที่สามารถนำไปใช้เป็นคำสืบค้นในระบบฐานข้อมูล ควรมีประมาณ 4 คำ

ข. ส่วนเนื้อหา ประกอบด้วย

1. บทนำ (Introduction) เป็นส่วนของความสำคัญและมูลเหตุที่นำไปสู่การวิจัย พร้อมวัตถุประสงค์และ การสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. วิธีการทดลอง (Materials and Methods) หรือ วิธีการศึกษา (Research Methodology) เป็นการอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัยซึ่งขึ้นอยู่กับวิธีการวิจัยแต่ละประเภท
3. ผลการทดลองและวิจารณ์ผล หรือผลการศึกษาและอภิปรายผล (Research and Discussion) ควรเสนอผลอย่างชัดเจน ตรงประเด็น เป็นผลที่ค้นพบ โดยเฉพาะการพบสิ่งใหม่ ลำดับตามหัวข้อที่ศึกษา พร้อมการวิจารณ์ผล
4. สรุปผล (Conclusion) สรุปสาระสำคัญที่ได้จากการศึกษา
5. กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements) กล่าวถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่สำคัญที่มีบทบาทช่วยเหลือ งานวิจัยและมีความสำคัญจริง (อาจมีหรือไม่ก็ได้)
6. เอกสารอ้างอิง (References) ต้องใช้ตามแบบที่วารสารสังคมศาสตร์ มทร. ตะวันออก กำหนดอย่าง ครบถ้วน และเขียนเอกสารอ้างอิง เฉพาะเอกสารที่นำมาอ้างอิงในเนื้อหาเท่านั้น

2. รูปแบบการพิมพ์บทความ

การตั้งค่าหน้ากระดาษ

- ระยะขอบ

ขอบบน (Top margin) และขอบซ้าย (Left margin) 2.5 ซม.

ขอบล่าง (Bottom margin) และขอบขวา (Right margin) 2.0 ซม.

- กระดาษ

ขนาดกระดาษ A4 (กำหนดเอง) ความกว้าง 19 ซม. ความสูง 27 ซม.

รูปแบบตัวอักษร

แบบตัวอักษรใช้ TH SarabunPSK เท่านั้น

หมายเลขหน้า

ตำแหน่ง ด้านล่าง กึ่งกลางหน้ากระดาษ ขนาดตัวอักษร 14

การย่อหน้า

เคาะ 8 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 9

จำนวนหน้าทั้งหมด

6 - 12 หน้า

การพิมพ์ส่วนปก

พิมพ์เต็มหน้ากระดาษ (พิมพ์ 1 คอลัมน์)

การพิมพ์ส่วนเนื้อหา

พิมพ์ 1 คอลัมน์

ชื่อบทความ

ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ ขนาดอักษร 18 (ตัวหนา)

จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

ชื่อผู้เขียน

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 (ตัวหนา)

ระหว่างชื่อกับนามสกุล เว้น 2 เคาะ จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

ตัวเลขยกบนนามสกุล

ขนาดตัวอักษร 16

ที่อยู่

ภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 12

E-mail และโทรศัพท์

ขนาดตัวอักษร 12 (ตัวเอียง)

ชื่อบทคัดย่อ

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 18 (ตัวหนา)

จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

เนื้อหาบทคัดย่อ

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14

ชื่อคำสำคัญ

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 (ตัวหนา)

คำสำคัญ

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14

ชื่อหัวเรื่องใหญ่

ประกอบด้วย 1. บทนำ 2. วิธีการทดลอง หรือ วิธีการศึกษา

3. ผลการทดลองและวิจารณ์ผลหรือผลการศึกษาและอภิปรายผล

4. สรุป 5. กิตติกรรมประกาศ 6. เอกสารอ้างอิง

ขนาดตัวอักษร 18 (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย

ชื่อหัวเรื่องรอง

ขนาดตัวอักษร 16 (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย

ชื่อหัวเรื่องย่อ

ขนาดตัวอักษร 14 (ตัวหนา) ย่อ 4 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 5

เนื้อหาบทความ

ขนาดตัวอักษร 14 จัดกระจายแบบไทย

ชื่อตาราง

ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา อยู่ด้านบน จัดชิดซ้าย

ชื่อภาพ ชื่อแผนภูมิ

ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา อยู่ใต้ภาพหรือแผนภูมิ จัดกึ่งกลาง

เนื้อหาในตาราง/แผนภูมิ

ขนาดตัวอักษร 12

การอ้างอิงในเนื้อเรื่อง

ในระบบนาม-ปี เช่น วีระพล (2554) หรือ (วีระพล, 2554)

หรือ Dan and Hamasaki, 2001 หรือ เทพบุตร และวุฒิชัย, 2552

หรือ Dan, et al., 2010 หรือ สุภาพ และคณะ, 2547 เป็นต้น

การอ้างอิงท้ายเรื่อง

1. หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. **ชื่อหนังสือ**. ครั้งที่พิมพ์. สำนักพิมพ์. เมืองที่พิมพ์.

