



Doctor of Philosophy in Social Sciences Association
Ramkhamhaeng University

ISSN 2229-1148
E-ISSN 2651-1029
DOI: 10.14456/phdssj

วารสาร

ดุขฎฐิบัณทิตทงสัังคคคสศสตรั

Ph.D. in Social Sciences Journal

ปีที 9 ฉบัับที 2 พฤษภาคค - สัิงหาคค 2562



เจ้าของวารสาร

สมาคมปรัชญาดุขฎฐิบัณทิตทงสัังคคคสศสตรั คหาวัทยาลััยรคคคหคคค

Doctor of Philosophy in Social Sciences Association Ramkhamhaeng University

Website : www.tci-thaijo.org/index.php/phdssj E-mail : phd-ru@hotmail.com





**Doctor of Philosophy in Social Sciences Association
Ramkhamhaeng University**



วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ Ph.D. in Social Sciences Journal

วัตถุประสงค์

วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ จัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริม เผยแพร่ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย และบทความทางหนังสือด้านสังคมศาสตร์

ชื่อวารสาร

ภาษาไทย : วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
ภาษาอังกฤษ : Ph.D. in Social Sciences Journal
Website : <https://www.tci-thaijo.org/index.php/phdssj>

ขอบเขต

วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ จะตีพิมพ์บทความในสาขาวิชาสังคมวิทยา รัฐศาสตร์ นิติศาสตร์ การบริหารการศึกษา วิทยาการศึกษา เทคโนโลยีการศึกษา จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ จิตวิทยาให้คำปรึกษา บริหารธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์

กำหนด

1. ตีพิมพ์ปีละ 3 ฉบับ ประกอบด้วย ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน) ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม) ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม)
2. การสมัครสมาชิก สามารถสมัครได้ที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/phdssj>

เจ้าของ : สมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

หมายเหตุ

บทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความหนังสือในวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ เป็นความคิดเห็นของผู้เขียน มิใช่ของคณะผู้จัดทำ และมีข้อความรับผิดชอบของสมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ในกรณีการทำวิจัยในมนุษย์ ผู้วิจัยต้องผ่านการอบรมจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และนำหลักฐานมาแสดง

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วุฒิศักดิ์ ลาภเจริญทรัพย์
รองศาสตราจารย์คม ไชยแสนสุข
รองศาสตราจารย์ ปัญญา ศิริโรจน์

ดร.สมศักดิ์ ไตรรักษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยรามคำแหง
อดีตอธิการบดีมหาวิทยาลัยรามคำแหง
รักษาราชการแทนผู้อำนวยการ
โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
นายกสมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

รองบรรณาธิการ

ดร.ดารافر คงจา

สมาคมศิษย์เก่าพยาบาล กระทรวงสาธารณสุข

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล รัตนไพจิตร

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลักขมี งามมีศรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

นาวาอากาศเอก ดร.อัมพร เพ็ชรราช

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

วิทยาลัยการทัพอากาศ กรมยุทธศึกษาทหารอากาศ

กองทัพอากาศไทย

ดร.จำเนียร ชุมทโสภาค

อาจารย์บัณฑิตพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ดร.รุจิกาญจน์ สานนท์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ดร.สิทธิชัย จันทรานนท์

บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ดร.ฐานรินทร์ หาญเกียรติวงศ์

สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นายปัญญา ศรีเพชรสุพรรณ

สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นายวรวิธ ลีลานภาคคี

สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นางสาวกัญจนรัตน์ วิทยาเกียรติเลิศ

สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สถานที่พิมพ์

สำนักพิมพ์ บัดดี้ ครีเอชั่น

40/315 หมู่ 11 ต.บางแม่นาง อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี 11140

บทบรรณาธิการ

วารสารฉบับนี้เป็นปีที่ 9 ฉบับที่ 2 เป็นฉบับที่ทางศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) จะต้องประเมินคุณภาพของวารสารรอบที่ 4 พ.ศ. 2563 - 2567 และทางกองบรรณาธิการพยายามที่จะคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพให้ได้ดีที่สุด เพื่อเป็นมาตรฐานที่จะมั่นใจว่าวารสารดัชนีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์จะอยู่ในฐานที่ดีที่สุดของการประเมินในรอบนี้ บทความที่ขาดคุณภาพจะไม่ได้รับการพิจารณาจากกองบรรณาธิการตั้งแต่เริ่มแรก เพราะการควบคุมคุณภาพเป็นหน้าที่ของกองบรรณาธิการที่จะทำให้คุณภาพของวารสารฯ ดำรงอยู่และเป็นช่องทางของนักวิจัยทุกระดับ ทุกสาขา ในด้านสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ ที่เป็นสมาชิกของวารสารเล่มนี้

วารสารดัชนีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของวารสารอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้เป็นสากลมากขึ้น ในปีเดียวกันไม่ว่าวารสารจะออกมากี่ฉบับ หน้าของวารสารจะนับต่อเนื่องกันจนจบในปีนั้น และจะเริ่มนับเริ่มต้นใหม่ในปีถัดไป เป็นการปรับรูปแบบอีกครั้งหนึ่งให้ทันสมัยและเป็นเอกลักษณ์ของวารสารฉบับนี้ และหวังว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นที่เผยแพร่บทความที่มีคุณภาพของนักวิจัย และผู้สนใจตลอดไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด

บรรณาธิการวารสารดัชนีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สารบัญ

บทความวิจัย

ผลกระทบของความพึงพอใจของลูกค้าและบุพปัจจัยที่มีผลต่อ

ความจงรักภักดีของลูกค้าสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย277

ธัญธรณ์ นพสิทธิพันธ์, ประยงค์ มีใจซื่อ, แก้วตา ผู้พัฒนางค์

ผลกระทบของพันธะผูกพันของพนักงานและบุพปัจจัย

ต่อความตั้งใจในงานของพนักงานโรงแรมเครือข่ายสัญชาติไทย290

มัญชรี ผอบทพิทย์, ชาศริต สกฤติสริยาภรณ์, ประยงค์ มีใจซื่อ, ชัยฤทธิ์ ทองรอด

การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล307

วชิรธร คงสุข, กฤษณาภรณ์ รุจิธำรงกุล, บุรพร กำบุญ

ผลกระทบภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงต่อทีมที่ทรงประสิทธิผล

ของธนาคารพาณิชย์ไทย322

สมฉวี ศิริโสภณา, ประยงค์ มีใจซื่อ, ชาศริต สกฤติสริยาภรณ์, วิรัช สงวนวงศ์วาน

กลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียน

ในโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดน่าน337

นภาพร แสงนิล, มนัส สุวรรณ, สมาน พูแสง, เรืองวิทย์ นนทภา

การพัฒนาวิธีในการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์

ของโรงพยาบาลชุมชนเขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิษณุโลก)350

มนัญญ บุนันต์, สุปราณี ธรรมพิทักษ์

การพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง363

สุชัยญา วิมุกตายน, วิรัช วิรัชนิภาวรรณ

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในพื้นที่ภาคใต้

แถบทะเลอันดามัน376

สิริมา ชัยกุล, จิรโชค วีระสย, เสาวคนธ์ สุดสวาท, วรรณภา แผนมุนิน

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร390

ศักดิ์ดา ต้นคชสาร, สุรพล ราชภัณฑารักษ์, วิเชียร ต้นศิริคงคล, สุขพัฒน์ อนนธ์จารย์

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ

ในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย405

ชลกนก ไชยิตถณิน, พงษ์เทพ ศรีโสภณจิต, ณัฏชา กริมใจ, ชนิดาภา ดีสุขอนันต์

สารบัญ

ความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย.....	420
ประวิทย์ สระแก้ว, พงษ์เทพ ศรีโสภกิจิต, ณัฏชา กริมใจ, ชนิดาภา ดีสุขอนันต์	
อิทธิพลของการดูแลเชิงจิตวิญญาณและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ บนพื้นฐานวัฒนธรรมอิสลามต่อการเป็นแบรนด์แอตวเคซี	438
วิทยา มุ่งอินทร์, ระพีพรรณ พิริยะกุล, วงศ์ธีรา สุวรรณิน	
แนวทางการใช้ประโยชน์จากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดเป็นเชื้อเพลิงชีว อัดแท่งและปุ๋ย : กรณีศึกษาอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี	452
วิลาสินี หอมระรื่น, วิสาขา ภูจินดา	
การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารระบบคลังสินค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบ ทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี.....	467
วิไล พึ่งผล, ดวงใจ จันทร์ตาแสง, ประสพชัย พสุนนท์	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ และความภักดีในการเลือกใช้บริการ สำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	486
สุภาพร เฟ่งพิศ	
อิทธิพลของผู้นำทีมต่อการรับรู้ผลงานทีม: กรณีศึกษา สโมสรฟุตบอลในระดับไทยพรีเมียร์ลีก	502
อภิภูมิ กิตติก้อนภา, ประยงค์ มีใจซื่อ, วิรัช สงวนวงศ์วาน, นรพล จินันท์เดช	
ความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้าของลูกค้า จากการรับรู้เชิงอารมณ์ ต้นทุน และตราสินค้า.....	517
อธยา พงษ์ประเสริฐ, ระพีพรรณ พิริยะกุล	
ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืม ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา	532
โอภาส มีเขาว์	
ความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ประสิทธิภาพของผู้นำ และความสามารถ ในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร.....	546
ณัฐ ธาระสืบ, นิภา รุ่งเรืองวุฒิไกร, กฤติยา ยงวณิชย์, ชัยฤทธิ์ ทองรอด	
แนวทางสำหรับการพัฒนาการแสดงละครของสถาบันการศึกษา ไปสู่กิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืน	560
สุเมธ บ่อมบองภัย, ธรรมยุทธ ปัญญาโสภณ, พรพรม ชมงาม	

ผลกระทบของความพึงพอใจของลูกค้าและบุพปัจจัยที่มีผลต่อ ความจงรักภักดีของลูกค้าสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ชญธรณ์ นพสิทธิพันธ์¹ ประยงค์ มีใจชื่อ² แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ประการแรก เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณภาพการให้บริการต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียง ความพึงพอใจของลูกค้า และความจงรักภักดีของลูกค้า ประการที่สอง เพื่อศึกษาผลกระทบของภาพลักษณ์และชื่อเสียงต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความจงรักภักดีของลูกค้า และประการสุดท้าย เพื่อศึกษาผลกระทบของความพึงพอใจของลูกค้าต่อความจงรักภักดีของลูกค้า การดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสานการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างของข้อมูลเชิงปริมาณเก็บจากผู้ที่เคยใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางบินภายในประเทศจำนวน 400 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างของข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานภาคพื้นดิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของสายการบินต้นทุนต่ำ 3 สายการบิน จำนวน 15 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้การวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการมีผลกระทบทางบวกต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียง ความพึงพอใจของลูกค้า และความจงรักภักดีของลูกค้า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงมีผลกระทบทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าแต่ไม่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้ามีผลกระทบทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า ตามลำดับ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ข้อค้นพบที่สำคัญสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย คือ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงไม่มีผลกระทบโดยตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้าแต่มีผลกระทบโดยอ้อมผ่าน ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าได้รับภายหลังจากที่ได้ใช้บริการแล้ว

คำสำคัญ: สายการบินต้นทุนต่ำ; ความพึงพอใจของลูกค้า; คุณภาพการให้บริการ; ภาพลักษณ์และชื่อเสียง; ความจงรักภักดีของลูกค้า

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: lillythanya@gmail.com

^{2,3} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

The Effects of Customer Satisfaction and Antecedents on the Customer Loyalty of Low-Cost Airline Customers in Thailand

Thanyaatorn Noppasittiphan¹ Prayong Meechaisue² Keawtar Phuphatthanapong³

Abstract

In this research, the objectives are firstly, to study the effects of quality of service on image and reputation; customer satisfaction; and customer loyalty, secondly, examine the effects of image and reputation on customer satisfaction and customer loyalty and finally, to investigate the effects of customer satisfaction on customer loyalty. The researcher adopted both qualitative and quantitative methods. In the quantitative phase, the researcher collected data from 400 low-cost airline customers. In the qualitative phase, using the technique of in-depth interviews, the researcher collected data from 15 ground personnel employed by three low-cost airlines at Don Mueang International Airport. Using techniques of descriptive statistics, the researcher analyzed the data collected in forms of percentage, mean, and standard deviation. Employing structural equation modeling (SEM) through applications of a software computer program, the researcher tested the validity of a causal relationship model.

Findings showed that quality of service exerted positive effects on image and reputation; customer satisfaction; and customer loyalty. Moreover, image and reputation exerted positive effects on customer satisfaction, but showed no effects on customer loyalty. In addition, customer satisfaction had positive effects on customer loyalty.

In the view of the researcher, the findings derived from data analysis can provide important information for low-cost airlines in Thailand in the following fashion: Image and reputation did not show direct effects on customer loyalty. But image and reputation did have indirect effects via the customer satisfaction on quality of service after having used the service provided by the low-cost airlines.

Keywords: Low-cost airline; Customer Satisfaction; Quality of service; Image and Reputation; Customer Loyalty

Type of Article: Research Article

¹ Master of Business Administration Program in Marketing, Ramkhamhaeng University.

2086 Ramkhamhaeng Rd. Bang Kap, Hua Mak, Bangkok 10240, Thailand

E-mail: lillythanya@gmail.com

^{2,3} Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเดินทางภายในประเทศโดยเครื่องบินได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ซึ่งเป็นผลจากการที่ประเทศไทยมีนโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรีในปี 2545 ที่เป็นการให้สิทธิในการทำการบินระหว่างกัน โดยมีการลด/เลิกข้อจำกัดต่างๆ ในการขนส่งสินค้าและผู้โดยสารทางอากาศ เพื่อให้การขนส่งทางอากาศเป็นไปโดยเสรีถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดสายการบินต้นทุนต่ำขึ้นในประเทศไทย (Argkla, 2015) ข้อมูลสถิติการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศผ่านท่าอากาศยานภายในประเทศของกรมท่าอากาศยาน แสดงจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นทุกปี แสดงให้เห็นถึงความต้องการเดินทางภายในประเทศโดยเครื่องบินมีมากขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกมากในอนาคต ส่งผลให้มีการเพิ่มขึ้นของสายการบินรายใหม่ ซึ่งแม้ว่าจะเป็นข้อดีในการเป็นทางเลือกให้กับผู้ใช้บริการมากขึ้น แต่การมีจำนวนผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันมากขึ้นย่อมจะส่งผลโดยตรงต่อสภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการที่จะต้องทวีความรุนแรงมากขึ้น ในปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำต่างมุ่งแข่งขันกันอย่างหนัก เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดในอุตสาหกรรมการบินในประเทศให้ได้มากที่สุดหรือที่เรียกว่าเป็นผู้นำตลาด และกลยุทธ์ที่สายการบินต้นทุนต่ำใช้ในการแข่งขันที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดคือการแข่งขันด้วยราคา

โดยหลักการและเหตุผลแล้ว ลูกค้าย่อยของสายการบินต้นทุนต่ำไม่ได้ถูกกระตุ้นโดยราคาเพียงอย่างเดียวแต่ยังมีปัจจัยอื่นอีกยกตัวอย่างเช่น คุณภาพการให้บริการ ชื่อเสียงของสายการบิน รวมถึงการได้รับการยอมรับที่เป็นอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง เป็นต้น (Buaphiban, 2015; Chinswang & Supimaros, 2017) ซึ่งหากผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำยังคงเน้นการใช้ราคาที่ต่ำเป็นเครื่องมือสำคัญในการแข่งขันอาจจะนำมาซึ่งปัญหาต่อผู้ประกอบการและต่ออุตสาหกรรมการบินในภาพรวมได้ ปัญหาคุณภาพ

การให้บริการเกิดจากการที่ราคาเกี่ยวข้องโดยตรงกับต้นทุน การลดราคาลงทำให้สายการบินต้องลดต้นทุนลงตามไปด้วย ดังนั้นราคาที่ลดต่ำลงจึงมีผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยตามมาตรฐาน ซึ่งถ้าหากสายการบินมีปัญหาคุณภาพการให้บริการอาจส่งผลกระทบต่อเนื้อต่อความน่าเชื่อถือของอุตสาหกรรมการบินในภาพรวมทั้งหมดได้

จากความเป็นมาและปัญหาดังกล่าว ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการศึกษาถึงการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าต่อสายการบินต้นทุนต่ำที่เป็นผลมาจากความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการสายการบินต้นทุนต่ำได้นำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้สอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า รวมถึงสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและเสริมสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียง เพื่อเป้าหมายในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้เกิดขึ้น อันจะนำไปสู่ความจงรักภักดีของลูกค้าได้ในที่สุด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อการแข่งขันของสายการบินต้นทุนต่ำและต่อลูกค้าของสายการบินต้นทุนต่ำ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณภาพการให้บริการต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียง ความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีของลูกค้า
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของภาพลักษณ์และชื่อเสียงต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีของลูกค้า
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของความพึงพอใจของลูกค้าต่อความจงรักภักดีของลูกค้า

นิยามศัพท์

1. **บุพปัจจัย (antecedent)** หมายถึง ตัวแปรที่มีมาก่อน โดยเป็นตัวแปรที่เป็นสาเหตุของการเกิดขึ้นของตัวแปรตาม บุพปัจจัยครอบคลุมจำนวนตัวแปรทุกตัวที่เป็นตัวแปรอิสระของตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง

2. **คุณภาพการให้บริการ (service quality)** หมายถึง ประสบการณ์ทางความรู้สึกของลูกค้าที่เป็นการรับรู้จากการได้รับบริการของผู้ให้บริการและตัดสินประสิทธิภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการนั้น และเป็นที่ชี้วัดได้ถึงระดับการบริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้าว่าประสบการณ์หรือการรับรู้จริงที่ได้รับนั้นสอดคล้องกับความคาดหวังหรือความต้องการของลูกค้าเพียงใด

3. **ภาพลักษณ์และชื่อเสียง (image and reputation)** หมายถึง ความคิด ความเชื่อ ทศนคติที่เกิดขึ้นในใจ เป็นความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่เป็นภาพรวมต่อการให้บริการทั้งหมดของผู้ให้บริการที่เป็นผลมาจากการประเมินข้อมูลทั้งที่ได้รับจากการสื่อสารมาและจากประสบการณ์ที่ได้รับโดยตรง ซึ่งจะกลายเป็นภาพของการให้บริการนั้นที่ฝังอยู่ในความคิดของบุคคล

4. **ความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction)** หมายถึง ปฏิกริยาตอบสนองต่อการที่ได้บรรลุตามความต้องการของลูกค้า เป็นความรู้สึก ความคิดเห็น และทัศนคติโดยรวมของลูกค้า ที่ตัดสินการบริการนั้นว่าเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าเพียงใด ความพึงพอใจจึงเป็นผลลัพธ์จากการประเมินเปรียบเทียบความสอดคล้องกันระหว่างความคาดหวังกับการบริการที่ลูกค้าได้รับจริงจากการใช้บริการ

5. **ความจงรักภักดี (loyalty)** หมายถึง ความผูกพัน และมุ่งมั่นอย่างลึกซึ้งของลูกค้าโดยมีพื้นฐานจากทัศนคติในเชิงบวกต่อผู้ให้บริการที่เป็นความชื่นชอบและพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ จนทำให้เกิดการแสดงออก หรือมีพฤติกรรม หรือการมีความตั้งใจที่จะสนับสนุนอุปถัมภ์ และซื้อสัต์อย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรเป้าหมาย คือ ผู้ที่เคยใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการเส้นทางบินภายในประเทศ ซึ่งเป็นขนาดประชากรที่มีขนาดใหญ่และกระจายอยู่ทั่วไป ผู้วิจัยจึงกำหนดขอบเขตพื้นที่ของประชากรเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้เป็นพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาของการวิจัยนี้มีขอบเขตด้านเนื้อหาตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย ประกอบด้วย (1) คุณภาพการให้บริการ (2) ภาพลักษณ์และชื่อเสียง (3) ความพึงพอใจของลูกค้า และ (4) ความจงรักภักดีของลูกค้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี เพื่อสนับสนุนแนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ที่นำมาใช้อธิบายถึงความสัมพันธ์และผลเชิงประจักษ์ของความพึงพอใจของลูกค้าและบุพปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของสายการบินต้นทุนต่ำ

2. ประโยชน์เชิงปฏิบัติ เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการสายการบินต้นทุนต่ำได้นำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ทั้งต่อการแข่งขันของสายการบินต้นทุนต่ำและต่อลูกค้าของสายการบินต้นทุนต่ำเอง

สมมุติฐานการวิจัย

H_1 คุณภาพการให้บริการมีผลกระทบทางบวกต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียง

H_2 คุณภาพการให้บริการมีผลกระทบทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H_3 คุณภาพการให้บริการมีผลกระทบทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า

H_4 ภาพลักษณ์และชื่อเสียงมีผลกระทบทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H_5 ภาพลักษณ์และชื่อเสียงมีผลกระทบทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า

H_6 ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลกระทบทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คุณภาพการให้บริการ

งานวิจัยของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) ได้นำเสนอองค์ประกอบของการบริการเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการให้บริการที่สามารถวัดผลออกมาเป็นข้อมูลเชิงปริมาณได้โดยเรียกว่า SERVQUAL ที่เหมาะสมและครอบคลุมกับหลากหลายประเภทของธุรกิจบริการ ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ (tangibles) ความเชื่อถือได้ (reliability) การตอบสนอง (responsiveness) ความมั่นใจได้ (assurance) และความมีน้ำใจให้ความช่วยเหลือ (empathy)

ภาพลักษณ์และชื่อเสียง

จากการศึกษานิยามและลักษณะเกี่ยวกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงพบว่าทั้งภาพลักษณ์และชื่อเสียงแม้ว่าจะมีความใกล้เคียงกันในประเด็นที่สัมพันธ์กับการรับรู้ ความเชื่อ ทศนคติ และความรู้สึก แต่ก็มีความแตกต่างกันในประเด็นของแนวคิดที่ว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่บุคคลภายนอกคิดและมีความเชื่อต่อองค์การ ในขณะที่ชื่อเสียงเป็นสิ่งที่องค์การสามารถกระทำหรือดำเนินการสร้างผ่านภาพลักษณ์ขององค์การให้เกิดขึ้นได้ ดังนั้นภาพลักษณ์และชื่อเสียงจึงมีความสำคัญในการส่งเสริมซึ่งกันและกัน แนวคิดการจำแนกภาพลักษณ์ของ Kotler (as cited in Smithikrai, 2011, p. 140)