2. บทความวารสาร

ชื่อผู้เขียน. ปีที่พิมพ์. **ชื่อบทความ**. ชื่อวารสาร. ปีที่ (ฉบับที่) : หน้าแรกถึงหน้าสุดท้ายของบทความ.

3. วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้เขียน. ปีที่พิมพ์. **ชื่อวิทยานิพนธ์**. สถานศึกษา. เมืองที่พิมพ์.

หมายเหตุ ต้นฉบับบทความที่นำส่งจะต้องถูกต้องตามหลักเกณฑ์การเขียนที่กำหนดเท่านั้น มิฉะนั้นจะไม่ได้รับการพิจารณา ดำเนินการประเมินบทความก่อนตีพิมพ์

*** ตัวอย่างการเขียนอ้างอิงท้ายบทความ**

กรองทิพย์ เจริญบุลย์วิวัฒน์. 2556. การจัดการความรู้ทางการพยาบาลของพยาบาลหัวหน้าหน่วยงานโรงพยาบาลชุมชน เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. 2(2) : 97-103.

ไพฑูล สีใส และวีระพล แจ่มสวัสดิ์. 2555. การวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจโรงสีข้าวชุมชน. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. 1(1) : 63-75.

วิษณุรักษ์ ศรีทอง มาลินี อุทธิเสน และเสาวณิต รัตนรวมการ. 2556. พฤติกรรมการบริโภคสุราของประชาชนในชุมชนเขมร ส่วย (กูย) ลาว อ.ท่าตูม จ.สุรินทร์. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. 2(2) : 26-44.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2544. แนวทางการจัดทำโครงการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชน. วารสารเศรษฐกิจและสังคม. 39(1)

สรียา เพ็ชรรัตน์. 2545. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ภาคนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ. โครงการบัณฑิตศึกษา. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ : กรุงเทพฯ.

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2546. อย.เข้มงวดการแสดงคำเตือนในโฆษณาเครื่องดื่มผสมกาแฟอื่น. กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค. (โรเนียว)

Luque-Perez E. Rios A. Valcarcel M. Danielsson L.G. and Ingman F. 1999. Spectrophotometric flow injection determination of caffeine in solid and slurry coffee and tea samples using supported liquid membranes. Laboratory Automation and Information Management. 34 : 131-142