ที่แบ่งภาพลักษณ์ออกเป็น 3 ด้านคือ ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ ภาพลักษณ์ของตราสินค้า และภาพลักษณ์ขององค์การ จึงมีความสอดคล้องและครอบคลุมในการประเมินภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสายการบินต้นทุนต่ำ

ความพึงพอใจของลูกค้า

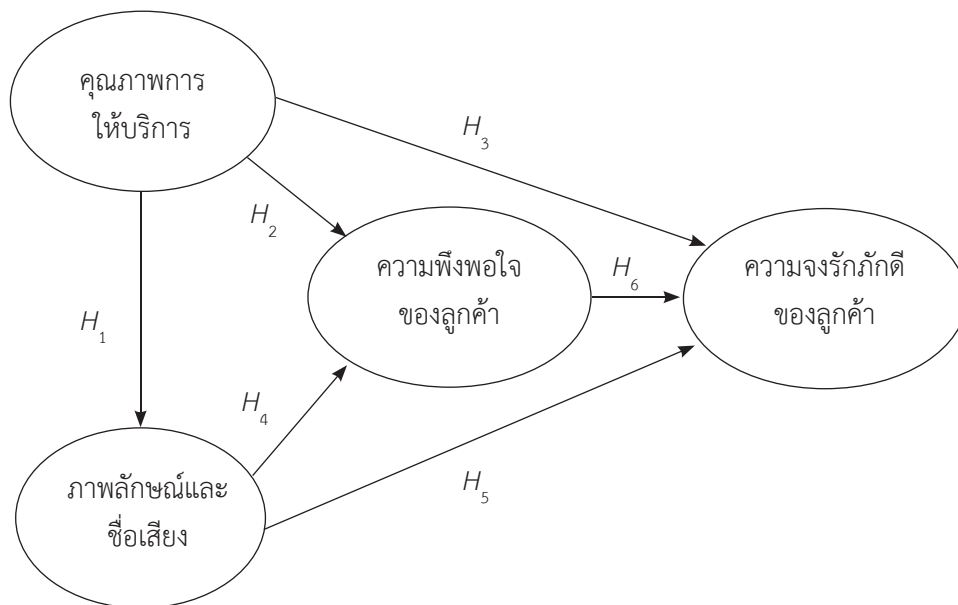
แนวคิดมุ่งการตลาด (marketing concept) มุ่งเน้นศึกษาถึงความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อให้ผลต่อความพึงพอใจลูกค้าเป็นหลัก (Kotler & Armstrong, 2012, pp. 10-11) ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า การทำนายถึงความคาดหวังของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญในฐานะที่เป็นมาตรฐานที่ใช้ในการเปรียบเทียบ แนวคิดทฤษฎีการไม่ยืนยันตามความคาดหวัง (The expectancy disconfirmation theory : EDT) เสนอว่ารูปแบบการไม่ยืนยันของความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลจากการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้การบริการของลูกค้า (Oliver, 1997, pp. 99-125) นอกจากนี้ยังพบว่าในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้ามีการใช้การประเมินแบบหลายมิติ (multidimensional) ที่เป็นการผสมผสานกันของรูปแบบของคุณค่า (functional value) ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบของประโยชน์ (benefit function) และรูปแบบของอารมณ์ความรู้สึก (emotional function) ที่ลูกค้าจะได้รับ เนื่องจากทั้ง 2 รูปแบบสามารถสะท้อนถึงความต้องการหลักของลูกค้าที่นำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสมบูรณ์ (Lian & Yeoh, 2011)

ความจงรักภักดีของลูกค้า

การแบ่งรูปแบบในการวัดความจงรักภักดีของลูกค้า แบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ คือ องค์ประกอบแบบมิติเดียว (uni-dimensional approach) องค์ประกอบ

แบบสองมิติ (bi-dimensional approach) และ องค์ประกอบแบบหลายมิติ (multi-dimensional approach) (Bobalca, 2013) ซึ่งองค์ประกอบแบบหลายมิติ มีการจัดแบ่งระดับของความจงรักภักดีของลูกค้าออกเป็น 4 ระดับ เรียกว่า ระดับความจงรักภักดี 4 ระดับ (four stage of loyalty) ประกอบด้วยระดับ

ที่ 1 ความจงรักภักดีเชิงความรู้ (cognitive loyalty) ระดับที่ 2 ความจงรักภักดีเชิงความรู้สึก (affective loyalty) ระดับที่ 3 ความจงรักภักดีเชิงการมีเจตนา (conative loyalty) และระดับที่ 4 ความจงรักภักดีเชิงการกระทำ (action loyalty) (Oliver, 1997, p. 392)



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method) การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research)

ประชากร

ประชากรของข้อมูลเชิงปริมาณที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศของสายการบินต้นทุนต่ำ 3 สายการบิน คือ ไทยแอร์เอเชีย นกแอร์ และไทยไลอ้อนแอร์ พื้นที่

ในการเก็บข้อมูลคือ กรุงเทพมหานคร

ประชากรของข้อมูลเชิงคุณภาพที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานภาคพื้นดิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของสายการบินต้นทุนต่ำ 3 สายการบิน คือ ไทยแอร์เอเชีย นกแอร์ และไทยไลอ้อนแอร์

ขนาดตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างของข้อมูลเชิงปริมาณที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศเท่านั้น

ได้มาโดยการคำนวณจากข้อมูลสถิติการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศยานท่าอากาศยานภายในประเทศของกรมท่าอากาศยานประจำปี 2559 ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยคำนวณหาสัดส่วนของ

ขนาดตัวอย่างตามส่วนแบ่งทางการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมลูกค้าของสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 3 สายการบินคือ ไทยแอร์เอเชีย จำนวน 172 คน นกแอร์ จำนวน 118 คน และไทยไลอ้อนแอร์ จำนวน 110 คน รวมเป็น 400 คน

ขนาดตัวอย่างของข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยเลือกขนาดตัวอย่างเป็นเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานภาคพื้นดินของสายการบินต้นทุนต่ำ 3 สายการบิน คือ ไทยแอร์เอเชีย นกแอร์ และไทย ไลอ้อนแอร์ สายการบินละ 5 คน รวมเป็น 15 คน เนื่องจากในมุมมองด้านการตลาดเจ้าหน้าที่หรือพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าถือเป็นกลุ่มบุคคลในลำดับแรกที่จะสามารถรับทราบข้อมูลและความคิดเห็นจากลูกค้าได้โดยตรงและชัดเจนที่สุด

การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วนคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ และแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานภาคพื้นดิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 3 สายการบิน โดยเป็นการพูดคุยและสอบถามถึงรูปแบบและแนวทางในการให้บริการที่ได้ดำเนินงานมาและผลการดำเนินการที่ได้ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ผู้วิจัยจะสามารถนำไปวิเคราะห์ได้ถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรตามกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้

แบบสอบถาม (questionnaire) สร้างแบบ

สอบถามโดยการพัฒนาและประยุกต์ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา ซึ่งได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือใน 2 ด้าน คือ ด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ซึ่งเป็นการทดสอบค่าความสอดคล้องของเครื่องมือและวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ให้คะแนนข้อคำถามแต่ละข้อในแบบสอบถาม และด้านความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบรายข้อและแบบโดยรวม โดยการทดสอบเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2560

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการวิเคราะห์จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิง (Inferential Statistic) เป็นการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) เพื่อตอบวัตถุประสงค์และสมมุติฐานการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป เพื่อให้ทราบลักษณะของขนาดตัวอย่าง โดยนำเสนอเป็นค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแบบจำลองของตัวแปรในกรอบแนวคิดทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง ความ

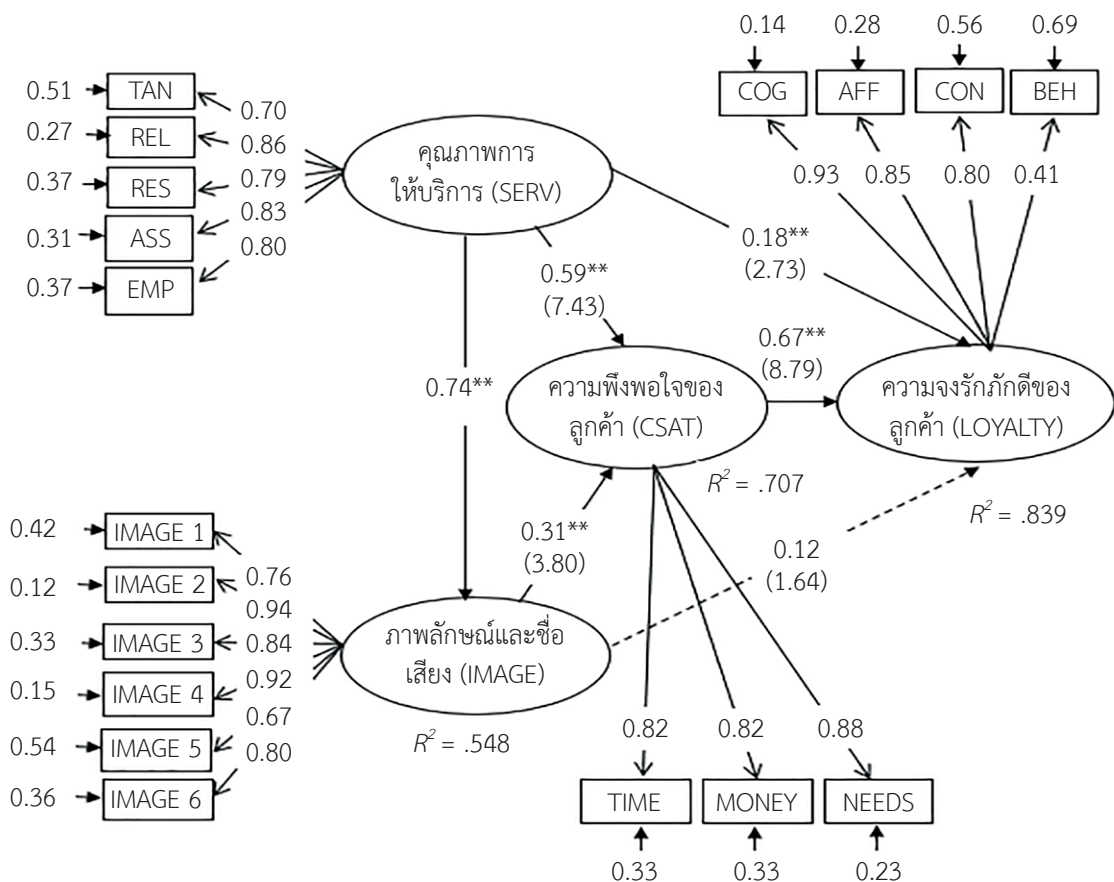
พึงพอใจของลูกค้า และความจงรักภักดีของลูกค้า เพื่อยืนยันความตรงเชิงโครงสร้างของแต่ละตัวแปร

3. วิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และทดสอบสมมุติฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาได้จากค่าสถิติ ไค-สแควร์ เท่ากับ 50.75 ค่าความน่าจะเป็นทางสถิติ (p) เท่ากับ 0.29177 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 46 ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.986

ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.948 ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.00 ดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.016 และดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (SRMR) เท่ากับ 0.0213 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าสายการบินต้นทุนต่ำมีค่าเท่ากับ 0.839 แสดงว่า ตัวแปรทั้งหมดในตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าได้ร้อยละ 83.90 ดังแสดงในภาพ 2 และตาราง 1



ภาพ 2 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างของผลกระทบของความพึงพอใจของลูกค้า และบุพปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ตาราง 1

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของผลกระทบของความพึงพอใจของลูกค้าและบุพพปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ตัวแปร สาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์								
	IMAGE			CSAT			LOYALTY		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
SERV	.74**	-	.74**	.59**	.23	.82**	.18**	.64	.82**
IMAGE	-	-	-	.31**	-	.31**	.12	.21	.33
CSAT	-	-	-	-	-	-	.67**	-	.67**
ตัวแปรแฝงภายใน R^2		.548			.707			.839	

$\chi^2 = 50.75$, $df = 46$, $\chi^2/df = 1.103$, $p\text{-value} = 0.29177$, $CFI = 1.00$, $GFI = 0.986$, $AGFI = 0.948$, $RMSEA = 0.016$

** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} \geq 2.576$)

การสรุปผลการวิจัย สรุปออกได้เป็นประเด็นสำคัญ 2 ประเด็น จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่เป็นอิทธิพลทางตรง ดังนี้

ประเด็นที่ 1 คือ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงเป็นผลโดยตรงมาจากคุณภาพการให้บริการ พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่เป็นอิทธิพลทางตรงของคุณภาพการให้บริการต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.74 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลในระดับสูงเป็นลำดับแรก

ประเด็นที่ 2 คือ ความจงรักภักดีของลูกค้าเป็นผลโดยตรงมาจากความพึงพอใจของลูกค้า พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่เป็นอิทธิพลทางตรงของความพึงพอใจของลูกค้าต่อความจงรักภักดีของลูกค้า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.67 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลในระดับสูงเป็นลำดับที่สอง

จากการพิจารณาค่าอิทธิพลรวมพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวมของคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง

รวมของคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า มีค่าอิทธิพลเท่ากันคือเท่ากับ 0.82 อธิบายได้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นปัจจัยหลักที่มีความสำคัญต่อทั้งความพึงพอใจของลูกค้า และความจงรักภักดีของลูกค้า และเมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลทางอ้อมของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอ้อมเท่ากับ 0.64 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลในระดับสูง อธิบายได้ว่า คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าเพิ่มมากขึ้นได้โดย ผ่านภาพลักษณ์และชื่อเสียง และความพึงพอใจของลูกค้า

นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของภาพลักษณ์และชื่อเสียงมีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้าเท่ากับ 0.12 และค่า $t\text{-value}$ เท่ากับ 1.64 คือไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงไม่มีผลกระทบโดยตรงในทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่เป็นอิทธิพล

ทางอ้อมจากภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ส่งผ่านความพึงพอใจของลูกค้าและส่งผลต่อไปสู่ความจงรักภักดีของลูกค้า จะมีผลทำให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม สูงขึ้นเป็นเท่ากับ 0.33 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงไม่มีผลกระทบโดยตรงในทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า แต่มีผลในทางอ้อมต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโดยส่งผ่านความพึงพอใจของลูกค้า

อภิปรายผล

ในการอภิปรายผล อภิปรายตามสมมุติฐานของการวิจัยนี้ ดังต่อไปนี้

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 พบว่าคุณภาพการให้บริการมีผลกระทบทางบวกต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.74 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Okeudo and Chikwendu (2013) และการสัมภาษณ์เชิงลึกที่พบว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการ

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 พบว่าคุณภาพการให้บริการมีผลกระทบทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.59 และค่า t -value เท่ากับ 7.43 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Abd-El-Salam et al. (2013) และการสัมภาษณ์เชิงลึกที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าได้รับ

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 3 พบว่าคุณภาพการให้บริการมีผลกระทบทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.18 และค่า t -value เท่ากับ 2.73 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Wang and

Chaipoo Pirutana (2015) และการสัมภาษณ์เชิงลึกที่พบว่า คุณภาพการให้บริการที่ดีจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งจะมีผลอย่างมากต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในการมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 4 พบว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงมีผลกระทบทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.31 และค่า t -value เท่ากับ 3.80 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Khuong and Uyen (2014) และการสัมภาษณ์เชิงลึกที่พบว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงเป็นความคาดหวังของลูกค้าต่อสายการบินในการเลือกใช้บริการ ซึ่งหากการบริการที่ลูกค้าได้รับจริงมีความสอดคล้องกันจะสร้างความพึงพอใจของลูกค้าได้

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 5 พบว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงไม่มีผลกระทบทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.12 และค่า t -value เท่ากับ 1.64 ดังนั้นผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากภาพลักษณ์และชื่อเสียงอาจเป็นข้อมูลเบื้องต้นของสายการบินที่ลูกค้าใช้พิจารณาในการเลือกใช้บริการ แต่ภาพลักษณ์และชื่อเสียงเพียงปัจจัยเดียวไม่สามารถรักษาลูกค้าเอาไว้จนเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อสายการบินได้ ผลการวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และผลงานวิจัยของ Argkla (2015) ที่กล่าวว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงไม่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 6 พบว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงมีผลกระทบทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.67 และค่า t -value เท่ากับ 8.79 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Gures et al. (2014)

และการสัมภาษณ์เชิงลึกที่พบว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงมีผลกระทบทางบวกต่อการมีเจตนา และพฤติกรรมของลูกค้าที่จะนำไปสู่ความจงรักภักดีของลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. จากประเด็นแรกที่สรุปว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงเป็นผลโดยตรงมาจากคุณภาพการให้บริการ ดังนั้นคุณภาพการให้บริการจึงเป็นปัจจัยหลักที่สายการบินควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก สายการบินควรมีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งจะส่งผลดีต่อการสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสายการบินได้ในระยะยาว

2. จากประเด็นที่สองที่สรุปว่า ความจงรักภักดีของลูกค้าเป็นผลโดยตรงมาจากความพึงพอใจของลูกค้า สายการบินจึงต้องพยายามสร้างความพึงพอใจของลูกค้าต่อสายการบินให้เกิดขึ้น ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าคือ คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์และชื่อเสียง โดยที่ภาพลักษณ์และชื่อเสียงเป็นผลโดยตรงมาจากการมีคุณภาพการให้บริการที่ดีของสายการบิน ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าจนกลายเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อสายการบิน สายการบินจึงต้องให้ความสำคัญกับการมีคุณภาพการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า และคุณภาพการให้บริการนั้นต้องสอดคล้องกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีของสายการบิน

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

คุณภาพการให้บริการเป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน ดังนั้นการมีคุณภาพการให้บริการที่ดีกว่าแก่ลูกค้าจะเป็นข้อได้เปรียบอย่างมาก ซึ่งในการตัดสินใจคุณภาพการให้บริการของลูกค้าขึ้นอยู่กับ การรับรู้การบริการที่ได้รับ ดังนั้นสายการบินจึงต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอบริการแก่ลูกค้า เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ การนำเสนอความคิดมุ่งการตลาดซึ่งเป็นมุมมองจากภายนอกองค์กรเข้ามา โดยมีลูกค้าเป็นศูนย์กลางในการจัดหาและจัดเตรียมการให้บริการต่างๆให้สามารถตอบสนองแก่ลูกค้าได้ รวมถึงการบูรณาการกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมด โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก จะช่วยให้สายการบินต้นทุนต่ำสามารถสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าให้เกิดขึ้นได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยที่พบว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงไม่มีผลกระทบโดยตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ดังนั้นในการศึกษาถึงความจงรักภักดีของลูกค้าสายการบินต้นทุนต่ำครั้งต่อไป ควรขยายการศึกษาออกไปในรายละเอียดถึงสาเหตุที่ภาพลักษณ์และชื่อเสียงไม่มีผลโดยตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้าสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย เพื่อประโยชน์ในการเสริมสร้างและปรับปรุงภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยต่อไป

Reference

- Abd-El-Salam, E.M., Shawky, A.Y., & El-Nahas, T. (2013) The impact of corporate image and reputation on service quality, customer satisfaction and customer loyalty: Testing the mediating role. Case analysis in an international service company. *The Business and Management*, 3(2), 177-196.
- Argkla, K. (2015). Causal Factors Influencing Customer Loyalty of Low Cost Airline at Don Muang International Airport. *National Defence Studies Institute Journal*, 6(4), 109-116.
- Bobalca, C. (2013). Study of customers' loyalty: Dimensions and factors. *Management & Marketing*, 6(1), 104-114.
- Buaphiban, T. (2515). *Determination of factors that influence passengers' airline selection: A study of low cost carriers in Thailand*. Unpublished doctoral dissertation, Embry-Riddle Aeronautical University-Datana Beach, FL.
- Chinswang, I., & Supimaros, P. (2017). A guideline of Efficiency Communication to enhance Cabin Safety Awareness of Low Cost Airline's Passengers. *Journal of Logistics and Supply Chain College*, 3(1), 64-78. [In Thai]
- Department of Airports. (2017). *Statistics on Domestic Air Transportation*. Retrieved from <https://www.airports.go.th/th/content/349.html> [In Thai]
- Gures, N., Arslan, S., & Tun, S. Y. (2014) Customer expectation, satisfaction and loyalty relationship in Turkish airline industry. *International Journal of Marketing Studies*, 6(1), 66-74.
- Gures, N., Arslan, S., & Tun, S.Y. (2014) Customer expectation, satisfaction and loyalty relationship in Turkish airline industry. *International Journal of Marketing Studies*, 6(1), 66-74.
- Khoun, M. N., & Uyen, L.T.M. (2014) The factors affecting Vietnam airlines service quality and passenger satisfaction- A mediation analysis of service quality. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(5), 327-333.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principle of marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lian, J. C. K., & Yeoh, E. (2011). Percieved value of Malaysian low cost airlines: The views of the existing domestic customers. In *Asian Pacific Marketing and Management Conference*, November, 2011.
- Okeudo, G., & Chikwendu, D. U. (2013) Effects of airline service quality on airline image and passengers, loyalty: Finding from Arik Air Nigeria passengers. *Journal of Hospitality and Management Tourism*, 4(2), 19-28.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Singapore: McGraw-Hill.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988) SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Smithikrai, C. (2011). *Consumer Behavior*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Wang, T., & Chaipirutana, (2015) A study of the factors influencing customer loyalty: A case study of Thai airways. *PSAKUIJIR*, 4(2), 68-77.

ผลกระทบของพันธะผูกพันของพนักงานและบุปจััยต่อความตั้งใจในงาน ของพนักงานโรงแรมเครือข่ายสัญชาติไทย

มัญชรี ผอบทิพย์¹ ชาคริต สกูลอิสริยาภรณ์²
ประยงค์ มีใจเชื้อ³ ชัยฤทธิ์ ทองรอด⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ประการแรก ได้แก่ ประการที่หนึ่ง เพื่อศึกษาผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงปฏิรูปต่อการรับรู้แบรนด์นายจ้าง พันธะผูกพันของพนักงาน และความตั้งใจในงาน ประการที่สอง เพื่อศึกษาผลกระทบของการรับรู้แบรนด์นายจ้างต่อพันธะผูกพันของพนักงาน และความตั้งใจในงาน และประการสุดท้าย เพื่อศึกษาผลกระทบของพันธะผูกพันของพนักงานต่อความตั้งใจในงาน เป็นการวิจัยแบบผสมผสานใช้ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง พนักงานของโรงแรมเครือข่ายสัญชาติไทยจาก 4 ภูมิภาคของประเทศไทย จำนวน 535 คน และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการโรงแรม จำนวน 12 ท่าน พนักงานระดับบริหาร จำนวน 6 ท่าน และการสนทนากลุ่มกับพนักงานภาคปฏิบัติการ จำนวน 3 กลุ่มย่อย

ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงปฏิรูปมีผลกระทบทางบวกต่อการรับรู้แบรนด์นายจ้าง พันธะผูกพันของพนักงาน และความตั้งใจในงาน ส่วนการรับรู้แบรนด์นายจ้างมีผลกระทบทางบวกต่อพันธะผูกพันของพนักงาน และความตั้งใจในงาน สำหรับพันธะผูกพันของพนักงานมีผลกระทบทางบวกต่อความตั้งใจในงาน อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง พบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่ส่งผลกระทบทางตรงต่อความตั้งใจในงาน แต่จะส่งผลกระทบทางอ้อมผ่านพันธะผูกพันของพนักงานเป็นตัวแปรคั่นกลางไปยังความตั้งใจในงาน

คำสำคัญ: การรับรู้แบรนด์นายจ้าง; พันธะผูกพันของพนักงาน; ความตั้งใจในงาน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง หัวหมาก, บางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: muncharee_dba@hotmail.com

^{2,3} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

⁴ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

The Effects of Employee Engagement and Its Antecedents on the Work Intention of Employees at a Thai Hotel Chain

Muncharee Phaobthip¹ Chakrit Sakulitsariyaporn²

Prayong Meechaisue³ Chairit Thongrawd⁴

Abstract

In this research, the objectives are first, to study the effects of transformational leadership on employer brand perception, employee engagement, and work intention; second, to examine the effects of employer brand perception on employee engagement and work intention; and third, the researcher inquires into the effects of employee engagement on work intention.

The researcher examined a sample population of 535 employees of a Thai hotel chain located in four regions of the Kingdom of Thailand (Thailand). The researcher utilized a mixed-method. In the quantitative phase, the researcher collected germane data from the sample population through the use of a questionnaire as a research instrument. In the qualitative phase, relevant data were obtained through the in-depth interviews with three subgroups of members of the sample population. These three subgroups consisted of 12 hotelier experts, six employees at the administrator level, and operational level employees. Focus group discussions were held with discussants from these three subgroups.

Findings are as follows: Transformational leadership showed positive effects on employer brand perception, employee engagement, and work intention. Employer brand perception displayed positive effects on employee engagement and work intention. Employee engagement had positive effects on work intention. However, in the analysis of the equation, it was found that employer brand perception did not exert direct effects on work intention. It did, however, display indirect effects via employee engagement as a mediator of work intention.

Keywords: employer brand perception; employee engagement; work intention

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Philosophy Program in Business Administration, Ramkhamhaeng University.

2086 Ramkhamhaeng Rd. Bang Kap, Hua Mak, Bangkok 10240, Thailand

E-mail: muncharee_dba@hotmail.com

^{2,3} Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

⁴ College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การปรับตัวของธุรกิจโรงแรมไทยภายใต้สภาวะการเกิดอุปทานสูงอย่างต่อเนื่อง จากการเข้ามาก่อตั้งและรับบริหารโรงแรมในประเทศไทยมากขึ้นของเครือโรงแรมต่างชาติ ที่มีความได้เปรียบทั้งทางด้านชื่อเสียงเป็นสากล และมีฐานข้อมูลลูกค้ามากกว่า จึงได้รับความไว้วางใจจากแขกผู้มาเยือน (guest) ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ ประกอบกับพฤติกรรมการใช้บริการของแขกผู้มาเยือนในปัจจุบันมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการ (service quality) ที่สูงขึ้นกว่าการได้รับการบริการในระดับดีเยี่ยม (very good) และระดับเป็นเลิศ (excellence) เช่นเดิม โดยการมอบการบริการที่สร้างความประทับใจจะเกิดขึ้นได้ คือ การให้บริการที่เกินความคาดหวัง (beyond expected) ของแขกผู้มาเยือน ให้เกิดประสบการณ์ที่มีคุณค่าแตกต่างจากโรงแรมอื่น และเป็นจุดแข็งที่มีความได้เปรียบกว่าของโรงแรมนั้น (Berthom, Ewing, & Hah, 2005, pp. 151-172; Demerouti & Cropanzano, 2010, pp. 157-160) สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมการมุ่งความสำคัญกับลูกค้า (customer-oriented) ที่นอกจากต้องอาศัยความรู้ และทักษะเฉพาะของพนักงานในงานบริการแล้ว การปฏิบัติงานด้วยการมีสภาวะทางจิตใจพร้อมให้บริการจึงนับว่าเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งพนักงานที่สามารถตอบสนองความท้าทายนี้ได้ นับว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าในตลาดแรงงาน (Moroko & Uncles, 2009) ที่องค์กรต้องพยายามรักษาไว้ เสมือนลูกค้าภายในตามหลักการห่วงโซ่การบริการแห่งกำไร (Heskett, Sasser & Schlesinger, 2003)

แม้ว่าที่ผ่านมาองค์การจำนวนมากได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสร้างพันธะผูกพันของพนักงาน (employee engagement) มาโดยตลอด แต่ข้อเท็จจริงกลับพบว่า การโยกย้ายเปลี่ยนงานของพนักงานยังคงเป็นปัญหาที่ธุรกิจโรงแรมประสบมายาวนาน และยังไม่แสดงแนวโน้มลดลงได้อย่างชัดเจน ซึ่งคงปฏิเสธไม่ได้

ว่าปัญหาดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการจัดการทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพการบริการของโรงแรมด้วย จึงเป็นไปได้ว่า การนำแนวคิดพันธะผูกพันของพนักงานมาประยุกต์ใช้ในการจัดการ ยังขาดความเข้าใจถึงบทบาทที่แท้จริงของพันธะผูกพันที่ต้องคำนึงถึงเงื่อนไขทางจิตใจของบุคคลเป็นสำคัญ (Kahn, 1990; Kular et al., 2008; Saks, 2006) แต่อย่างไรก็ตาม การสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของการวิจัยนี้ ยังพบว่า พนักงานที่คงอยู่กับองค์กรเป็นระยะเวลานานส่วนใหญ่ได้ให้เหตุผลในการคงอยู่ว่า เกี่ยวข้องกับความรู้สึกอยู่รอดปลอดภัย เป็นความรู้สึกเคยชินจากการได้รับการตอบสนองความต้องการพื้นฐาน จนเกิดความรู้สึกมั่นคงในชีวิตการทำงานและครอบครัวในระดับหนึ่ง และไม่กล้ารับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นหากโยกย้ายเปลี่ยนงานไปที่อื่น จึงวิเคราะห์ได้ว่า การเกิดสภาวะทางจิตใจดังกล่าวอาจส่งผลให้พนักงานมีความคาดหวังในการปฏิบัติงานเพียงเพื่อบรรลุเป้าหมายของงานในแต่ละวันมากกว่าเป้าหมายโดยรวมของโรงแรม ดังนั้น พฤติกรรมการคงอยู่เพียงอย่างเดียว จึงยังไม่สามารถยืนยันถึงพฤติกรรมที่เกิดพันธะผูกพันของพนักงานได้อย่างสมบูรณ์

แนวคิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ได้ถูกนำมาใช้คาดการณ์พฤติกรรมของบุคคลในการทำงาน โดยเชื่อว่า ความตั้งใจเป็นสาเหตุที่แท้จริงของการแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้น (Zigarmi et al., 2012) จากการเชื่อมโยงความเชื่อ ทศนคติ และความตั้งใจ เรียกสภาวะนี้ว่า ความตั้งใจในงาน (work intention) ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อเท็จจริงที่ได้จากผลการสำรวจภาพรวมสถานการณ์การทำงานของประชากรของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี พ.ศ. 2559 ที่พบว่าผู้ว่างงานส่วนใหญ่เป็นผู้ว่างงานตามประสบการณ์หรือเคยทำงานมาก่อน มีจำนวนมากถึงร้อยละ 50 ของผู้ว่างงานทั้งหมด และมีอาชีพอยู่ในภาคบริการและการค้ากว่าร้อยละ 70 ของผู้ว่างงานกลุ่มนี้ โดยเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจลาออกมากที่สุด คือ ความต้องการ

เปลี่ยนงาน มากกว่าร้อยละ 80 ของเหตุผลทั้งหมด (National Statistical Office, 2016) จึงวิเคราะห์ได้ว่า ความตั้งใจลาออก (turnover intention) เป็นสาเหตุที่แท้จริงของพฤติกรรมการตัดสินใจลาออกนั่นเอง อีกทั้ง ผลการสำรวจเชิงปฏิบัติการจำนวนมากยังพบว่าการตัดสินใจลาออกของพนักงาน ส่วนใหญ่ไม่ได้มีสาเหตุจากความต้องการถอนตัวจากงานหรือองค์กร แต่เป็นความต้องการถอนตัวจากผู้นำของพนักงานเอง (Gallup, 2013; Harter et al., 2002; Hewitt Associates, 2015) ส่วนด้านการจ้างงานนั้น พบว่าการสร้างประสบการณ์ในการจ้างงาน ควรมุ่งให้เกิดความพอใจในการทำงาน จากการได้รับการตอบสนองความคาดหวังที่มีคุณค่าสูงกว่าความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เช่น การได้รับการยอมรับ ความก้าวหน้าในสายอาชีพ ความสมบูรณ์ในชีวิต เป็นต้น ซึ่งจะนำไปสู่การรักษาพนักงานที่มีความสามารถสูงให้คงอยู่ และเป็นการสร้างภาพลักษณ์การจ้างงานที่ดีขององค์กรได้

จากสถานการณ์ข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการประยุกต์แนวคิดในการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่าง พนักงาน ผู้นำ และองค์กร โดยหากสามารถทราบถึงสาเหตุที่แท้จริงของพฤติกรรม นั้น คือ สภาวะความตั้งใจ แล้ว จะเกิดคุณประโยชน์อย่างยิ่งต่อองค์กรในการจัดหาทรัพยากรการจ้างงานที่เหมาะสม เพื่อให้ได้มาซึ่งพนักงานที่สร้างคุณค่าให้แก่องค์กรได้ โดยการศึกษาวิจัยนี้ได้ศึกษาบุพปัจจัย (antecedents) ของการเกิดพันธะผูกพันของพนักงาน 2 ปัจจัย คือ ภาวะผู้นำเชิงปฏิรูป (transformational leadership) และการรับรู้แบรนด์นายจ้าง (employer brand perception) เป็นการทดสอบที่มุ่งอธิบายบทบาทของพันธะผูกพันของพนักงาน (employee engagement) ในฐานะตัวแปรคั่นกลาง (mediator) ในการถ่ายทอดผลกระทบทางตรงและทางอ้อมของบุพปัจจัยต่อผลลัพธ์ (consequences) คือ ความตั้งใจในงาน ที่นำไปสู่การเกิดพฤติกรรมที่องค์กรปรารถนา

และสามารถประยุกต์โมเดลเชิงการจัดการในการสร้างพันธะผูกพันของพนักงานของธุรกิจโรงแรมเครือข่ายสัญชาติไทย และธุรกิจเครือข่ายอื่นๆ ให้พร้อมรับมือกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงปฏิรูปที่มีต่อการรับรู้แบรนด์นายจ้าง ต่อพันธะผูกพันของพนักงาน และต่อความตั้งใจในงาน
2. ศึกษาผลกระทบของการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่มีต่อพันธะผูกพันของพนักงาน และต่อความตั้งใจในงาน
3. ศึกษาผลกระทบของพันธะผูกพันของพนักงานที่มีต่อความตั้งใจในงาน

นิยามศัพท์เฉพาะ

บุพปัจจัย หมายถึง ปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่แท้จริงหรือเป็นกลุ่ม ตัวแปรลำดับแรกของการเกิดพันธะผูกพันของพนักงานที่มีผลต่อความตั้งใจในงาน ซึ่งในการวิจัยนี้ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงปฏิรูป การรับรู้แบรนด์นายจ้าง

เงื่อนไขทางจิตใจ หมายถึง ความต้องการหรือเหตุปัจจัยต่างๆ ที่เป็นสิ่งสนับสนุนหรือยับยั้งให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาหรือพฤติกรรมตามเป้าหมาย ซึ่งเงื่อนไขอาจมีได้หลากหลายตามปัจเจกบุคคล

โรงแรมเครือข่ายสัญชาติไทย หมายถึง กลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทไทย ที่ดำเนินการจดทะเบียนโดยบริษัทของคนไทย มีการควบคุมการบริหารงานทั้งหมด ขึ้นอยู่กับส่วนกลางภายใต้ชื่อกลุ่มแบรนด์เดียวกัน โดยมุ่งเน้นการมอบบริการรูปแบบไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของทุกโรงแรม

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (social exchange theory) เป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับในการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลในการทำงาน ได้นำมาใช้เป็นทฤษฎีพื้นฐาน (theoretical background) ของการวิจัยนี้ เพื่ออธิบายถึง การมีปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการจ้างงานที่มีความซับซ้อนระหว่าง ผู้นำและองค์กร ผู้นำและพนักงาน องค์กรและพนักงาน รวมถึง ผู้นำ องค์กร และพนักงาน ในการสร้างคุณค่าร่วมกัน จากการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร (Perceive Organizational Support--POS) และการรับรู้การสนับสนุนของหัวหน้างาน (Perceive Supervisor Support--PSS) กล่าวคือ เมื่อพนักงานได้รับตอบสนองความคาดหวังในการทำงาน จะเกิดความรู้สึกถึงการได้รับความเอาใจใส่จากองค์กร และได้รับการกระตุ้นจากผู้นำหรือหัวหน้างาน จะเกิดความรู้สึกถึงคุณค่าของการทำงานให้กับองค์กร ซึ่งได้พัฒนาตามเวลาไปสู่ความรู้สึกไว้วางใจ (trust) จนเกิดความรู้สึกว่าตนมีภาระผูกพัน (obligation) ในการทำงาน และปรารถนาที่จะตอบสนองกลับต่อองค์กร และผู้นำด้วยพฤติกรรมทางบวก เรียกกระบวนการนี้ว่า กฎการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน (reciprocal) (Cropanzano & Mitchell, 2005)

ภาวะผู้นำเชิงปฏิรูป คือ การปฏิบัติของผู้นำที่มุ่งสร้างการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ของผู้ตาม ให้ตระหนักถึงคุณค่าของการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ด้วยคุณลักษณะเฉพาะของผู้นำในการยกระดับความคาดหวังของผู้ตามให้สูงขึ้นกว่าความต้องการพื้นฐานของงาน และเกิดความเชื่อมั่นว่าสามารถนำพาผู้ตามไปสู่เป้าหมายนั้นร่วมกันได้ เป็นรูปแบบภาวะผู้นำร่วมสมัยที่ได้บูรณาการคุณลักษณะของผู้นำเชิงเป้าหมาย (transactional leaders) และผู้นำเชิงปฏิรูป (transformational leaders) ให้เป็นผู้นำที่มุ่งสร้างงาน และมุ่งสร้างคนในเวลาเดียวกัน (Bass, 1990) มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับความคาดหวังของผู้ตาม

3 ประการ ได้แก่ ประการแรก คือ เกิดความตระหนักถึงการสร้างผลการปฏิบัติงานสูง ประการที่สอง คือ เกิดเป้าหมายในการทำงานเหนือกว่าความต้องการพื้นฐานของงาน และประการสุดท้าย คือ เกิดความคาดหวัง ได้รับการตอบสนองในลำดับขั้นความต้องการสูงขึ้น (Ghadi, Fernando & Caputi, 2013, pp. 534-535) ซึ่งการปรับเปลี่ยนผู้ตามดังกล่าว แสดงถึง บทบาทของผู้นำในการเชื่อมโยงคุณค่าของงานไปยังคุณค่าของผู้ตาม (Bass, 1990, pp. 19-31)

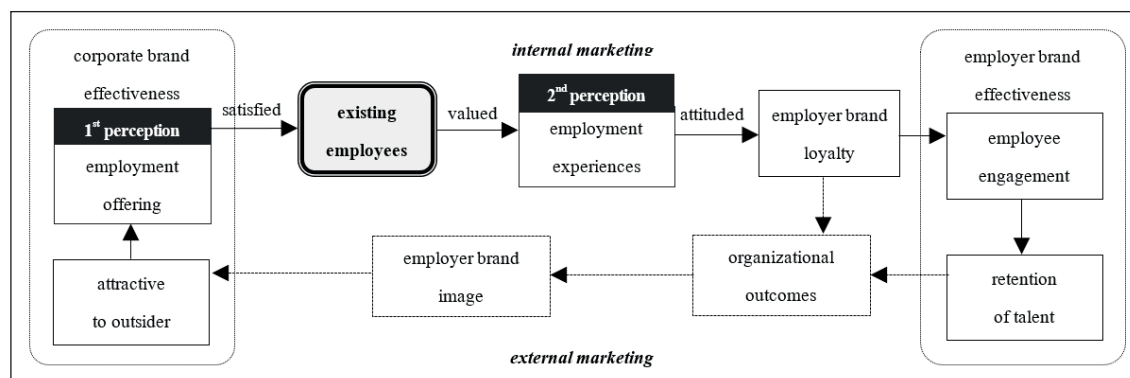
การวิจัยนี้ได้สังเคราะห์คุณลักษณะภาวะผู้นำเชิงปฏิรูปที่ทรงประสิทธิภาพต่อผู้ตาม (Bass, 1997; Kouzes & Posner, 2017) ไว้ 5 ลักษณะ ได้แก่ (1) การใส่ใจ (caring) เป็นการให้ความสำคัญกับการบรรลุเป้าหมายในการทำงานของผู้ตาม เป็นผู้ชี้แนะ (mentor) และผู้สอนงาน (coach) ที่เข้าใจถึงความต้องการที่แตกต่างกันในเชิงปัจเจกบุคคล (2) การนำเชิงบารมี (charming) เป็นการปฏิบัติงานที่มุ่งผลประโยชน์ของส่วนรวม ใช้อำนาจในการบังคับบัญชาที่น่าเชื่อถือ และน่าไว้วางใจ (3) การเป็นต้นแบบ (modeling) เป็นการปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างให้ผู้ตามตระหนักถึงคุณค่าการปฏิบัติงานเพื่อเป้าหมายขององค์กร เพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้ตามมีความพยายามมากขึ้นในการทำงาน (4) การสร้างแรงบันดาลใจ (inspiring) เป็นการถ่ายทอดวิสัยทัศน์ให้ผู้ตามรับรู้ถึงอนาคตขององค์กรได้อย่างชัดเจน และเข้าใจในบทบาทงานว่ามีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร และ (5) การกระตุ้นการคิด (thinking) หมายถึง การสร้างโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดริเริ่มนำเสนอวิธีทำงานใหม่ๆ และได้พยายามอธิบายถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน เพื่อสร้างวัฒนธรรมการทำงานด้วยการใช้ความคิดอย่างมีตรรกะ

การรับรู้แบรนด์นายจ้าง คือ ความตระหนักในคุณค่าของผลประโยชน์ที่ได้รับจากการจ้างงาน ทั้งด้านการปฏิบัติงานและด้านอารมณ์ที่มีคุณค่าเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากองค์กรอื่น เกิดเป็น

ประสบการณ์ที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรในฐานะนายจ้างที่พนักงานปรารถนา เป็นแนวคิดการสร้างแบรนด์นายจ้าง ที่ได้นำหลักการสร้างแบรนด์ทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์โดยมองว่า พนักงานเป็นลูกค้าภายในที่องค์กรต้องสื่อสารคุณสมบัติประโยชน์ที่จะได้รับจริงอย่างชัดเจน อธิบายถึงความพยายามขององค์กรในฐานะนายจ้างในการส่งมอบผลประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับจากกระบวนการจ้างงานที่มีคุณค่าครอบคลุมทั้ง ด้านการปฏิบัติงาน (functional benefits) ด้านผลตอบแทน (economical benefits) และด้านอารมณ์ (emotional benefits) ซึ่งด้านสุดท้ายนี้จะมีความเกี่ยวข้องกับสองด้านแรก และมีความซับซ้อนทางจิตใจมากกว่าด้วย (Ambler & Barrow, 1996, p.191) โดยแนวคิดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการรักษา (retain) และดึงดูด (attract) พนักงานที่มีความสามารถเหมาะสมกับองค์กร (Ambler & Barrow, 1996, p. 186) จึงมีผลกระทบต่อพนักงานที่คงอยู่ (existing employees) และพนักงานผู้มีแนวโน้ม (potential employees) (Backhaus & Tikoo, 2004, p. 120)

หลักการสร้างแบรนด์นายจ้าง ให้ความสำคัญกับการวางตำแหน่งแบรนด์นายจ้าง (employer brand positioning) ที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นจากนายจ้างอื่น ต้องสื่อถึงคุณสมบัติของพนักงานที่ต้องการ และ

ผลประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับอย่างชัดเจน เมื่อกล่าวถึงชื่อองค์การสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นนายจ้างตัวเลือก (the employer of choice) ที่ปรารถนาเข้ามาทำงาน (Barrow & Mosley, 2005) โดยการวิจัยนี้วิเคราะห์ได้ว่า พนักงานที่คงอยู่ปัจจุบัน สามารถบ่งชี้ประสิทธิภาพของแบรนด์ได้ดีกว่าพนักงานใหม่ในอนาคต เนื่องจากได้รับผลกระทบต่อการรับรู้ 2 ลำดับ (double perceptions) อธิบายได้ว่าการรับรู้ลำดับแรก คือ การรับรู้ข้อเสนอการจ้างงาน (employment offerings) จากการรับรู้ข้อเสนอผลตอบแทนที่เกิดความพึงพอใจ และประสบการณ์จากการได้รับข่าวสาร ชื่อเสียง หรือภาพลักษณ์ภายนอกขององค์กรที่ทำให้รู้สึกน่าสนใจมาก่อน ส่วนการรับรู้ลำดับที่สอง คือ การรับรู้ประสบการณ์จ้างงาน (employment experiences) จากการประเมินคุณค่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำงาน เป็นประสบการณ์ต่อแบรนด์ที่มีความซับซ้อนของกระบวนการทางจิตใจมากกว่าลำดับแรก เกี่ยวข้องกับการตลาดภายใน ที่ทำให้เกิดการซึมซับวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ขององค์กร ส่งผลให้เกิดความภักดีต่อแบรนด์นายจ้าง (employer brand loyalty) ปรารถนาคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กร และมุ่งมั่นสร้างผลการปฏิบัติงานประสิทธิภาพสูงส่งมอบแก่ลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่ภาพลักษณ์องค์กรภายนอกต่อไป แสดงดังภาพ 1