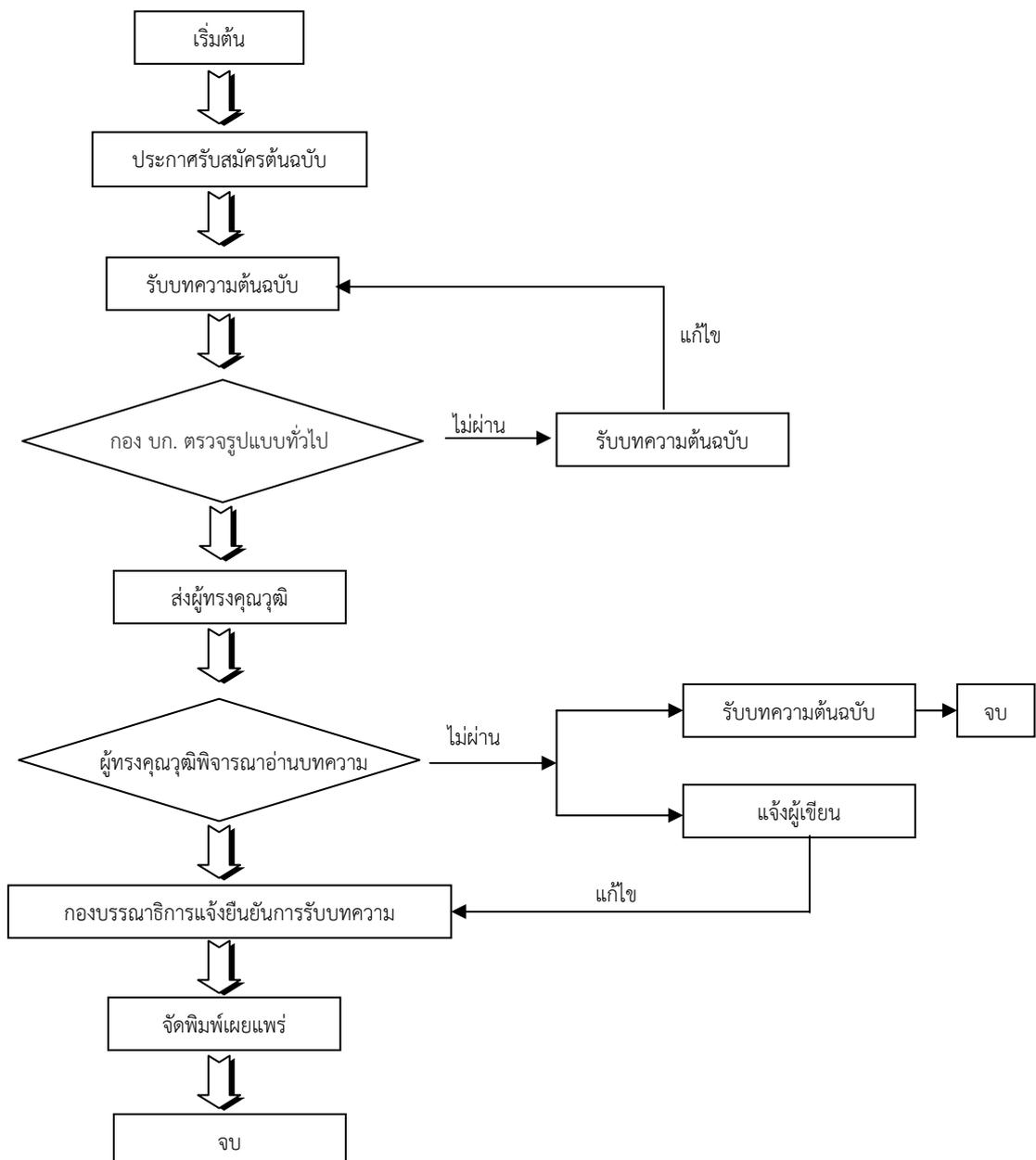
Martin M.J. Pablo F. and Gonzales A.G. 1999. Simultaneous determination of caffeine and non-steroidal anti-inflammatory drugs in pharmaceutical formulations and blood plasma by reversed-phase HPLC from linear gradient elution. Talanta. 49 : 53-459

3. หลักเกณฑ์การประเมินบทความเพื่อตอบรับการตีพิมพ์

กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณาจะส่งกลับไปแก้ไข ถ้าผ่านจะนำส่งเข้าสู่การพิจารณาของผู้ประเมินจากภายนอก บรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer review) เมื่อผลการประเมินผ่านหรือไม่ผ่านหรือมีการแก้ไขจะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ

เมื่อบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ ผู้เขียนจะได้รับวารสารสังคมศาสตร์ มทร. ตะวันออก ฉบับที่นำบทความลงตีพิมพ์ผลงาน จำนวน 1 ฉบับ พร้อมหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความ

ขั้นตอนการจัดทำวารสารสังคมศาสตร์ มทร. ตะวันออก



แบบฟอร์มการส่งบทความวิจัย
วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

- 1. ข้าพเจ้า นาย / นาง / นางสาว
- 2. ระดับการศึกษาสูงสุด.....
ตำแหน่งทางวิชาการ.....
- 3. ชื่อบทความ (ภาษาไทย).....
(ภาษาอังกฤษ).....
- 4. ชื่อผู้เขียนร่วม (1)
(2)
(3)
(4)
(5)

5. ที่อยู่ทำงาน
.....
.....
.....

โทรศัพท์.....มือถือ.....แฟกซ์.....
E-mail :

6. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก
.....
.....
.....

โทรศัพท์.....มือถือ.....แฟกซ์.....
E-mail :

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และยินยอมว่าบทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

ลงชื่อ.....
(.....)

แบบสรุปผลการประเมินบทความวิจัยของผู้ทรงคุณวุฒิ
วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

1. รหัสบทความวิจัยที่ประเมิน R

2. ชื่อบทความ.....

3. จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน..... ท่าน

4. หัวข้อที่พิจารณา

หัวข้อ	ผ่าน	ผ่านและมีการแก้ไข	ไม่ผ่าน	ข้อแก้ไข/ข้อเสนอแนะ
บทคัดย่อ (Abstract)				
บทนำ				
วิธีการทดลอง/วิธีการศึกษา				
ผลการทดลอง และวิจารณ์ผล / ผลการศึกษาและอภิปรายผล				
สรุปผล				
เอกสารอ้างอิง				
คุณค่าทางวิชาการ				

5. อื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

6. สรุปผลการประเมิน ผ่านดีเยี่ยม ผ่าน ผ่านและมีการแก้ไข ไม่ผ่าน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมเดือน โพธิ์สุวรรณ)

บรรณาธิการ

วันที่...../...../.....



หนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความ
วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
ขอรับรองว่าบทความ.....

เรื่อง

.....
.....
.....

โดย

.....
.....
.....

ได้ผ่านการประเมินจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
และตีพิมพ์ในวารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
ปีที่ ฉบับที่

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมเดือน โพธิ์สุวรรณ
บรรณาธิการวารสารสังคมศาสตร์ มทร.ตะวันออก
ให้ ณ วันที่.....

นโยบายการพิจารณาบทความ

1. วารสารรับพิจารณาบทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษภายใต้เงื่อนไขว่าจะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร เอกสารการประชุมหรือสิ่งพิมพ์ใดมาก่อน และต้องไม่อยู่ในระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น / รวมทั้งจะไม่นำไปเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น ๆ อีกนับจากวันที่ได้ส่งบทความฉบับนี้มาที่กองบรรณาธิการวารสาร ทั้งนี้ทางวารสารไม่มีค่าธรรมเนียมใด ๆ ในการตีพิมพ์เผยแพร่
2. ขอบเขตของวารสาร จะรับบทความทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในศาสตร์ด้านต่าง ๆ ดังนี้ (1.) พาณิชยศาสตร์ (บริหารธุรกิจ, ท่องเที่ยวและบริการ) (2.) ศิลปศาสตร์ (ประวัติศาสตร์, จิตวิทยา, ภาษาและวัฒนธรรม) (3.) ศึกษาศาสตร์ (4.) นิเทศศาสตร์ (5.) เศรษฐศาสตร์ (6.) นิติศาสตร์ (7.) รัฐศาสตร์
3. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ต้องผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง (peer Review) กระบวนการพิจารณาการกลั่นกรองบทความบทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์จะต้องผ่านกระบวนการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องดังนี้
 - 3.1 กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้แต่งทราบเมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความเรียบร้อยสมบูรณ์พร้อมตรวจสอบรูปแบบความถูกต้อง
 - 3.2 กองบรรณาธิการจะตรวจสอบบทความว่าอยู่ในขอบเขตเนื้อหาวารสารหรือไม่ รวมถึงคุณภาพงานวิชาการและประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ
 - 3.3 ในกรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาเห็นสมควรรับบทความไว้พิจารณาตีพิมพ์ กองบรรณาธิการจะดำเนินการส่งบทความเพื่อกลั่นกรองต่อไปโดยจะส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยจำนวน 2 ท่านประเมินคุณภาพของบทความว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมจะลงตีพิมพ์หรือไม่ โดยกระบวนการกลั่นกรองนี้ทั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียนจะไม่ทราบข้อมูลของกันและกัน (Double - blind peer review process)
 - 3.4 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความแล้ว กองบรรณาธิการจะตัดสินใจโดยอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิว่าบทความนั้น ๆ เห็นควรอยู่ในเกณฑ์เหมาะสมที่จะลงตีพิมพ์ได้ และจะส่งบทความนั้นไปให้ผู้แต่งได้แก้ไขตามข้อเสนอของผู้ทรงคุณวุฒิ จากนั้นให้ผู้แต่งส่งกลับมาให้กองบรรณาธิการพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง



Institute of Research and Development
Rajamangala University of Technology Tawan-ok



สถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
43 หมู่ 6 ต.บางพระ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20110
โทร. 038-358201 ต่อ 8508-8510
โทรสาร 038-358142

<http://ird.rmutto.ac.th>, <http://Journal.rmutto.ac.th>