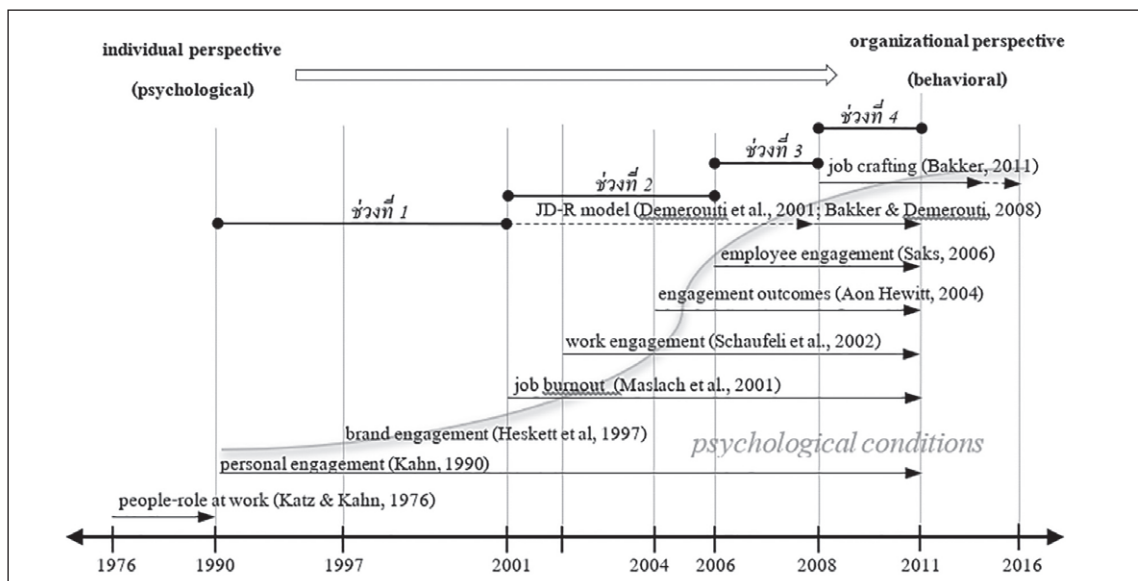


ภาพ 1 การรับรู้แบรนด์นายจ้างของพนักงานปัจจุบัน (the double perceptions of existing employee) ที่มา: จากผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

ตัวบ่งชี้คุณลักษณะแบรนด์นายจ้างที่มีคุณค่าสามารถสังเคราะห์จากแนวคิดความน่าดึงดูดใจขององค์กร (organizational attractiveness) (Berthon et al., 2005, p. 151) ได้ 4 ด้าน ได้แก่ (1) คุณค่าด้านชื่อเสียง (reputational value) เป็นภาพลักษณ์องค์กรที่สร้างความน่าสนใจ รูปแบบการทำงานที่ทันสมัย ทำทนายให้ปรารถนาเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน (2) คุณค่าด้านผลตอบแทน (economics value) เป็นผลตอบแทนที่ได้รับจากการทำงานทั้งในรูปตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน ทำให้รู้สึกถึงความมั่นคงก้าวหน้าในการทำงาน (3) คุณค่าด้านสังคม (social value) เป็นความรู้สึกมั่นคงทางจิตใจเชิงความสัมพันธ์ภายใน จากความสัมพันธ์อันดีจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน ทำให้มีความสุขในการทำงาน (4) คุณค่าด้านการพัฒนา (development value) เป็นความเชี่ยวชาญในอาชีพที่เกิดขึ้น จากวัฒนธรรมการทำงานที่กระตุ้นให้พยายามนำเสนอผลการปฏิบัติงานประสิทธิภาพสูง เพื่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

พันธะผูกพันของพนักงาน คือ สภาวะความยึดมั่นทางอารมณ์ของพนักงานทางกายภาพ และความรู้สึก

นึกคิด ที่แสดงออกถึงระดับความทุ่มเทร่างกายแรงใจในบทบาทการทำงาน เพื่อผลประโยชน์ขององค์กร เป็นแนวคิดที่ได้วิวัฒนาการเริ่มจากมุมมองระดับบุคคล (individual perspective) ในการเกิดพันธะของบุคคล (personal engagement) มุ่งการปฏิบัติงานตามบทบาทที่ได้รับด้วยความเต็มใจ ที่พัฒนาไปสู่การเกิดพันธะผูกพันในการทำงาน (work engagement) มุ่งการเกิดความผูกพันในชีวิตการทำงานมากขึ้น และต่อมากการพัฒนาแนวคิดเชิงการจัดการ ได้คำนึงถึงมุมมองระดับองค์กร (organizational perspective) จากการที่องค์กรคาดหวังให้พนักงานเกิดพันธะผูกพันกับเป้าหมายองค์กรมากขึ้น มุ่งผลกระทบเชิงพฤติกรรมเพื่อสร้างผลการปฏิบัติงานสูง และเกิดความเชี่ยวชาญในงาน แสดงให้เห็นถึง การศึกษาบทบาทของพันธะผูกพันที่มีความซับซ้อนมากขึ้นในการเกิดผลกระทบ (mediating effect) ของปัจจัยการทำงานที่ได้รับการตอบสนองจากองค์กร ไปสู่ผลลัพธ์ในระดับบุคคล และองค์กร ตามลำดับ จึงกล่าวได้ว่า การบรรลุผลลัพธ์ในระดับธุรกิจ ต้องสร้างผลลัพธ์ในระดับบุคคลให้เกิดขึ้นก่อน (Kular et al., 2008; pp.6-7) แสดงดังภาพ 2

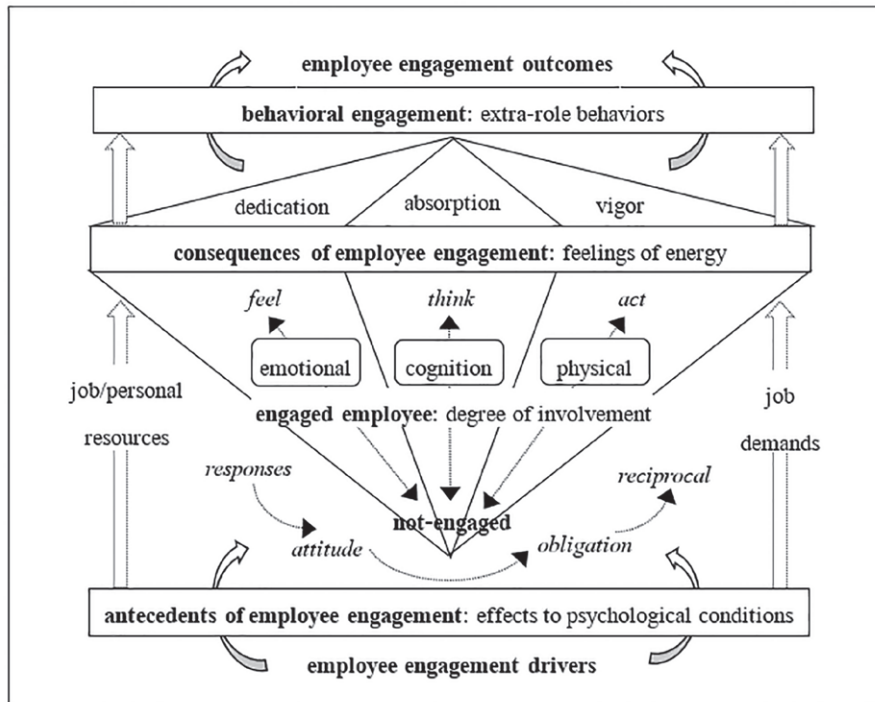


ภาพ 2 วิวัฒนาการของแนวคิดพันธะผูกพันของพนักงาน (evolution of employee engagement concept) ที่มา: จากผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

หลักสำคัญของการสร้างพันธะผูกพันของพนักงาน คือ การตอบสนองเงื่อนไขทางจิตใจ (psychological conditions) ของบุคคล 3 ประการ (Kahn, 1990; Maslach et al., 2001) ได้แก่ ประการแรก สภาวะการมีคุณค่า (psychological meaningfulness) เป็นความรู้สึกว่างานของตนเองมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ประการที่สอง สภาวะความมั่นคง (psychological safety) เป็นความรู้สึกมั่นคงทางสังคม จากการได้รับการยอมรับ และกล้าแสดงความเป็นตัวตนโดยปราศจากความกลัว และประการสุดท้าย สภาวะการหามาได้ (psychological availability) เป็นความรู้สึกเชื่อมั่นถึงความเป็นไปได้ในการได้รับการตอบสนองความคาดหวัง และการได้มาซึ่งปัจจัยที่ตอบสนองสภาวะทางจิตใจทั้งสองประการก่อนหน้า โดยการสร้างพันธะผูกพันของพนักงาน มีความจำเป็นต้องเข้าใจถึงกฎการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน กล่าวคือ เมื่อพนักงานได้รับการตอบสนองเงื่อนไขทางจิตใจดังกล่าวจะแสดงความเป็นตัวตนในบทบาท ด้วยความรู้สึกปรารถนามีส่วนร่วมที่หลากหลายใน 3 มิติ ได้แก่ (1) มิติทางกายภาพ (physical dimension) เป็นความรู้สึกมีพลัง พร้อมทั้งจะปฏิบัติงานด้วยความยืดหยุ่นทางจิตใจในการทำงาน ให้บรรลุผลสำเร็จ มีความกระฉับกระเฉง (vigor) ที่ได้กระทำสิ่งที่ตนถนัด (2) มิติทางอารมณ์ (emotional dimension) เป็นความรู้สึกมีแรงบันดาลใจในการทำงานเพื่อองค์กร มีความกระตือรือร้น อุทิศตน (dedication) ในการทำงานอย่างขยันขันแข็งด้วยความรู้สึกภาคภูมิใจ และ (3) มิติทางการรู้คิด (cognitive

dimension) เป็นความตระหนักได้ในคุณค่าของงานที่ทำให้เกิดความซึมซับ (absorption) เป็นส่วนหนึ่งกับงาน มีใจจดจ่อกับการทำงานได้อย่างต่อเนื่อง (Kahn, 1990; Schaufeli et al., 2002, p. 74) ซึ่งพนักงานที่ซึมซับในงานสูง จะสามารถสร้างผลงานที่เหนือความต้องการของงานได้ (Bakker & Demerouti, 2008, p.209)

การวิจัยนี้ได้พัฒนา โมเดลการเกิดพันธะผูกพันของพนักงาน ตามกฎการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน (Employee Engagement by Rule of Reciprocal model--EERR model) ขึ้น เพื่ออธิบายว่า พันธะผูกพัน คือ ระดับ (degree) ความรู้สึกต้องการมีส่วนร่วมในแต่ละมิติที่หลากหลายในการปฏิบัติงาน จึงเป็นเหตุผลให้ที่ผ่านมามีพนักงานตอบสนองต่อองค์กรด้วยระดับพันธะผูกพันที่แตกต่างกัน (Kahn, 1990; Kular et al., 2008, p.6; Saks, 2006, pp.604-612) ทั้งนี้ หากพนักงานยังคงได้รับความใส่ใจจากองค์กรอย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์จากความมุ่งมั่นสร้างผลการปฏิบัติงานสูงอยู่เสมอ จะส่งผลทางอ้อมให้เกิดความเชี่ยวชาญในงาน (job crafting) เป็นพนักงานที่มีความสามารถสูงที่สามารถสร้างคุณค่าที่แตกต่างจากองค์กรอื่นได้ (Bakker, 2011, pp. 267-268) แต่หากพนักงานไม่ได้รับการตอบสนองอย่างสม่เสมอภายใต้ความคาดหวังที่สูงขึ้นตามปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ระดับพันธะผูกพันที่เคยเกิดขึ้นจะลดลงได้ภายในระยะเวลาอันสั้น และอาจลดลงถึงระดับการไม่เกิดพันธะผูกพัน (not-engaged) ได้ในที่สุด แสดงดังภาพ 3



ภาพ 3 EERR model

ที่มา: จากผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

ความตั้งใจในงาน คือ ความมุ่งมั่นในการประพฤติปฏิบัติตนในฐานะสมาชิกขององค์กร จากการประเมินคุณค่าที่ได้รับจากกระบวนการจ้างงาน แสดงออกถึงเจตนาในการแสดงพฤติกรรมและความรู้สึกนึกคิดเชิงบวกต่อองค์กร เป็นการนำแนวคิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม มาศึกษาถึงกระบวนการเกิดพฤติกรรมในการทำงาน จากการประเมินสภาพการทำงานของบุคคลจากทัศนคติ และการได้รับอิทธิพลของกลุ่มหรือสังคม ที่แสดงถึงการรู้คิด และความผาสุกที่เกิดขึ้นจากการทำงานให้กับองค์กร โดยเชื่อว่า ความตั้งใจสามารถอธิบายสาเหตุของการกระทำตามวัตถุประสงค์ได้ชัดเจนที่สุด เสมือนตัวแทนสถานะจิตใจที่นำไปสู่ทิศทางการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้น (Armitage & Connor, 2001; Fishbein & Ajzen, 2010) และจากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ผ่านมาได้ยืนยัน

ว่า ความตั้งใจในงาน เป็นตัวคาดการณ์พฤติกรรมการเกิดพันธะผูกพันของพนักงานที่แข็งแกร่งที่สุด และมีความแม่นยำมากกว่าเมื่อเทียบกับการวัดความพึงพอใจในงาน (job satisfaction) หรือ ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร (organizational commitment) หรือการรู้คิดในการถอนตัว (withdrawal cognition) ที่ยังเกิดความคลุมเครือในการวัดพฤติกรรมเฉพาะได้ (Nimon & Zigarmi, 2015, p.16; Zigarmi et al., 2012, pp.26-27) ดังนั้น การวิจัยนี้จึงเชื่อว่า ความตั้งใจในงาน สามารถเป็นตัวแทนของพฤติกรรมการเกิดพันธะผูกพันของพนักงานได้

การคาดการณ์พฤติกรรมที่องค์กรปรารถนาในการวิจัยนี้ สามารถวิเคราะห์ได้จากการเชื่อมโยง มิติพันธะผูกพันของบุคคล พันธะผูกพันในการทำงาน และสถานะความตั้งใจในงาน โดยพบว่า มีความสอดคล้อง

กับพฤติกรรมของพนักงานที่เกิดพันธะผูกพัน ได้แก่ การคงอยู่ (stay) การพูด (say) และการมุ่งมั่น (strive) (Aon Hewitt, 2015) จึงกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของความตั้งใจในงานได้ 3 ลักษณะ ได้แก่ (1) ความตั้งใจอยู่ (intent to stay) เป็นความมุ่งมั่นเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป ด้วยความเต็มใจรับผิดชอบงานตามบทบาทหน้าที่ และไม่คิดวางแผนโยกย้ายในช่วงระยะเวลาอันสั้นหรือภายในหนึ่งปี (2) ความตั้งใจรับรองส่งเสริม (intent to endorse) เป็นความ

มุ่งมั่นในการแสดงความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับองค์การในการรับรองกับบุคคลอื่นว่า องค์การเป็นสถานที่ทำงานที่ดี และยินดีบอกเล่าถึงชื่อเสียงขององค์การแก่บุคคลภายนอกได้รับรู้ (3) ความตั้งใจแสดงผลงาน (intent to perform) เป็นความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานด้วยความพยายามอย่างเต็มความสามารถ เพื่อส่งมอบผลงานประสิทธิภาพสูง โดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นสำคัญ (Zigarmi et al., 2012) ดังตาราง 1

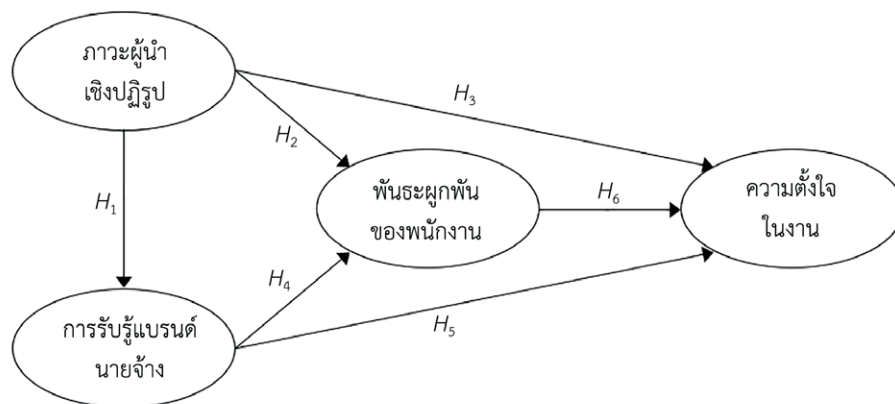
ตาราง 1

ความสอดคล้องของพันธะผูกพันของพนักงาน ความตั้งใจในงาน และพฤติกรรมของพันธะผูกพัน

มิติพันธะผูกพัน (Kahn, 1990)	พันธะผูกพันในการงาน (Schaufeli et al., 2002)	ความตั้งใจในงาน (Zigarmi et al., 2012)	พฤติกรรมพันธะผูกพัน (Aon Hewitt, 2015)
มิติด้านกายภาพ (physical)	การมีพลัง (vigor)	ความตั้งใจอยู่ (intent to stay)	การคงอยู่ (stay)
มิติด้านอารมณ์ (emotional)	การทุ่มเท (dedication)	ความตั้งใจรับรองส่งเสริม (intent to endorse)	การพูด (say)
มิติด้านการรู้คิด (cognitive)	การซึมซับ (absorption)	ความตั้งใจแสดงผลงาน (intent to perform)	การมุ่งมั่น (strive)

ที่มา: จากผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังภาพ 4



ภาพ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงปฏิรูปมีผลกระทบทางบวกต่อการรับรู้แบรนด์นายจ้าง

สมมุติฐานที่ 2 ภาวะผู้นำเชิงปฏิรูปมีผลกระทบทางบวกต่อพันธะผูกพันของพนักงาน

สมมุติฐานที่ 3 ภาวะผู้นำเชิงปฏิรูปมีผลกระทบทางบวกต่อความตั้งใจในงาน

สมมุติฐานที่ 4 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีผลกระทบทางบวกต่อพันธะผูกพันของพนักงาน

สมมุติฐานที่ 5 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีผลกระทบทางบวกต่อความตั้งใจในงาน

สมมุติฐานที่ 6 พันธะผูกพันของพนักงานมีผลกระทบทางบวกต่อความตั้งใจในงาน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods research) ระหว่าง การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert's rating scale) 5 ระดับ กับกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานภาคปฏิบัติการ (line functions) ของโรงแรมและรีสอร์ทเครือข่ายสัญชาติไทย จาก 4 ภูมิภาคของประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 535 คน เป็นกลุ่มพนักงานส่วนทำรายได้ (revenue center) ได้แก่ แผนกต้อนรับส่วนหน้า แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกแม่บ้าน แผนกกีฬาและสันทนาการ และอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงครอบคลุมประชากรตามวัตถุประสงค์การวิจัย (Thanin, 2014)

ส่วนการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการโรงแรมและด้านทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 12 ท่าน เพื่อทราบความคิดเห็นในมุมมองขององค์การในเชิงการจัดการ ส่วนกลุ่มที่ 2 คือ พนักงานระดับบริหาร จำนวน 6 ท่าน เพื่อทราบความคิดเห็น

ในมุมมองของพนักงานที่มีประสบการณ์การจ้างงาน โดยกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ใช้รูปแบบการเผชิญหน้า (face-to-face) และกลุ่มที่ 3 คือ พนักงานภาคปฏิบัติการ จำนวน 12 ท่าน แบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อย เพื่อทราบข้อมูลในมุมมองของพนักงานที่มีลักษณะเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้รูปแบบการสนทนากลุ่ม (focus group)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์คุณลักษณะโดยรวมกลุ่มตัวอย่าง แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.70 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 51.21 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 44.67 และสถานภาพสมรส ร้อยละ 57.57 ส่วนด้านคุณลักษณะการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งพนักงานภาคปฏิบัติการ ระดับ 6-8 ร้อยละ 83.20 ปฏิบัติงานในแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 48.60 มีประสบการณ์ทำงาน ณ โรงแรมปัจจุบัน เวลา 1-3 ปี ร้อยละ 48.04 และมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 68.04

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยรายด้านจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า (1) ภาวะผู้นำเชิงปฏิรูป พบว่า พนักงานได้รับการปฏิบัติจากภาวะผู้นำด้านการนำเชิงบริหาร มีค่าสูงที่สุด เท่ากับ 4.18 รองลงมา คือ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ เท่ากับ 4.05 ด้านการเป็นต้นแบบ เท่ากับ 4.00 และค่าน้อยที่สุด คือ ด้านการกระตุ้นการคิด เท่ากับ 3.85 (2) การรับรู้แบรนด์นายจ้าง พบว่า พนักงานเกิดการรับรู้คุณค่าด้านชื่อเสียง มีค่าสูงที่สุด เท่ากับ 4.24 รองลงมา คือ คุณค่าด้านสังคม เท่ากับ 4.22 คุณค่าด้านการพัฒนา เท่ากับ 4.14 และค่าน้อยที่สุด คือ คุณค่าด้านผลตอบแทน เท่ากับ 3.41 (3) พันธะผูกพันของพนักงาน พบว่า พนักงานเกิดระดับพันธะผูกพันด้านอารมณ์ มีค่าสูงที่สุด เท่ากับ 4.14 รองลงมา คือ พันธะผูกพันด้าน

กายภาพ เท่ากับ 4.09 และค่าน้อยที่สุด คือ พันธะผูกพันด้านการรู้คิด เท่ากับ 3.86 และสุดท้าย (4) ความตั้งใจในงาน พบว่า พนักงานเกิดความตั้งใจด้านความตั้งใจแสดงผลงาน มีค่าสูงที่สุด เท่ากับ 4.36 รองลงมา คือ ด้านการรับรองส่งเสริม เท่ากับ 3.97 และค่าน้อยที่สุด คือ ด้านความตั้งใจคงอยู่ เท่ากับ 3.55

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ของตัวแปรแฝงทั้ง 4 ตัวแปร ปรากฏดังนี้

1. ตัวแปรภาวะผู้นำเชิงปฏิรูป (LEADER) พบว่า ด้านการเป็นต้นแบบ (MODEL) มีค่าดัชนีบ่งชี้คุณลักษณะสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านการใส่ใจ (CARE) ด้านการกระตุ้นการคิด (THINK) การนำเชิงบริหาร (CHARM) ตามลำดับ และค่าน้อยที่สุด คือ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ (INSPIRE)

2. ตัวแปรการรับรู้แบรนด์นายจ้าง (EMPLOY) พบว่า คุณค่าด้านชื่อเสียง (REPUTE) มีค่าดัชนีบ่งชี้คุณลักษณะสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านการพัฒนา (DEVEL) ด้านผลตอบแทน (ECON) ตามลำดับ และค่าน้อยที่สุด คือ ด้านสังคม (SOCIAL)

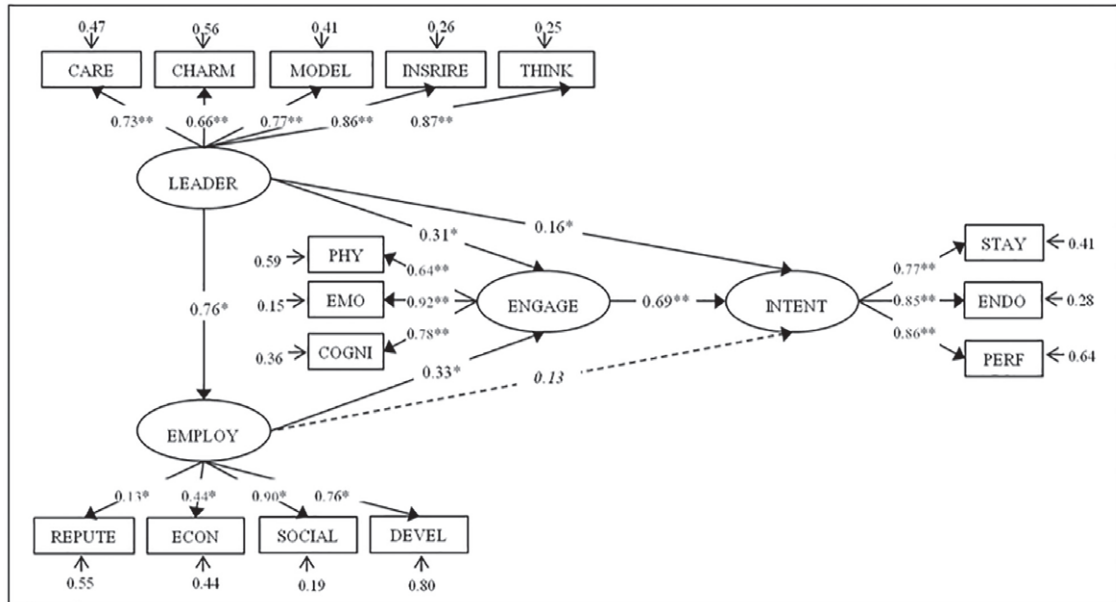
3. ตัวแปรพันธะผูกพันของพนักงาน (ENGAGE) พบว่า ด้านอารมณ์ (EMO) มีค่าดัชนีบ่งชี้คุณลักษณะสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านกายภาพ (PHY) และค่าน้อยที่สุด คือ ด้านการรู้คิด (COGNI)

4. ตัวแปรความตั้งใจในงาน (INTENT) พบว่า ด้านการรับรองส่งเสริม (ENDOS) มีค่าดัชนีบ่งชี้คุณลักษณะ

สูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านการคงอยู่ (STAY) และค่าน้อยที่สุด คือ ด้านการแสดงผลงาน (PEFORM)

โดยพบว่า ค่าดัชนีบ่งชี้ความเหมาะสมกลมกลืนของแต่ละองค์ประกอบ (fit index for CFA) ของทั้ง 4 ตัวแปร มีค่าผ่านตามเกณฑ์ทุกค่า (Hair et al., 2006, pp. 777-779) แสดงว่า มาตรฐานวัดองค์ประกอบของตัวแปรแฝงที่พัฒนาขึ้นในการวิจัยนี้ สามารถใช้บ่งชี้คุณลักษณะขององค์ประกอบภายใต้ตัวแปรเดียวกันได้

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่า ค่าดัชนีบ่งชี้ความเหมาะสมกลมกลืน (over all goodness of fit) เป็นไปตามเกณฑ์ คือ χ^2 เท่ากับ 45.07, df เท่ากับ 37, χ^2/df เท่ากับ 1.22, p -value เท่ากับ 0.17008, CFI เท่ากับ 0.999, GFI เท่ากับ 0.989, AGFI เท่ากับ 0.964 และ RMSEA เท่ากับ 0.020 แสดงว่า แบบจำลองการวิจัยที่ได้พัฒนาขึ้นนี้ มีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และจากผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรภายในแบบจำลอง พบว่า พันธะผูกพันของพนักงานมีผลกระทบทางตรงต่อความตั้งใจในงานมากที่สุด จากการได้รับผลกระทบจากภาวะผู้นำเชิงปฏิรูป และการรับรู้แบรนด์นายจ้าง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ส่งผลกระทบโดยรวมเท่ากับ 0.69 ($t = 10.13$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และพบว่า การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีความสัมพันธ์ทางตรงต่อความตั้งใจในงาน ($t = 1.44$) แสดงดังภาพ 5



ภาพ 5 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

การทดสอบสมมุติฐานการวิจัย เมื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ มาทดสอบสมมุติฐานการวิจัย พบว่า สมมุติฐานที่ 1, 2, 3, 4 และ 6 มีความสอดคล้องตามสมมุติฐานการวิจัย ส่วนสมมุติฐานที่ 5 ไม่มีความสอดคล้องตามสมมุติฐานการวิจัย กล่าวคือ การรับรู้แบรนด์นายจ้างไม่มีผลกระทบทางบวกต่อความตั้งใจในงาน สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า มีความสอดคล้องตามสมมุติฐานการวิจัยทุกสมมุติฐาน

การวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงเปรียบเทียบ เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนาของกลุ่มตัวอย่างประกอบ พบว่า ประสิทธิภาพในการทำงาน ณ โรงแรมปัจจุบัน และระดับตำแหน่งงาน มีผลทำให้ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการทดสอบสมมุติฐานที่ 5 ไม่มีความสอดคล้องกัน เนื่องจากข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ส่วนใหญ่ เป็นความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน 2 มุมมอง ได้แก่ มุมมองของพนักงานภาคบริหาร (กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2) และมุมมองพนักงานภาคปฏิบัติการ (กลุ่มที่ 3)

อภิปรายผล

ประเด็นที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงปฏิรูปมีผลกระทบทางตรงต่อการรับรู้แบรนด์นายจ้าง (0.76) มากที่สุด รองลงมา ต่อพันธะผูกพันของพนักงาน (0.31) และต่อความตั้งใจในงาน (0.16) ตามลำดับ อธิบายได้ว่า การมุ่งเน้นภาวะผู้นำด้านการกระตุ้นการคิด และการสร้างแรงบันดาลใจ จะส่งผลต่อการรับรู้คุณประโยชน์ที่ได้รับจากการจ้างงาน และเกิดระดับพันธะผูกพันของพนักงานสูงขึ้น และส่งผลกระทบให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมสูงขึ้นด้วย ทั้งนี้ การวิจัยนี้เกิดข้อค้นพบ (finding) ประการสำคัญ คือ ภาวะผู้นำเชิงปฏิรูปมีผลกระทบทางบวกต่อการรับรู้แบรนด์นายจ้าง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางในระดับสูง เท่ากับ 0.76 ($t = 2.31$) แสดงให้เห็นว่า ผู้นำมีบทบาทสำคัญเสมือนตัวแทนขององค์กร ในการกระตุ้นการรับรู้คุณประโยชน์ที่นายจ้างพยายามนำเสนอให้แก่พนักงาน

ประเด็นที่ 2 การรับรู้แบรนด์นายจ้างมีผลกระทบทางตรงต่อพันธะผูกพันของพนักงาน (0.33) อธิบายได้ว่า การเกิดการรับรู้คุณประโยชน์ที่นายจ้างนำเสนอ

ให้สูงขึ้น จากการได้รับการตอบสนองความคาดหวังทางจิตใจของบุคคล โดยเฉพาะการรับรู้คุณค่าด้านสังคม และด้านการพัฒนาอาชีพ ทำให้เกิดทัศนคติทางบวกต่อผู้นำ เพื่อร่วมงาน และองค์กร ส่งผลให้เกิดพันธะผูกพันต่อการทำงานเพื่อองค์กรมากขึ้น ส่วนผลกระทบของการรับรู้แบรนด์นายจ้างที่ไม่มีผลกระทบทางตรงต่อความตั้งใจในงาน แสดงให้เห็นว่าการวางตำแหน่งแบรนด์นายจ้าง อาจยังไม่สามารถสื่อสารถึงคุณประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับอย่างชัดเจน จึงควรพิจารณาปรับการผสมผสานองค์ประกอบแบรนด์นายจ้าง (the employer brand mix) ให้เหมาะสมเฉพาะองค์การมากขึ้น

ประเด็นที่ 3 พันธะผูกพันของพนักงานมีผลกระทบทางตรงต่อความตั้งใจในงาน (0.69) มากที่สุด จากการได้รับผลกระทบโดยรวมจากภาวะผู้นำเชิงปฏิรูป และการรับรู้แบรนด์นายจ้าง อธิบายได้ว่า หากองค์การสามารถส่งมอบคุณประโยชน์ที่ตอบสนองเงื่อนไขทางจิตใจ โดยเฉพาะการเกิดพันธะผูกพันทางอารมณ์ จากการรับรู้การสนับสนุนขององค์การ (POS) และการสนับสนุนของหัวหน้างาน (PSS) ที่ทำให้เข้าใจถึงคุณค่าของการทำงานเพื่อองค์กรได้ จะส่งผลให้เกิดความมุ่งมั่นประพฤติปฏิบัติตนในฐานะสมาชิกขององค์การสูงขึ้น

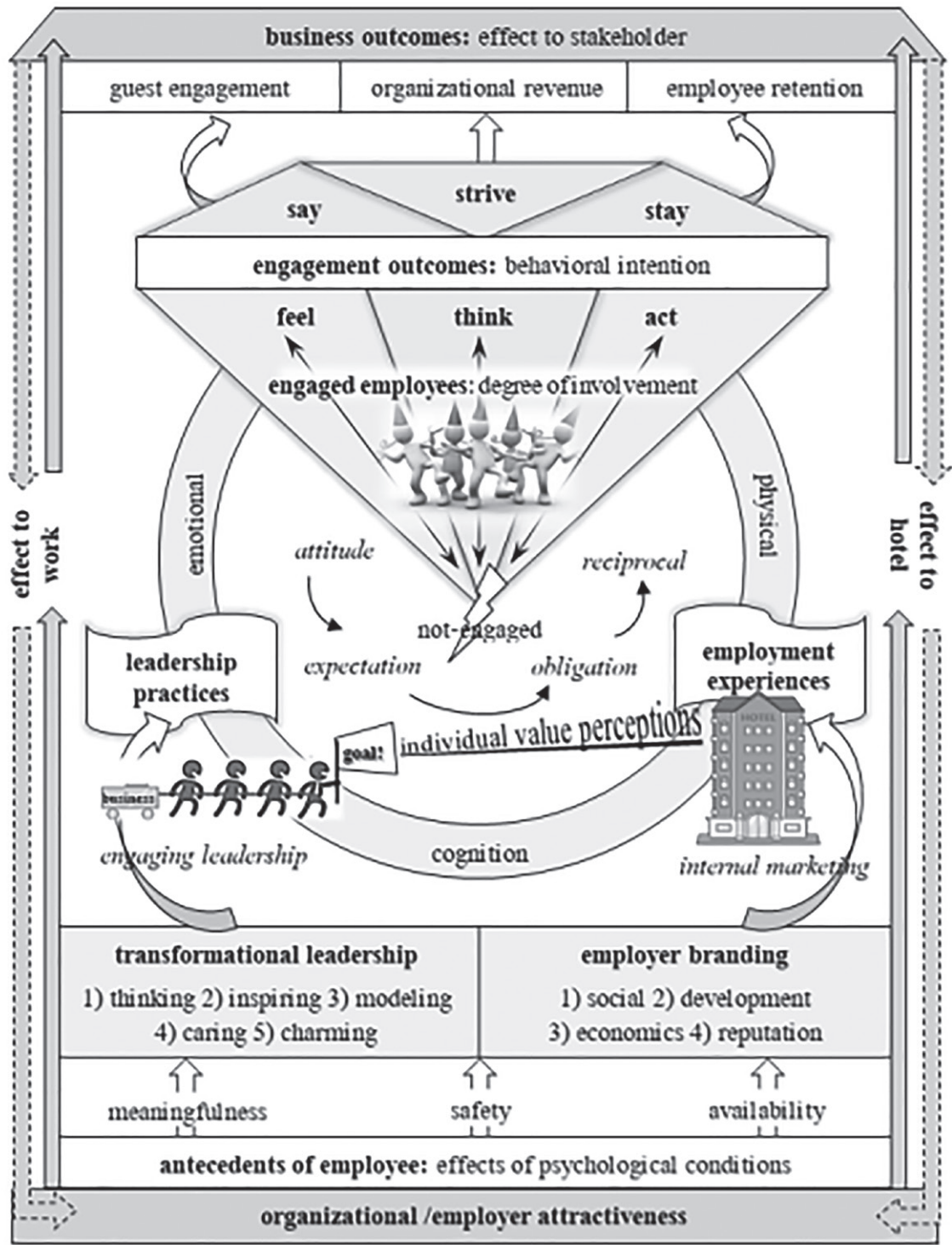
ข้อเสนอแนะ

1. การประยุกต์แนวคิดภาวะผู้นำแห่งการสร้างพันธะผูกพัน (engaging leadership) ของผู้นำที่มีบทบาทการทำงานใกล้ชิดกับพนักงาน โดยมุ่งความเข้าใจถึงการสร้างการรับรู้ประสบการณ์จ้างงานให้แก่พนักงาน

2. การประยุกต์แนวคิดการตลาดภายในร่วมกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยมุ่งการสร้างพันธะผูกพันของพนักงานปัจจุบัน ที่เป็นตัวขับเคลื่อนผลลัพธ์ในระดับธุรกิจ และแสดงถึงแบรนด์นายจ้างที่แข็งแกร่งได้

3. การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในพัฒนาตัวชี้วัดในการสำรวจพันธะผูกพันของพนักงาน (engagement survey) ซึ่งปัจจุบันต้องให้ความสนใจในการประเมินอย่างสม่ำเสมอและจำนวนครั้งมากขึ้น

ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า ผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดคุณประโยชน์สำหรับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมระบบเครือข่าย และธุรกิจระบบเครือข่ายอื่นๆ ได้โดยได้พัฒนาโมเดลต้นแบบทางการจัดการขึ้น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจเชิงกระบวนการ 3 ประการ คือ ประการที่ 1 กฎการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ในการสร้างพันธะผูกพันของพนักงาน ประการที่ 2 การสร้างคุณค่าร่วมกันของทุกฝ่ายภายในองค์กร ในการบรรลุผลลัพธ์ทางธุรกิจ และประการที่ 3 การตอบสนองเงื่อนไขทางจิตใจของพนักงาน ในการจัดหาปัจจัยการจ้างงานที่มีคุณค่า เรียกโมเดลนี้ว่า โมเดลการถอดรหัสพันธะผูกพันของพนักงาน (Decode of Employee Engagement model--DEE model) แสดงปัจจัยหลักของกระบวนการเกิดพฤติกรรมพันธะผูกพันของพนักงาน 3 ด้าน ได้แก่ องค์กร ผู้นำ และพนักงาน เป็นการยืนยันตามแนวคิดทางวิชาการว่า หากองค์กรต้องการสร้างผลลัพธ์ในระดับองค์กร มีความจำเป็นต้องสร้างผลลัพธ์ระดับบุคคลให้เกิดขึ้นก่อน แสดงดังภาพ 6



ภาพ 6 DEE model

ที่มา: จากผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

Reference

- Aon Hewitt. (2015). 2015 *Trends in global employee engagement*. Aon Hewitt Corp, 1, 9-12.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British journal of social psychology*, 40(4), 471-499.
- Avolio, B. J., & Bass, B. M. (1995). Individual consideration viewed at multiple levels of analysis: A multi-level framework for examining the diffusion of transformational leadership. *The Leadership Quarterly*, 6(2), 199-218.
- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International*, 9(5), 501-517.
- Bakker, A. B. (2011). An evidence-based model of work engagement. *Current Directions in Psychological Science*, 20(4), 265-269.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career Development International*, 13(3), 209-223.
- Barrow, S., & Mosley, R. (2005). *The employer brand: Bringing the best of brand management to people at work*. England: John Wiley & Sons.
- Bass, B. M. (1990). From transactional to transformational leadership: Learning to share the vision. *Organizational Dynamics*, 18(3), 19-31.
- Bass, B. M. (1997). Does the transactional-transformational leadership paradigm transcend organizational and national boundaries?. *American Psychologist*, 52(2), 130-139.
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising*, 24(2), 151-172.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900.
- Edwards, M. R. (2010). An integrative review of employer branding and OB theory. *Personnel Review*, 39(1), 5-23.
- Figurska, I., & Matuska, E. (2013). Employer branding as a human resources management strategy. *Human Resources Management & Ergonomics*, 7(2), 35-51.
- Gallup. (2013). *State of the global workplace: Employee engagement insights for business leaders worldwide*. Retrieved, from http://ihrim.org/Pubonline/Wire/Dec13/GlobalWorkplaceReport_2013.pdf
- Ghadi, M. Y., Fernando, M., & Caputi, P. (2013). Transformational leadership and work engagement: The mediating effect of meaning in work. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(6), 532-550.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson University Press.
- Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (2003). *The value-profit chain: Treat employees like customers and customers like employees*. New York: The Free Press.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (2017). *The leadership challenge* (6th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Kular, S., Gatenby, M., Rees, C., Soane, E., & Truss, K. (2008). *Employee engagement: A literature review*. London: Kingston Business School, Kingston University.
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job burnout. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 397-422.
- May, D. R., Gilson, R. L., & Harter, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(1), 11-37.
- Moroko, L., & Uncles, M. D. (2005). Employer branding and market segmentation. *Journal of Brand Management*, 17(3), 181-196.
- National Statistical Office. (2016). *The number of unemployed according to work experience*. Retrieved from http://www.ftijob.com/datafiles/unemployment_1059.pdf [In Thai]
- Nimon, K., & Zigarmi, D. (2015). Development of the work intention inventory short form. *New Horizons in Adult Education and Human Resource Development*, 27(1), 15-28.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of work engagement with a short questionnaire a cross-national study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716.
- Siljaru, T. (2014). *Research and Statistical Analysis with SPSS and AMOS 15rd*. Bangkok: Business R&D. [In Thai]
- Zigarmi, D., Nimon, K., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2012). The work intention inventory: Initial evidence of construct validity. *Journal of Business Administration Research*, 1(1), 24-42.

การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ การจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล

วชิรธร คงสุข¹ กฤษฎาภรณ์ รุจิธำรงกุล² บุรพร กำบุญ³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล 2) ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเส้นทางความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างผู้เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในปี 2559 ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเส้นทางความสัมพันธ์ตามกรอบแนวคิดการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้การวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า โมเดลเส้นทางความสัมพันธ์ตามกรอบแนวคิดการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลมากที่สุด ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับรองลงมาได้แก่ ผลกระทบจากเศรษฐกิจ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีของผู้ประกอบการ ความสำเร็จของธุรกิจ และคุณธรรมจริยธรรมของผู้ประกอบการ ตามลำดับ โดยปัจจัยข้างต้นนี้มีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ส่วนปัจจัยความเชื่อมั่นในระบบภาษีมีอิทธิพลทางลบต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลเพียงเล็กน้อยเท่านั้น และผลกระทบทางการเมืองไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ทั้งนี้ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีค่าเท่ากับ 0.994 และค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดมีค่าเท่ากับ 0.446 ซึ่งหมายถึง ปัจจัยต่างๆ ในโมเดลสามารถอธิบายประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลได้ร้อยละ 44.6

คำสำคัญ: ภาษีเงินได้นิติบุคคล; ประสิทธิภาพ; ระบบภาษี; ภาษีเงินได้นิติบุคคล

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

160/10 หมู่ 2 ถนนคลองทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170, ประเทศไทย

อีเมล: wachirathon@hotmail.com

^{2,3} อาจารย์ประจำสาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

The Analysis of Path Relationship of Factors Influencing The Efficiency of Corporate Income Tax Collection

Wachirathon Kongsuk¹ Krisdaporn Rujithamrongkul² Buraporn Kumboon³

Abstract

This study aimed to 1) analyze path relationship of factors influencing the efficiency of collection of corporate income tax 2) examine the congruence of the path relationship model of factors influencing the efficiency of collection of corporate income tax depending upon empirical data using a survey research approach to collect data from a sample of 400 tax payers who paid corporate income tax in 2016 in Bangkok. The sample selected by the stratified sampling method was asked to complete a five-rating scale questionnaire. Then, the data was analyzed using descriptive statistics i.e. frequencies, percentiles, mean and standard deviation (*SD*) and Pearson correlation coefficient to inspect the congruence of the path relationship model according to the research framework against empirical data based on a path analysis.

The findings revealed that the path relationship model was congruent with the empirical data. Moreover, the analysis to confirm the congruence of the model according to the hypothesis and the empirical data indicated that confidence in taxation was the most influencing factor on the efficiency of collection of corporate income tax, while the next most influencing factors were economic impacts, entrepreneurs' tax knowledge, business success and moral of the entrepreneur respectively. The aforementioned factors contributed positively to the efficiency of collection of corporate income tax. On the contrary, the confidence in taxation system negatively impacted the efficiency of the same. Social responsibility slightly affected the efficiency of collection of corporate income tax. As for political impacts, there was no effect on the efficiency of the same. The index of the model congruence was 0.994. The Coefficient of Determination was equal to 0.446. It can be concluded that all factors in the model can be used to justify 44.6 percent of the efficiency of collection of corporate income tax.

Keywords: corporate income tax; efficiency; tax system; Income Tax Collection

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Business Administration, Bangkokthonburi University

160/10 Moo 2 Liap Khlong Thawi Watthana Road, Thawi Watthana Distric, Bangkok, Thailand

E-mail: wachirathon@hotmail.com

^{2,3} Lecturer of Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาษีอากร เป็นรายได้หลักของรัฐบาลที่นำไปใช้บริหารประเทศ นอกจากนั้นยังเป็นกลไกสำคัญในทางเศรษฐกิจและสังคมอีกหลายอย่าง เช่น เป็นเครื่องมือกระตุ้นเศรษฐกิจ เป็นเครื่องมือควบคุมการบริโภคสินค้าบางประเภทของประชาชน เป็นเครื่องมือลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจผ่านโครงสร้างภาษีชนิดต่างๆ ซึ่งรายได้ของรัฐบาลกว่าร้อยละ 90 เป็นรายได้จากภาษีอากรที่รัฐบาลจัดเก็บได้ ไม่ว่าจะเป็นจัดเก็บจากภาษีทางตรงหรือภาษีทางอ้อม รัฐบาลที่เป็นผู้มีอำนาจในการจัดเก็บภาษีอากรส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการคลัง ได้แก่ กรมสรรพากร กรมสรรพสามิต และกรมศุลกากร ซึ่งทั้ง 3 กรมจัดเก็บภาษีได้ประมาณร้อยละ 90 ของรายได้จากภาษีทั้งหมดของประเทศ โดยกรมสรรพากร มีสัดส่วนการจัดเก็บรายได้มากที่สุดคือประมาณร้อยละ 70 ของรายได้ทั้งหมดที่จัดเก็บได้ รองลงมาคือ กรมสรรพสามิต และกรมศุลกากรตามลำดับ นอกจากนั้น รายได้ที่มาจากกรมสรรพากรประกอบด้วย 3 รายได้หลัก คือ ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งรายได้ที่มาจากภาษีเงินได้นิติบุคคลมีจำนวนมากถึงร้อยละ 34 ของรายได้ทั้งหมดจากกรมสรรพากร (Fiscal Policy Office, Ministry of Finance. (2015) อย่างไรก็ตาม การจัดเก็บภาษีเงินได้ของรัฐบาลในแต่ละปีมีแนวโน้มว่าจะมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บลดลง โดยรัฐบาลมีรายได้จากการเก็บภาษีได้ต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้ ดังที่เว็บไซต์ไทยพับลิกา (Thai Publica, 2017) ได้ให้ข้อมูลไว้ดังนี้ “ผลการจัดเก็บภาษีกรมสรรพากรเริ่มต่ำกว่าเป้าหมายมาตั้งแต่ปีงบประมาณ 2556 จัดเก็บภาษีได้ 1,764,707 ล้านบาท ต่ำกว่าเป้าหมาย 9,293 ล้านบาท ปีงบประมาณ 2557 จัดเก็บภาษีได้ 1,729,819 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 34,888 ล้านบาท ต่ำกว่าเป้าหมาย 160,731 ล้านบาท ปีงบประมาณ 2558 เก็บภาษีได้ 1,729,203

ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 616 ล้านบาท ต่ำกว่าเป้าหมาย 235,997 ล้านบาท และล่าสุดตัวเลข 6 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2559 (1 ตุลาคม 2558 - 31 มีนาคม 2559) กรมสรรพากรจัดเก็บภาษีได้ 723,200 ล้านบาท เปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เพิ่มขึ้น 12,753 ล้านบาท แต่ต่ำกว่าเป้าหมาย 34,116 ล้านบาท” นอกจากนี้ยังพบว่า ประเภทของภาษีเงินได้ที่รัฐบาลจัดเก็บได้ต่ำกว่าเป้าหมายมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือ “ภาษีเงินได้นิติบุคคล” ซึ่งเว็บไซต์ไทยพับลิกา ก็ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า “หากจำแนกตามประเภทภาษี พบว่า ภาษีที่กรมสรรพากรเก็บต่ำกว่าเป้าหมายมากที่สุด อันดับ 1 คือ ภาษีเงินได้นิติบุคคล ปี 2556 เก็บภาษีต่ำกว่าเป้าหมาย 47,501 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลกระทบจากเหตุการณ์น้ำท่วมในปลายปี 2554 ทำให้บริษัทห้างร้านชำระภาษีจากกำไรสุทธิรอบปีบัญชี (ภ.ง.ด. 50) และจากประมาณการกำไรสุทธิครึ่งรอบระยะเวลาบัญชี (ภ.ง.ด. 51) จัดเก็บได้ต่ำกว่าประมาณการ, ปี 2557 จัดเก็บต่ำกว่าเป้าหมาย 74,882 ล้านบาท ปี 2558 จัดเก็บต่ำกว่าเป้าหมาย 115,450 ล้านบาท และช่วงครึ่งแรกของปีงบประมาณ 2559 จัดเก็บได้ต่ำกว่าเป้าหมาย 12,605 ล้านบาท”

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของรายได้ของประเทศชาติที่มาจากภาษีเงินได้นิติบุคคลที่จัดเก็บโดยกรมสรรพากร ซึ่งพบว่ามีแนวโน้มที่จะจัดเก็บได้ลดลง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลที่รัฐบาลยังไม่บรรลุผลเท่าที่ควร ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลอาจมีสาเหตุมาจากปัจจัยหลายๆ ประการ ที่ทำให้รัฐบาลไม่สามารถจัดเก็บรายได้ภาษีได้ตามเป้าหมายที่กำหนด ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษาวินิจฉัยมาเสนอเป็นนโยบายการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อผลประโยชน์ของประเทศชาติในการจัดงบประมาณบริหารประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) วิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล

2) ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเส้นทางความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

นิยามศัพท์

ความสำเร็จของธุรกิจ หมายถึง การที่นิติบุคคลดำเนินธุรกิจโดยมีระบบการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ ใช้สินทรัพย์และเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดการความเสี่ยง มีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น มีการปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการสม่ำเสมอ และมีรายได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ผลกระทบจากเศรษฐกิจ หมายถึง ผลกระทบที่นิติบุคคลได้รับจากการเปลี่ยนแปลงจากภาวะเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย อัตราค่าจ้างแรงงาน ระบบการจัดเก็บภาษีตามนโยบายของรัฐบาล

ผลกระทบจากการเมือง หมายถึง ผลกระทบที่นิติบุคคลได้รับจากการเปลี่ยนแปลงจากเสถียรภาพของรัฐบาล ความรุนแรงและความขัดแย้งทางการเมือง การชุมนุมประท้วงเพื่อเรียกร้องต่อรองในเรื่องต่างๆ

ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การที่องค์กรดำเนินธุรกิจด้วยความถูกต้องซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบลูกค้า เสียภาษีอย่างถูกต้องโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ผลิตภัณฑ์/บริการที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

ความเชื่อมั่นในระบบภาษี หมายถึง การที่นิติบุคคลมีความมั่นใจว่า รัฐบาลสามารถนำเงินภาษีที่ได้มาใช้จ่ายอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และอัตราการจัดเก็บภาษีมีความถูกต้องและยุติธรรมสำหรับทุกองค์กร

ความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษี หมายถึง การที่

นิติบุคคลมีความมั่นใจในรัฐบาลว่า มีหลักการที่ดีเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี ได้แก่ หลักความแน่นอนชัดเจนในเรื่องจำนวนเงิน เวลา หลักความสะดวกทั้งขั้นตอน วิธีการ เวลา และสถานที่ หลักความประหยัดทั้งในเรื่องการจัดเก็บของรัฐบาลและการคิดคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคล

คุณธรรมจริยธรรมของผู้ประกอบการ หมายถึง การที่นิติบุคคลรับรู้ถึงหน้าที่ในการเสียภาษี ความซื่อสัตย์ต่อการเสียภาษี การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะ การให้ความเสมอภาคแก่ลูกค้าทุกประเภทอย่างเท่าเทียมกัน

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษี หมายถึง การที่นิติบุคคลทราบถึงหน้าที่ที่ต้องเสียภาษี อัตราภาษี แบบฟอร์มที่ใช้ในการยื่นภาษี การคิดคำนวณภาษี การขอคืนภาษี เป็นต้น

ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล หมายถึง จำนวนเงินภาษีที่ผู้ประกอบการนิติบุคคลจ่ายให้รัฐบาลในปีงบประมาณ 2559 ซึ่งเป็นข้อมูลจากฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งสามารถเข้าถึงได้จากเว็บไซต์ <http://www.dbd.go.th/main.php?filename=index>

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล โดยประสิทธิภาพวัดได้จาก จำนวนเงินภาษีที่ผู้ประกอบการนิติบุคคลจ่ายให้รัฐบาลในปีงบประมาณ 2559 ซึ่งจำนวนเงินนี้เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยสืบค้นจากฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

เป็นแนวทางส่งเสริมการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในทางเศรษฐศาสตร์ “ประสิทธิภาพ” หมายถึง การสามารถบรรลุเป้าหมายให้ได้มากที่สุดเมื่อกำหนดระดับค่าใช้จ่ายมาให้แล้ว หรือการสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดให้ด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำที่สุด ประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีอากรก็คือ การจัดเก็บภาษีอากรให้ได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย หรือไม่มีการรั่วไหลโดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ด้วยลักษณะความมีประสิทธิภาพของการจัดเก็บภาษีอากร ผู้ที่อยู่ในแวดวงภาษีอากรยังไม่สามารถตกลงกันได้ว่าเครื่องชี้ที่เหมาะสมและควรนำมาเป็นเครื่องวัดประสิทธิภาพนั้นควรจะเป็นอย่างไร มีความหมายแค่ไหน ใช้ประโยชน์ได้มากน้อยเพียงใด แต่เครื่องชี้ที่พอจะเป็นที่ยอมรับกันในขณะนี้ และนิยมใช้วัดหรือกำหนดประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีอากรนั้นมี 3 วิธี คือ 1) วัดจากค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ (cost of collection) โดยมีหลักการว่า การจัดเก็บภาษีควรถือหลักประหยัด โดยค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บควรจะต่ำ 2) วัดจากรายได้ที่เก็บได้จริง (actual yields) 3) วัดจากค่าใช้จ่ายของผู้เสียภาษีอากร ในการปฏิบัติตามกฎหมาย (compliance cost) ตามวิธีนี้จะถือหลักว่า ภาษีอากรที่ดีมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บสูงควรเป็นภาษีที่ผู้เสียภาษีเสียค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติตามกฎหมายต่ำ ในการศึกษาครั้งนี้ วัดประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีจากจำนวนเงินภาษีที่ผู้ประกอบการนิติบุคคลจ่ายให้รัฐบาลในปีงบประมาณ 2559 ซึ่งเป็นข้อมูลจากฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ภาษีอากรที่ดีนั้นต้องประกอบด้วยหลักเกณฑ์หลายๆ ประการด้วยกัน ซึ่งหลักการ จัดเก็บภาษีอากรที่ดีนั้นมีมาตั้งแต่อดีต โดยในปี 1997 อדם สมิท (Adam Smith) นักเศรษฐศาสตร์ ผู้มีชื่อเสียง ซึ่งเป็นที่ยอมรับได้กล่าวถึงหลักภาษีอากรที่ดีไว้ในหนังสือ Wealth of Nation ว่าหลักภาษีอากรที่ดีนั้นประกอบไปด้วย หลักความเป็นธรรม (Equity)

หลักความแน่นอน (Certainty) หลักความประหยัด (Economy) และหลักความสะดวก (Simplicity) ซึ่งหลักภาษีอากรที่ดีทั้ง 4 ประการนี้ ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง และเนื่องจากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม หรือการเมือง ของโลกได้เปลี่ยนแปลงจากอดีตเป็นอย่างมาก ทำให้มีนักเศรษฐศาสตร์ รวมถึงนักกฎหมาย ภาษีอากรในยุคปัจจุบันได้กำหนดหลักภาษีอากรที่ดีเพิ่มเติมจากที่ อדם สมิท ไว้ด้วยกันหลายประการ ซึ่งประกอบด้วยหลักการเพิ่มเติมได้แก่ หลักของการบังคับใช้ (enforceability) หลักความชัดเจน (evidence) (Horpiromsakul, 2013)

ในการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีต้องอาศัยทฤษฎีต่างๆ ที่ว่าด้วยเรื่องเกี่ยวกับภาษีมาร่วมกันอธิบาย ในที่นี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีอากร ที่ Yimsiriwattana (2005) กล่าวไว้ในตำรา การคลังรัฐบาล มาใช้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ในกรอบแนวคิดการวิจัย โดยทฤษฎีพื้นฐานเหล่านี้ประกอบด้วยทฤษฎีดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน ในที่นี้เป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ประกอบการนิติบุคคลกับรัฐ ซึ่งต่างมีผลประโยชน์แลกเปลี่ยนตอบแทนซึ่งกันและกัน โดยนิติบุคคลจ่ายภาษีให้รัฐบาลเพื่อแลกเปลี่ยนกับความคุ้มครองจากรัฐบาล รัฐบาลจะเป็นหลักประกันในเรื่องของความปลอดภัยของชีวิต ร่างกาย เสรีภาพในทรัพย์สิน

ทฤษฎีความเชื่อมั่น เป็นความไว้วางใจและความเชื่อมั่นที่ประชาชนมีต่อรัฐ ในประเด็นเรื่องความเชื่อมั่นในระบบการเสียภาษี (เชื่อมั่นว่า รัฐบาลมีการนำเงินภาษีที่ได้มาใช้จ่ายอย่างมีเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และเชื่อมั่นในหลักการทางภาษี (เชื่อมั่นในหลักความแน่นอนชัดเจนในเรื่องจำนวนเงิน เวลา หลักความสะดวกทั้งขั้นตอน วิธีการ เวลา และสถานที่ หลักความ

ประหยัดทั้งในเรื่องการจัดเก็บ ดังนั้น ความเชื่อมั่นที่นิติบุคคลมีต่อรัฐจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการเสียภาษีให้กับรัฐบาล

ทฤษฎีจริยธรรม กล่าวถึงระบบของการทำความดีละเว้นความชั่ว มีทั้งปัจจัยนำเข้า (input) ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงเหตุ ทั้งทางด้านจิตใจและสถานการณ์ของจริยธรรม รวมทั้งปัจจัยส่งออก (output) ซึ่งเป็นผลของการมีจริยธรรม ซึ่งในที่นี้ ปัจจัยนำเข้าหมายถึง ความมีจริยธรรมของผู้ประกอบการ ปัจจัยส่งออก หมายถึง การเสียสละเงินภาษีเพื่อให้รัฐบาลนำมาใช้ทำนุบำรุงประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Chuenjit (2014) สำรวจพฤติกรรมและทัศนคติของผู้เสียภาษีจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย ซึ่งยื่นแบบแสดงรายการภาษี ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่จากเขตภาษี 15 เขต ในทั่วทุกภูมิภาคในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อการจัดสรรประโยชน์จากภาษีว่ามีความเป็นธรรมหรือไม่ในความคิดของผู้เสียภาษีนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้เสียภาษี โดยมีแนวโน้มว่าผู้เสียภาษีเงินได้ ทั้งภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลมีทัศนคติว่า การจัดสรรประโยชน์จากภาษีหากมีความเป็นธรรมอยู่ในระดับสูงก็ส่งผลต่อพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในระบบภาษี กล่าวคือมีความยินยอมที่จะจ่ายภาษีมากกว่าด้วย

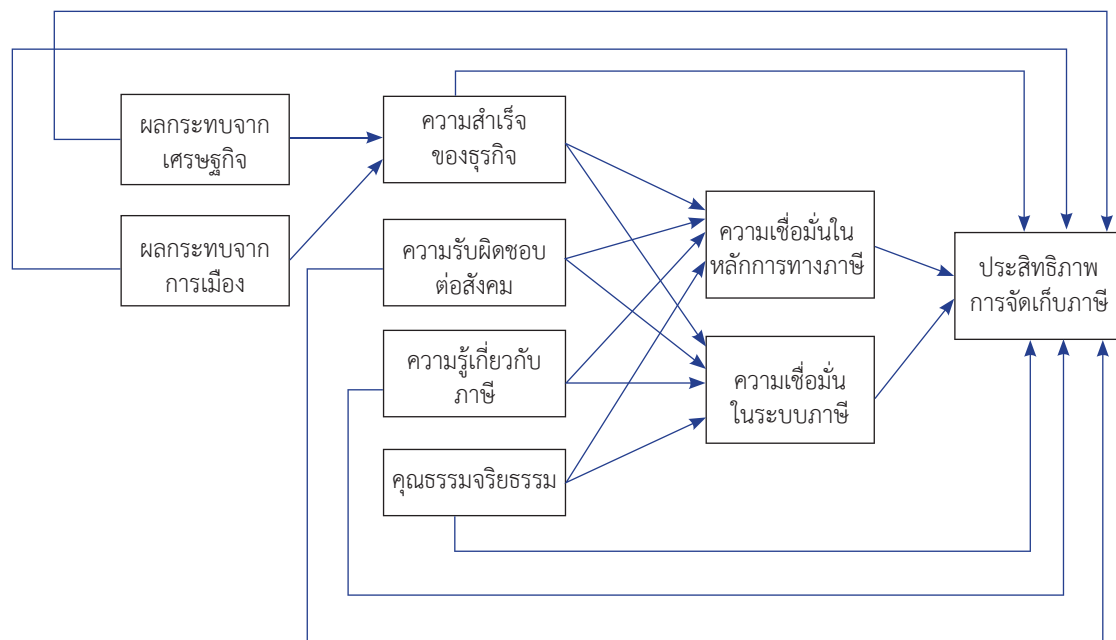
Lisni and Chuychu (2014) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีของสำนักงานสรรพากรภาค 6 ซึ่งรับผิดชอบการจัดเก็บภาษีรวมทั้งหมด 8 จังหวัด ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ผู้มีหน้าที่จัดเก็บภาษีอากรอื่น ได้แก่

มนุษยสัมพันธ์ ได้รับความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน และจิตสำนึกในหน้าที่ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี และสภาพแวดล้อมอื่น อันได้แก่เทคโนโลยีสารสนเทศ วิธีการจัดเก็บภาษีอากร และการประชาสัมพันธ์มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี ส่วนทางด้านผู้มีหน้าที่เสียภาษีอากรผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อการเสียภาษีอากร ความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร และรายได้เฉลี่ยต่อปีมีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี

Moyadee (2014) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาคุณลักษณะและความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีหน้าที่ชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบท่อการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ความรู้ความเข้าใจในการทำบัญชีของบุคลากร และความซื่อสัตย์ของผู้รับทำบัญชีให้ หรือ Outsource มีผลกระทบท่อการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบท่อการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลได้แก่ เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมือง นโยบายของพรรคการเมือง

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ผู้วิจัยนำมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้เป็นผู้เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในปี 2559 ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีผู้ประกอบการนิติบุคคลจำนวน 267,395 ราย (Department of Business Development, 2015) แบ่งนิติบุคคลได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด/ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้เป็นผู้เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในปี 2559 ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ถูกสุ่มมาเป็นตัวอย่าง หาขนาดของตัวอย่างโดยใช้ตารางการหาขนาดตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้จำนวนผู้เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยให้ประเภทของนิติบุคคลแทนชั้นภูมิ

ในการสุ่ม สุ่มตัวอย่างจากทุกชั้นภูมิ หรือในที่นี้คือสุ่มตัวอย่างจากนิติบุคคลทั้ง 3 ประเภท จากนั้นจึงสุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการจากนิติบุคคลแต่ละประเภททั้ง 3 ประเภท โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลากรายชื่อผู้ประกอบการจากฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำแนกจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามประเภทของนิติบุคคล โดยใช้วิธีการแบ่งตามสัดส่วน (Proportional to size)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ให้เจ้าของนิติบุคคล หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากเจ้าของนิติบุคคลเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1: เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการนิติบุคคล ประกอบด้วย ประเภทของนิติบุคคล ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาการเป็นนิติบุคคล กำไรสุทธิของกิจการต่อปี คำตอบมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยของผู้ประกอบการนิติบุคคล 7 ด้าน ได้แก่

- 1) ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
- 2) ผลกระทบจากเศรษฐกิจ
- 3) ผลกระทบจากการเมือง
- 4) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
- 5) คุณธรรมจริยธรรมของผู้ประกอบการ
- 6) ความเชื่อมั่นในระบบการจัดเก็บภาษี
- 7) ความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษี

แต่ละปัจจัยมีข้อความคำถามที่มีลักษณะคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 : เป็นแบบทดสอบความรู้ความเข้าใจเรื่องภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นแบบ “ถูก” “ผิด” จำนวน 25 ข้อ โดยให้คะแนนเป็น 1 ถ้าผู้ตอบคำถามได้ถูกต้อง ให้คะแนนเป็น 0 ถ้าตอบคำถามผิด

แบบสอบถามได้มีการตรวจสอบคุณภาพ โดยตรวจสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ผลการตรวจสอบพบว่าแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องหรือค่า IOC (Index of item objective congruence) เกิน 0.5 ทุกข้อคำถาม ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปตรวจสอบค่าความเที่ยง (reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try out) กับนิติบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 50 ราย เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามในแต่ละปัจจัย โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการตรวจสอบพบว่า แบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของ

ครอนบาคอยู่ระหว่าง 0.711 - 0.850 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ทุกปัจจัย เนื่องจากเกณฑ์การพิจารณาค่าความเที่ยงที่ใช้ได้ควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.7 (Karnjanavasri, 2002) จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้ประกอบการนิติบุคคลหรือตัวแทนของผู้ประกอบการนิติบุคคลที่ผู้วิจัยได้ติดต่อขออนุญาตเก็บข้อมูล และนัดหมายวันเวลาในการเก็บข้อมูลไว้ล่วงหน้าแล้ว เมื่อถึงวันเวลาที่นัดหมาย จึงขอเข้าพบเพื่อเก็บข้อมูล เมื่อได้แบบสอบถามกลับมาแล้ว ผู้วิจัยสับค้นจำนวนเงินภาษีรายได้ที่ผู้ประกอบการนิติบุคคลที่ปรากฏรายชื่อตามแบบสอบถามนั้นๆ จ่ายให้รัฐบาล เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูล “ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล” โดยใช้ฐานข้อมูลของ “กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์” ซึ่งสามารถเข้าถึงได้จากเว็บไซต์ <http://www.dbd.go.th/main.php?-filename=index> จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. บรรยายลักษณะข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการนิติบุคคลในกลุ่มตัวอย่าง ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเส้นทางความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

ผลการวิจัย

ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการนิติบุคคล

จากการสอบถามความคิดเห็นผู้ประกอบการนิติบุคคลในกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยในโมเดลกรอบแนวคิดการวิจัย นำคะแนนความคิดเห็นมาหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 1

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยตามกรอบแนวคิดการวิจัย

ปัจจัย	$\bar{X}$	SD	ระดับ
(1) ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	3.76	0.51	สูง
(2) ผลกระทบจากเศรษฐกิจ	2.94	0.47	ปานกลาง
(3) ผลกระทบจากการเมือง	3.57	0.72	สูง
(4) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	3.82	0.58	สูง
(5) คุณธรรมจริยธรรมของผู้ประกอบการ	3.83	0.61	สูง
(6) ความเชื่อมั่นในระบบการจัดเก็บภาษี	3.41	0.80	ปานกลาง
(7) ความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษี	3.53	0.61	สูง
(8) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล	13.51	2.27	ปานกลาง

ผู้ประกอบการนิติบุคคลในกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการดำเนินธุรกิจของตนเองประสบความสำเร็จอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.76$) กิจกรรมของตนเองได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.94$) ได้รับผลกระทบจากการเมืองอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.57$) ผู้ประกอบการเห็นว่า องค์กรของตนเองมีการปฏิบัติที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง ($\bar{X} = 3.82$) องค์กรของตนดำเนินกิจการโดยคำนึงถึงคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.83$) ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในระบบภาษีของรัฐบาลอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$) แต่มีความเชื่อมั่นในหลักการจัดเก็บภาษีของรัฐบาลอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.53$) จากการวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลของผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบทดสอบ “ถูก” “ผิด” จำนวน 24 ข้อ ผลการวิเคราะห์คะแนนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้พบว่า มีค่าเฉลี่ยของคะแนนเท่ากับ 13.51 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.27 แสดงว่า ผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีนิติบุคคลของอยู่ในระดับปานกลาง และผู้ประกอบการแต่ละรายในกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ

ภาษีนิติบุคคลไม่แตกต่างกันมากนัก ทั้งนี้ไม่มีนิติบุคคลรายใดที่ตอบคำถามถูกต้องทุกข้อ สำหรับผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดตอบคำถามถูกต้อง 20 ข้อ และผู้ที่ได้คะแนนต่ำสุดตอบคำถามถูกต้องเพียง 7 ข้อ

การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผู้วิจัยกำหนดอักษรย่อแทนตัวแปรปัจจัยในโมเดลการวิจัยดังนี้

Y แทน จำนวนเงินภาษีเงินได้ที่ผู้ประกอบการนิติบุคคลจ่ายให้รัฐบาล

X_1 แทน ผลกระทบจากเศรษฐกิจ

X_2 แทน ผลกระทบจากการเมือง

X_3 แทน ความสำเร็จของธุรกิจ

X_4 แทน ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ

การ

X_5 แทน ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษี

X_6 แทน คุณธรรมจริยธรรมของผู้ประกอบการ

X_7 แทน ความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษี

X_8 แทน ความเชื่อมั่นในระบบภาษี

ในการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเส้นทางความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ใช้วิธีการวิเคราะห์เส้นทาง ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้นของเทคนิควิธีคือ ตัวแปรต้องมีการแจกแจงแบบปกติ (Normality distribution) และตัวแปรอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองสูง (Multicollinearity) (Prasitratthasin, 2002)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของตัวแปรพบว่า ตัวแปร “จำนวนเงินภาษีเงินได้ที่ผู้ประกอบการ

นิติบุคคลจ่ายให้รัฐบาล (Y)” ขาดคุณสมบัติเรื่อง Normality จึงแปลงข้อมูลตัวแปร “ภาษีเงินได้ที่นิติบุคคลจ่ายให้รัฐบาล (Y)” ให้มีค่าเป็น Natural log ซึ่งใช้สัญลักษณ์แทนด้วย $\ln_Y$ จากนั้นจึงตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยในโมเดลการวิจัย โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันของปัจจัยในโมเดลแสดง ดังตาราง 2

ตาราง 2

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันของปัจจัยในโมเดลการวิจัย

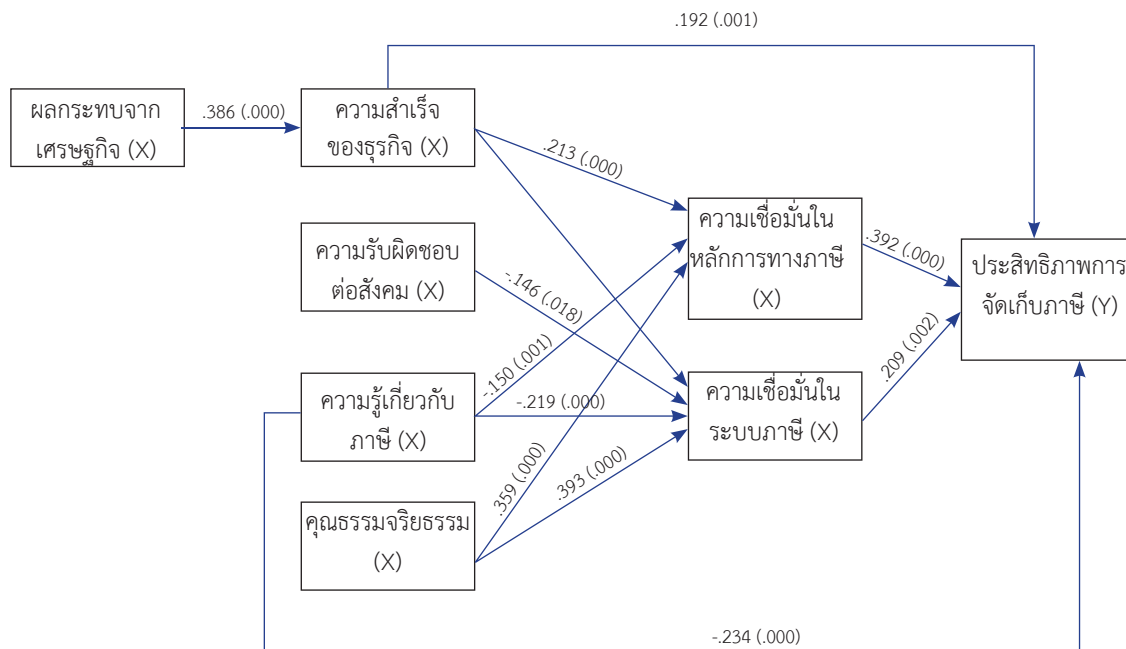
	$\ln_Y$	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
X_1	0.224**							
X_2	0.147*	0.370**						
X_3	0.246**	0.344**	0.099*					
X_4	0.127*	0.242**	0.081	0.346**				
X_5	0.156**	-0.227**	0.047	-0.143**	0.068			
X_6	0.173*	0.216**	0.156**	0.381**	0.747**	0.162**		
X_7	0.355**	0.344**	0.136**	0.371**	0.382**	-0.122*	0.416**	
X_8	0.107	0.401**	0.208**	0.351**	0.467**	-0.162**	0.513**	0.606**

หมายเหตุ: ** p -value < 0.01, * p -value < 0.05

จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้ในตาราง 2 ไม่พบว่า มีตัวแปรคู่ใดมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เกิน 0.8 แสดงว่า ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์มีคุณสมบัติเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น กล่าวคือ ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเองสูง (multicollinearity)

จากโมเดลเส้นทางความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลตามกรอบแนวคิดการวิจัยตามภาพ 1 โดยใช้เทคนิควิธีการวิเคราะห์เส้นทางเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่ได้กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์เพื่อ

ยืนยันความสอดคล้องของโมเดลสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (W) มีค่าเท่ากับ 2.875 ซึ่งเมื่อเทียบกับค่า χ^2 ที่มีองศาอิสระ (df) = 6 ที่นัยสำคัญทางสถิติ .05 คือ $\chi^2 = 12.592$ ปรากฏว่า ค่า W ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 12.592 แสดงว่า ไม่นับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ โมเดลความสัมพันธ์ตามสมมุติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ผลการวิเคราะห์เส้นทางแสดงดังภาพ 2



ภาพ 2 โมเดลเส้นทางความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล

จากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางตามภาพ 2 นำมา ออกเป็นอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพล
คำนวณค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรสาเหตุและผล แยก รวม ได้ผลการคำนวณขนาดอิทธิพลแสดง ดังตาราง 3

ตาราง 3

เปรียบเทียบขนาดอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล

ลำดับอิทธิพล	ปัจจัย	ขนาดอิทธิพล
1	X_7 : ความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษี	0.392
2	X_1 : ผลกระทบจากเศรษฐกิจ	0.265
3	X_5 : ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษี	0.221
4	X_8 : ความเชื่อมั่นในระบบภาษี	-0.209
5	X_3 : ความสำเร็จของธุรกิจ	0.200
6	X_6 : คุณธรรมจริยธรรมของผู้ประกอบการ	0.059
7	X_4 : ความรับผิดชอบต่อสังคม	- 0.036

จากตาราง 3 จะเห็นว่า ความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษี เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลมากที่สุด โดยมีอิทธิพลทางบวก หมายถึง หากผู้ประกอบการนิติบุคคลมีความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษามาก ก็จะส่งผลให้มีการจ่ายภาษีเงินได้ให้แก่รัฐบาลมากขึ้นด้วย รองลงมา

ได้แก่ ผลกระทบจากเศรษฐกิจ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษี และ ความสำเร็จของธุรกิจ และ คุณธรรมจริยธรรมของผู้ประกอบการ ตามลำดับ ส่วนตัวแปรความเชื่อมั่นในระบบภาษี มีอิทธิพลทางลบต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล หมายถึง หากผู้ประกอบการนิติบุคคลมีความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษีมาก กลับเป็นการส่งผลให้มีการจ่ายภาษีเงินได้ให้แก่รัฐบาลน้อยลง และ ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลมากที่สุด คือ ปัจจัยความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษี โดยมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก หมายถึง หากผู้ประกอบการนิติบุคคลมีความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษีว่า หากระบบภาษีของรัฐบาลมีหลักความแน่นอนในการจัดเก็บทั้งในด้านฐานภาษีที่จะนำมาคิดคำนวณ อัตราภาษี กำหนดเวลา สถานที่ วิธีการเสียภาษี และบทลงโทษ หากกระทำผิดกฎหมาย ซึ่งเหล่านี้เป็นแนวปฏิบัติที่มีความแน่นอน ชัดเจน สร้างความสนใจให้กับผู้เสียภาษีอากรได้ เพื่อให้ผู้เสียภาษีอากรมีโอกาสวางแผนปรับปรุง และจัดเตรียมค่าใช้จ่ายด้านภาษีอากรล่วงหน้า และสามารถชำระภาษีอากรได้โดยถูกต้องตามกำหนดเวลาและตามกฎหมายที่กำหนด ความเชื่อมั่นในสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะส่งผลให้ผู้ประกอบการนิติบุคคลยินดีที่จะจ่ายภาษีให้รัฐบาล

2. ผลการศึกษาพบว่า ผลกระทบจากเศรษฐกิจมีทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพ การจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล โดยอิทธิพลทางอ้อมเป็นอิทธิพลผ่านตัวแปรคั่นกลาง ความสำเร็จของธุรกิจ และ ความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษี อธิบายได้ว่า หากเศรษฐกิจดี ผู้ประกอบการประสบ

ความสำเร็จในการทำธุรกิจ มีรายได้มาก ประกอบกับมีความมั่นใจ เกี่ยวกับหลักการจัดเก็บภาษี ได้แก่ หลักความเป็นธรรม หลักความแน่นอน หลักความสะดวก หลักความประหยัด หลักการยอมรับ หลักการเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ และหลักการยืดหยุ่น ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความเต็มใจและเชื่อมั่นในการจ่ายภาษีเพิ่มมากขึ้น

3. ผลการศึกษาพบว่า ความเชื่อมั่นในระบบภาษีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางลบต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล หมายถึง การที่ผู้ประกอบการนิติบุคคลขาดความเชื่อมั่นในระบบทางภาษี (ขาดความเชื่อมั่นในความยุติธรรมของการจัดเก็บภาษีจากผู้ประกอบการ และความไม่มั่นใจว่ารัฐบาลจะนำเงินภาษีที่รัฐบาลจัดเก็บได้ไปใช้อย่างเหมาะสม) ทำให้มีการจ่ายภาษีเงินได้ให้แก่รัฐบาลน้อยลง ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า “ความยุติธรรมและความชอบธรรมของระบบภาษีส่งผลต่อการตัดสินใจเสียภาษีให้รัฐบาล หากภาษีไม่มีความยุติธรรม ไม่เป็นธรรมในความรู้สึกของผู้เสียภาษี ไม่ว่าจะเป็นด้านภาษีที่ต้องจ่ายหรืออัตราภาษีที่ต้องจ่ายเมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่น อาจชักจูงให้ผู้เสียภาษีตัดสินใจโกงภาษี หรือไม่ยินยอมจ่ายภาษีให้รัฐบาล (Torgler, 2007) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chuenjit (2014) ที่ศึกษาพบว่า ทักษะคิดต่อการจัดสรรประโยชน์จากภาษีว่ามีความเป็นธรรมหรือไม่ในความคิดของผู้เสียภาษีนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้เสียภาษี โดยมีแนวโน้มว่า ผู้เสียภาษีเงินได้ทั้งภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลที่มีทัศนคติว่า การจัดสรรประโยชน์จากภาษีของรัฐบาลหากมีความเป็นธรรมอยู่ในระดับสูงก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในระบบภาษี กล่าวคือมีความยินยอมที่จะจ่ายภาษีมากกว่าด้วย

4. ผลกระทบจากการเมืองไม่มีทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรตามประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ผลการวิจัยนี้ขัดแย้ง

กับผลการศึกษาของ Moyadee (2014) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล ผลการวิจัยพบว่า เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมือง ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายนอกมีผลกระทบต่อการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล ที่เป็นต้นตออาจเนื่องมาจากเหตุการณ์ทางการเมืองเกิดขึ้นบ่อยและต่อเนื่องยาวนาน ตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา และเกิดขึ้นต่อเนื่องในทุกรัฐบาลจนกระทั่งถึงปี 2557 ซึ่งหลังจากนั้น จะเป็นรัฐบาลที่มาจากการทหาร การเกิดขึ้นของเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองที่ต่อเนื่องยาวนาน อาจกลายเป็นความเคยชินของทั้งผู้ประกอบการ ผู้ซื้อ และผู้ขาย เมื่อมีการสำรวจความคิดเห็น รวมทั้งการเก็บข้อมูล จึงกลายเป็นความคุ้นชิน เฉยชา ต่อเหตุการณ์ทางการเมืองก็เป็นไปได้ ส่วนตัวเลขของรายได้ของสถานประกอบการและอัตราการจ่ายภาษีก็เช่นเดียวกัน หากเป็นความชบเซาก็คงเป็นความชบเซาที่ต่อเนื่องยาวนานจนกลายเป็นความเคยชินเช่นเดียวกัน

5. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีมีทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล โดยอิทธิพลทางอ้อมเป็นอิทธิพลผ่านตัวแปรคันกลางความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษี (อิทธิพลทางลบ) และความเชื่อมั่นในระบบภาษี (อิทธิพลทางลบ) ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Moyadee (2014); Lisni and Chuychu (2014) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล พบว่า ปัจจัยภายในอันประกอบด้วยความรู้ความเข้าใจในการทำบัญชีของบุคลากร และความซื่อสัตย์ของผู้รับทำบัญชีให้หรือ Outsource มีผลกระทบต่อการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล อย่างไรก็ตามผลการศึกษาครั้งนี้ ขัดแย้งกับผลการศึกษาของ Chuenjit (2014) ที่ศึกษาการจ่ายภาษีทั้งระบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และระบบ

ภาษีเงินได้นิติบุคคล พบว่าระบบภาษีเงินได้นิติบุคคล ความรู้ความสามารถเรื่องการบัญชีของผู้บริหารระดับสูงไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่กิจการจ่ายจริง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ในการศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ให้ตัวแทนหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากเจ้าของกิจการเป็นผู้ตอบแบบสอบถามแทนผู้บริหารระดับสูง ส่วนใหญ่ตัวแทนที่ได้รับมอบหมายจะพิจารณาจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการคิดคำนวณภาษีของกิจการ ดังนั้นความรู้ความสามารถของผู้ตอบจึงมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ในขณะที่ในงานวิจัยของ Chuenjit (2014) เป็นการวิจัยที่เน้นสอบถามถึงความสามารถเรื่องการบัญชีของผู้บริหารระดับสูง ทั้งนี้ผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทรับผิดชอบการบริหารในภาพรวมของกิจการ ซึ่งประเด็นเรื่องภาษีเป็นเพียงประเด็นเล็กๆ เพียงประเด็นหนึ่งที่กิจการต้องพิจารณาเท่านั้น มิได้เป็นประเด็นใหญ่ที่มีความสำคัญมากนัก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับวิธีวิจัย

- 1) ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดให้เจ้าขององค์กรนิติบุคคล หรือผู้ที่ได้มอบหมายจากองค์กรนิติบุคคลเป็นผู้ตอบแบบสอบถามแทนเจ้าของ ดังนั้นข้อมูลที่ได้ อาจไม่ใช่ข้อมูลที่ถูกต้องมากนัก เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ไม่ได้มาจากเจ้าของกิจการโดยตรง ตัวแทนที่ได้รับมอบหมายอาจไม่ทราบข้อมูลในบางเรื่อง เช่น เรื่องความสำเร็จของธุรกิจ คุณธรรมจริยธรรมของเจ้าของกิจการ
- 2) เนื่องจากปัจจัยที่เป็นตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้เป็นประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ซึ่งวัดได้จากจำนวนเงินภาษีที่ผู้ประกอบการนิติบุคคลจ่ายให้รัฐบาลในปีงบประมาณ 2559 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสืบค้นจำนวนเงินภาษีจากฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ความถูกต้องของข้อมูลขึ้นอยู่กับความโปร่งใสของผู้ประกอบการที่เป็น

ผู้ให้ข้อมูล โดยเป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการนิติบุคคลจะไม่กรอกข้อมูลตามความเป็นจริง ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจต้องหาวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการอื่นที่ถูกต้องกว่า

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ผู้ประกอบการนิติบุคคลในกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นในหลักการทางภาษีของรัฐบาลอยู่ในระดับสูง แต่มีความเชื่อมั่นในระบบภาษีของรัฐบาลอยู่ในระดับปานกลาง หมายถึง แม้ว่าผู้ประกอบการนิติบุคคลมีความเชื่อมั่นในหลักการ (เช่น การคิดคำนวณอัตราภาษี การกำหนดเวลา ขั้นตอน สถานที่) อยู่ในระดับสูง แต่กลับมีความเชื่อมั่นในระบบภาษีของรัฐบาลในระดับที่น้อยกว่า กล่าวคือ ผู้ประกอบการไม่มั่นใจว่ารัฐบาลจะมีวิธีการจัดเก็บภาษีที่เป็นธรรมสำหรับผู้เสียภาษีทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน และไม่มั่นใจว่ารัฐบาลสามารถนำเงินภาษีที่ได้มาใช้จ่ายเป็นงบประมาณใน

การบริหารประเทศอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ข้อเสนอแนะในประเด็นนี้คือ รัฐบาลควรจัดทำเอกสารเผยแพร่สื่อต่างๆ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้เสียภาษีทราบว่า รัฐบาลได้นำเงินภาษีที่จัดเก็บได้ไป ใช้จ่ายให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติอย่างมีประสิทธิภาพและได้นำมาใช้จ่ายอย่างคุ้มค่าและทั่วถึงกับประชาชนทุกกลุ่ม ตลอดจนสร้างจิตสำนึกให้ผู้เสียภาษีตระหนักว่าการเสียภาษีเป็นหน้าที่ของพลเมือง เพื่อโน้มน้าวให้ผู้เสียภาษีเกิดความยินยอมเสียภาษีด้วยความสมัครใจสูงขึ้น

2) ผู้ประกอบการนิติบุคคลควรเห็นความสำคัญของการจ่ายภาษีเงินได้ให้กับรัฐบาล ว่าการเสียภาษีเงินได้เป็นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ตอบแทนระหว่างรัฐบาลกับนิติบุคคล ซึ่งต่างมีผลประโยชน์แลกเปลี่ยนตอบแทนซึ่งกันและกัน โดยนิติบุคคลจ่ายภาษีให้รัฐบาลเพื่อแลกเปลี่ยนกับความคุ้มครองจากรัฐบาล รัฐบาลจะเป็นหลักประกันในเรื่องของความปลอดภัยของชีวิตและเสรีภาพในทรัพย์สิน

Reference

- Chuenjit, P. (2014). *Culture in the Thai tax system*. Dissertation in Political Science Chulalongkorn University [In Thai]
- Department of Business Development. (2015). *Business data warehousing system*. Retrieved from the Department of Business Development' s. <http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/menu/area.html> [In Thai]
- Fiscal Policy Office Ministry of Finance. (2015). *Academic Report of the Budget Office of the Parliament* (Issue 7/2015). Retrieved from <http://www.fpo.go.th/FPO/index2.php?mod=Content&file=contentview&contentID=CNT0018653&categoryID=CAT0000674> [In Thai]
- Horpiromsakul, V. (2013). *The Imposition of Corporate Income Tax on Public Organization*. Master of Law Thesis Chulalongkorn University [In Thai]
- Karnjanavasri, S. (2002). *Assessment theory*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing. [In Thai]
- Lisni, S., & Chuychu, M. (2014). The Factors that Affect The Efficiency of Tax Collection: A Case Study of The Revenue Office in Region 6. *Academic Journal of the Private University Institute of Thailand*, 20(2), 79-89. [In Thai]
- Moyadee, P. (2014). Factors Affecting the Payment of Income Tax in Bangkok. *Journal of Rajanagarindra*, 9(1), 61-67. [In Thai]
- Prasitrathasin, S. (2002). *Technique on many variances analysis for social and behavioral research*. principles, methods and applications. Bangkok: National Institute of Development Administration [In Thai]
- Revenue Department. (2016). *Taxation history*. Retrieved from <http://www.rd.go.th/publish/3453.0.html>. [In Thai]
- Thai Publica. (2017). *From populism to Pracharat*. Retrieved from <http://thaipublica.org/2016/05/prachaniyom-to-pracharat/> [In Thai]
- Torgler, B. (2007). *Tax compliance and tax morale: A theoretical and empirical analysis*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd Ed)., New York: Harper and Row.
- Yimsiriwattana, N. (2005). *Government Finance*. Ramkhamhaeng University Press. Retrieved from [http://e-book.ram.edu/e-book/e/EC341\(48\)/EC341\(48\)-5.pdf](http://e-book.ram.edu/e-book/e/EC341(48)/EC341(48)-5.pdf) [In Thai]

ผลกระทบภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ ของธนาคารพาณิชย์ไทย

สมณวี ศิริโสภณา¹ ประยงค์ มีใจเชื้อ²

ชาคริต สกฤติสริยาภรณ์³ วิรัช สงวนวงศ์วาน⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาผลกระทบภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงต่อวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ ความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร และทีมที่ทรงประสิทธิภาพ ศึกษาผลกระทบของวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร และทีมที่ทรงประสิทธิภาพ และศึกษาผลกระทบของความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ การวิจัยนี้ เก็บและรวบรวมข้อมูลที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ 5 แห่ง จำนวน 620 คน แล้วนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model–SEM) และนำข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์มาประกอบการอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีผลกระทบทางบวกต่อวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ ความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร และทีมที่ทรงประสิทธิภาพ วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้มีผลกระทบทางบวกต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร และทีมที่ทรงประสิทธิภาพ และความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรมีผลกระทบทางบวกต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ จากการวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพมากที่สุด ได้แก่ ความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร แต่อย่างไรก็ตาม การเป็นทีมที่ทรงประสิทธิภาพนั้น ไม่ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเพียงปัจจัยเดียว แต่ต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ ร่วมกัน จึงจะทำให้เกิดผลกระทบสูงสุด

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง; วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้; ความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร; ทีมที่ทรงประสิทธิภาพ

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: Somchawee@hotmail.com

^{2,3,4} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

The Effects of Transformational Leadership on Effective Teams at Thai Commercial Banks

Somchawee Sirisopana¹ Prayong Meechaisue²
Chakrit Skulitsariyaphorn³ Virat Sanguanwongwan⁴

Abstract

In this research, the researcher studies the effects of transformational leadership on organizational learning culture, employee engagement and effective teams. The researcher also examines the effects of organizational learning culture on employee engagement and effective teams. Furthermore, finally, the researcher investigates the effects of employee engagement on effective teams. In the quantitative phase of this research, a sample population of 620 subjects was selected from employees at large five Thai commercial banks. A questionnaire was used as a research instrument for collecting germane data from the members of the sample population. The data were processed using a computer software program employing applications of the structural equation modeling (SEM) method. In the qualitative phase of this research, data were collected by means of interviews. These data were employed to supplement the discussion of research findings.

Findings are as follows:

Transformational leadership positively influenced organizational learning culture, employee engagement and effective teams. Organizational learning culture showed positive effects on employee engagement and effective teams. Moreover, employee engagement manifested positive effects on effective teams. In conclusion, the findings showed that the factor exerting effects on effective teams at the highest level was employee engagement. Nevertheless, paying attention to the single factor of effective teams does not suffice. Other factors must be considered together alongside the factor of effective teams in order to bring about maximally beneficial results.

Keywords: Transformational Leadership; Learning Organization Culture; Employee Engagement; Effective Teams

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Business Administration Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok District, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: Somchawee@hotmail.com

^{2,3,4} Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสภาพแวดล้อมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงต่อเนื่องตลอดเวลา ประกอบกับการแข่งขันที่มีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ทำให้องค์การต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นของบุคลากร แนวทางหนึ่งที่มีการนำมาปรับใช้ในการบริหารงานขององค์กรคือ การปรับโครงสร้างการบริหารงานให้เป็นไปในลักษณะทีม โดยทีมที่ทรงประสิทธิภาพ (Effective teams) คือ ทีมที่มีแนวทางการปฏิบัติงานที่ชัดเจน มีความเข้าใจที่ตรงกัน มีความพยายามในการปฏิบัติงานร่วมกัน มีการกำหนดบทบาทที่ชัดเจน เพื่อให้สมาชิกแต่ละคนเข้าใจถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง มีความเชื่อถือไว้วางใจกัน มีอิสระในการแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมา (Robbins, 2012; Douglass, M. E. & Douglass, D. N., 1992) การทำงานร่วมกันเป็นทีม เป็นแนวคิดพื้นฐานสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน เนื่องจากการทำงานเป็นทีม จะเกิดความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน ทำให้มีความสอดคล้อง รวดเร็ว และทันเวลาต่อการเปลี่ยนแปลง ทีมที่ทรงประสิทธิภาพ สามารถนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของผลผลิต ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Dionne, Yammarino, Atwater & Spangler, 2004)

เมื่อมีการรวมกลุ่มมีการทำงานร่วมกันเป็นทีมสิ่งสำคัญที่ต้องมีคือ ผู้นำ โดยผู้นำที่เป็นที่ต้องการภายใต้การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ได้แก่ ผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) ที่ให้ความสำคัญกับเป้าหมาย สามารถชักจูงให้สมาชิกปฏิบัติตาม ด้วยการทำความเข้าใจในเป้าหมายของทีม จูงใจให้สมาชิกเกิดความกระตือรือร้น ช่วยเหลือ และปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (Robbins, 2012; Douglass, M. E. & Douglass, D. N. 1992) ความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์กรนั้นจึงขึ้นอยู่กับ

กับคุณสมบัติหรือภาวะผู้นำ (Coyle, 1997) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงเป็นภาวะผู้นำที่มีผลต่อการสร้างความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรและมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน (Salanova et al., 2011; Ghadi et al., 2013) และเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้เกิดการร่วมมือของคนในองค์กรและการทำงานเป็นทีมเพื่อที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในเป้าหมายเดียวกัน ดังนั้น การมีผู้นำที่มีรูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมกับทีมจะส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานของทีมที่ดีได้ตามเป้าหมายที่มีร่วมกัน สมาชิกในทีมมีความพึงพอใจ การทำงานร่วมมือกันสามัคคี และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีที่สุดในที่สุด

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ และความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร ที่มีอิทธิพลต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ โดยศึกษาจากธุรกิจการเงินการธนาคาร เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจการเงินการธนาคารกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่จากเทคโนโลยีทางการเงิน (Financial technology) และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผลกระทบของการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ต้องมีการพัฒนาเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งในด้านส่วนแบ่งตลาด ผลการดำเนินงานของสถาบันการเงิน ซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ที่ลดลงจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงรายได้ค่าธรรมเนียมของธนาคารพาณิชย์ที่ลดลง โดยภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงสามารถสร้างบรรยากาศองค์การที่ถ่ายทอดมาจากวัฒนธรรมและกลยุทธ์ขององค์กร ให้เกิดวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ คือ การเรียนรู้จากแนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้ บุคลากรทีม และองค์การ โดยต้องเรียนรู้ร่วมกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งยังมีผลกระทบต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรต่อองค์การ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้

เกิดผลการดำเนินงานที่ทรงประสิทธิภาพ ดังนั้น การวิจัยนี้จึงทำการศึกษาเพื่อหาคำตอบว่า ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ และความยืดหยุ่นของบุคลากร มีผลกระทบเชิงสาเหตุต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงต่อ วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ ความยืดหยุ่นของบุคลากร และทีมที่ทรงประสิทธิภาพ
2. ศึกษาผลกระทบของวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ต่อความยืดหยุ่นของบุคลากรและทีมที่ทรงประสิทธิภาพ
3. ศึกษาผลกระทบของความยืดหยุ่นของบุคลากรต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อยืนยันทฤษฎีที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษา
2. นำความรู้ที่ได้ มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทีมที่ทรงประสิทธิภาพ
3. เป็นแนวทางให้ธนาคารเห็นถึงความสำคัญของภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ และความยืดหยุ่นของบุคลากร ที่จะพัฒนาทีมที่ทรงประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) คือ ผู้นำที่สามารถทำให้ผู้ตามเกิดความคล้อยตาม จูงใจให้ผู้ตามปฏิบัติงานเกินกว่าความคาดหวัง ด้วยการเปลี่ยนแปลงวิสัยทัศน์ กระบวนการ และวัฒนธรรมองค์การ พร้อมกับการส่งเสริมนวัตกรรม

(innovation) และเทคโนโลยีใหม่ๆ (Belhiah, 2007); Burns (1978) เสนอแนวคิดที่ว่า ผู้นำที่ประสบความสำเร็จต้องมีความสามารถในการจูงใจและพัฒนาการปฏิบัติงานของผู้ตาม Bass (1985) พัฒนาแนวคิดภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงของเบิร์น โดยผู้นำไม่ใช่แค่เพียงการจูงใจผู้ตามให้มีความพยายามมากขึ้น แต่เป็นความชัดเจนที่เพิ่มขึ้น ผู้นำจะจูงใจผู้ตามด้วยการทำให้ผู้ตามตระหนักถึงประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ตามตระหนักถึงผลประโยชน์ขององค์การหรือทีมมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว และยกระดับความต้องการของผู้ตามให้สูงขึ้นตามทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ ทำให้ผู้ตามเห็นถึงเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของกลุ่ม ทีม และองค์การ (Bass & Avolio, 1994; Bass, 1995) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้กำหนดองค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงทั้งสิ้น 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1. การส่งเสริมความเป็นตัวตน (individualized consideration) คือ การยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยคำนึงถึงความแตกต่างในความต้องการและความจำเป็นเป็นรายบุคคล 2. การมีอิทธิพลทางความคิด (idealized influence) คือ ผู้นำที่ทำให้ผู้ตามเกิดความนับถือ ศรัทธา ไว้วางใจ ให้ความเคารพ เป็นแบบอย่างที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรม 3. การส่งเสริมให้เกิดแรงบันดาลใจ (inspirational motivation) คือ การกระตุ้นให้ทีมมีความกระตือรือร้น สร้างเจตคติที่ดี และการคิดเชิงบวกเพื่อวิสัยทัศน์และภารกิจส่วนรวม 4. การส่งเสริมให้เกิดความคิด (intellectual stimulation) คือ การกระตุ้นให้ผู้ตามเกิดความคิดในการแก้ปัญหา สนับสนุนให้สมาชิกใช้สติปัญญา ใช้หลักเหตุผลในการแก้ปัญหาอย่างระมัดระวัง สนับสนุนให้เกิดแนวทางใหม่ที่ดีกว่าเดิม (Horwitz et al., 2008) ผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงจะกระตุ้นผู้ตามเกี่ยวกับนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Bass, 1985) ส่งเสริมให้ผู้ตาม

มองปัญหาในมุมมองใหม่ๆ (Boyett, 2006) ซึ่งจำเป็นต่อการส่งเสริมทีมที่ทรงประสิทธิภาพในสภาวะการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning organization culture) คือ แนวทางการสร้างการรับ การถ่ายโอน ความรู้ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นถึงความรู้ใหม่ (Garvin, 1993, pp. 8-91) รวมถึงการบูรณาการทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์การ ให้ไปสู่ทิศทางของการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง (Watkins & Dirani, 2013, pp. 148-162) กระตุ้นจิตใจให้เกิดความกระตือรือร้น ความรู้สึกร่วมกัน ในการปฏิบัติงาน พัฒนาและสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ การสื่อสาร การปฏิบัติงานร่วมกันเป็นทีม ทำให้เกิดความแตกต่างและเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละองค์การ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การศึกษาครั้งนี้ กำหนดองค์ประกอบวัฒนธรรมองค์การ แห่งการเรียนรู้ทั้งสิ้น 7 องค์ประกอบ ดังนี้ 1. การส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (continuous learning) คือ การสร้างการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการ เพื่อบุคลากรสามารถเรียนรู้ได้จากงานที่ปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่องและมีการเจริญเติบโตในบทบาทหน้าที่ 2. การส่งเสริมการสนทนา/แสดงความคิดเห็นร่วมกัน (inquiry and dialogue) คือ กระบวนการสร้างการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างบุคคล กลุ่ม และทีม ผ่านการแลกเปลี่ยนมุมมองความคิดเห็น เพื่อขยายความรู้จากบุคคล ไปสู่ทีมและไปสู่องค์การ 3. การส่งเสริมการเรียนรู้และคิดร่วมกันภายในทีม (team learning) คือ การสร้าง การเรียนรู้และการปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน 4. อิสระในการกำหนดเป้าหมาย (empowerment) คือ การจูงใจให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อให้บุคลากรมีส่วนร่วม ทั้งด้านความคิด การพัฒนา และการบรรลุเป้าหมายร่วมกัน 5. ระบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (embedded system/system to capture and share learning) หรือการสร้างระบบ

รับและแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ คือ การสร้างระบบแบ่งปันความรู้ผ่านระบบเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติงาน 6. ระบบของการเชื่อมต่อ (system connection) คือ การให้ความช่วยเหลือ ผ่านการติดตามข่าวสารข้อมูลองค์ความรู้จากสภาพแวดล้อม เพื่อให้องค์การสามารถเชื่อมโยงเข้ากับชุมชนได้ 7. ความเป็นผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ (strategic leadership) คือ รูปแบบผู้นำที่ให้ความสำคัญและสนับสนุนการเรียนรู้ และใช้กลยุทธ์การเรียนรู้ เพื่อผลด้านการปฏิบัติงาน

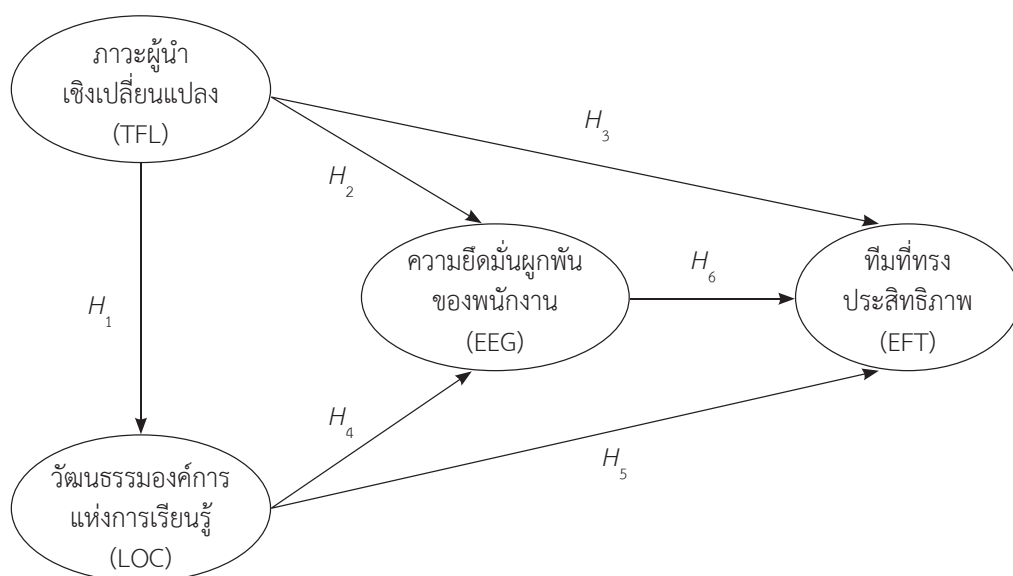
ความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร (Employee engagement) คือ พฤติกรรมที่เกี่ยวกับตัวบุคคลที่เกิดจากการจูงใจ ทั้งทางด้านกายภาพ ด้านอารมณ์ และด้านความคิด ที่แสดงถึงพลัง ความมุ่งมั่นทุ่มเท และความตั้งใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการเกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และแรงจูงใจ ในการปฏิบัติงาน (Bakker & Demerouti, 2008) บุคลากรที่มีความยึดมั่นผูกพันจะมีความกระตือรือร้น ในการปฏิบัติงาน (May et al., 2006) มีความรู้สึกพึงพอใจในงาน (Harter et al., 2002; Saks, 2006) เกิดแรงจูงใจในการเพิ่มผลผลิตในการปฏิบัติงาน (Diefendorff, Brown, Kamin, & Lord, 2002) มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การ (Andrew & Sofian, 2012, p. 500; Saks, 2006; Schaufeli et al., 2006) และมีพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (Bakker & Schaufeli, 2008; Saks, 2006) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การศึกษาครั้งนี้กำหนดองค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรทั้งสิ้น 3 องค์ประกอบ ดังนี้ 1. ความกระฉับกระเฉงในการปฏิบัติงาน (vigor) คือ ความพร้อมทั้งกายและใจ ความมีพลัง ในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด 2. ความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน (dedication) คือ ความมุ่งมั่นทุ่มเท จดจ่อ และกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน โดยรับรู้ว่

งานนั้นมีความสำคัญ มีคุณค่า ทำลาย ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ มีแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงาน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ และการยึดมั่นต่อองค์กร 3. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับงาน (absorption) คือ ความตั้งใจ ความสุขในการปฏิบัติงาน จนยึดติดอยู่กับการปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง

ทีมที่ทรงประสิทธิภาพ (Effective team) คือ ทีม

ที่มีศักยภาพและมีความพร้อมในการปฏิบัติงานร่วมกัน โดยมีแนวทางหรือเป้าหมายในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน มีการกำหนดบทบาท มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เชื่อถือไว้วางใจกัน เพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดี บรรลุเป้าหมายขององค์กร และสมาชิกมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนด สมมุติฐานของการวิจัยไว้ ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้

สมมุติฐานที่ 2 ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร

สมมุติฐานที่ 3 ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ

สมมุติฐานที่ 4 วัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางบวกต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร

สมมุติฐานที่ 5 วัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้

มีอิทธิพลทางบวกต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ

สมมุติฐานที่ 6 ความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรมี

อิทธิพลทางบวกต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาในเรื่อง ผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี (mixed-methods research) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก และใช้การวิจัยเชิง

คุณภาพมาสนับสนุนผลการวิจัยที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในเรื่องนี้ ได้แก่ พนักงานธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ ที่มีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวมตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของสินทรัพย์รวมธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งระบบ ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด โดยไม่นับรวมธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อยและธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ จำนวน 5 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ประชากรทั้งสิ้นจำนวน 113,067 คน

การกำหนดขนาดตัวอย่าง ได้พิจารณาวิธีการกำหนดจากพารามิเตอร์หรือจำนวนตัวแปรที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) ซึ่งการกำหนดขนาดหน่วยตัวอย่างต้องควบคุมกับจำนวนพารามิเตอร์อิสระที่ต้องการประมาณค่าด้วยในอัตราส่วน 20 ต่อ 1 และไม่ควรน้อยกว่า 10 ต่อ 1 (Hair et al., 2006) โดยการวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตจำนวน 22 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดตัวอย่างสูงสุดที่ควรจะเป็นเท่ากับ $22 \times 20 = 440$ หน่วย จากการตรวจสอบกับเกณฑ์การกำหนดขนาดตัวอย่างและความเหมาะสมของการวิเคราะห์ (Comrey & Lee, 1992) พบว่า จำนวนตัวอย่าง 440 หน่วย อยู่ในเกณฑ์ระดับดี และเพื่อให้อยู่ในเกณฑ์ระดับดีมาก และเพื่อความคลาดเคลื่อนไว้ร้อยละ 5 ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างไว้เท่ากับ 620 หน่วย เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วนขนาดของกลุ่มประชากร

วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการศึกษา ผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง (Transformation leadership) เป็นการปรับปรุงองค์ประกอบจากมาตรวัดลักษณะของผู้นำที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพของ Bass & Avolio (1994; 2004), Bass (1985) และ Ghadi et al. (2013)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning organization culture) เป็นการปรับปรุงองค์ประกอบจากมิติขององค์การแห่งการเรียนรู้ของ Watkins & Dirani (2013)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร (Employee engagement) ใช้แบบวัดความยึดมั่นผูกพันในงานยูเทรคท์ (Utrecht Work Engagement Scale -- UWES) ของ Schaufeli et al. (2006)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับทีมที่ทรงประสิทธิภาพ (Effective team) เป็นการปรับปรุงองค์ประกอบจาก Team Effectiveness Diagnostic โดย London Leadership Academy, National Health Service

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model -- SEM) และตรวจสอบความสอดคล้อง

ของโมเดล (Goodness of fit measure) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 447 คน คิดเป็นร้อยละ 72.1 ด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 31-40 ปี จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 ด้านการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 423 คน ด้านประสบการณ์ทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงาน 5-10 ปี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร จำนวน 4 ตัวแปร มีดังนี้

1. ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.10, $SD = 0.064$) เมื่อพิจารณารายข้อของตัวแปรภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง พบว่า ค่าเฉลี่ย ผู้นำให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติงานที่มีเป้าหมายร่วมกัน (Mean = 4.23, $SD = 0.717$) เป็นลำดับที่ 1 ผู้นำ เป็นผู้ที่กระตุ้นให้พนักงานเกิดพลังทางความคิด ที่จะแก้ปัญหาและพัฒนางาน (Mean = 4.17, $SD = 0.736$) เป็นลำดับที่ 2 และน้อยที่สุด คือ ผู้นำ มีเวลาในการสอนงานแก่พนักงาน (Mean = 3.96, $SD = 0.740$)

2. วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.99, $SD = 0.051$) เมื่อพิจารณารายข้อของตัวแปรวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ พบว่า ในองค์การของข้าพเจ้า พนักงานได้รับการสนับสนุนให้มีการเรียนรู้ อย่าง

ต่อเนื่อง (Mean = 4.13, $SD = 0.725$) เป็นลำดับที่ 1 ในองค์การของข้าพเจ้า มีผู้นำที่แสวงหาโอกาสในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Mean = 4.05, $SD = 0.772$) เป็นลำดับที่ 2 และน้อยที่สุด คือ ในองค์การของข้าพเจ้า พนักงานมีการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นปัญหาต่างๆ ได้อย่างเปิดเผย (Mean = 3.90, $SD = 0.811$)

3. ความยืดหยุ่นผูกพันของบุคลากร พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.04, $SD = 0.161$) เมื่อพิจารณารายข้อของตัวแปรความยืดหยุ่นผูกพันของบุคลากร พบว่า ข้าพเจ้ารู้สึกภูมิใจ เมื่อสามารถทำงานที่มีความท้าทายได้ตามเป้าหมายที่กำหนด (Mean = 4.24, $SD = 0.683$) เป็นลำดับที่ 1 ข้าพเจ้า ให้ความใส่ใจในงานที่ข้าพเจ้าต้องปฏิบัติ (Mean = 4.20, $SD = 0.654$) เป็นลำดับที่ 2 และน้อยที่สุด คือ ข้าพเจ้าสามารถทำงานต่อเนื่องได้เป็นเวลานาน โดยไม่ต้องหยุดพัก (Mean = 3.74, $SD = 0.911$)

4. ทีมที่ทรงประสิทธิภาพ พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.15, $SD = 0.062$) เมื่อพิจารณารายข้อของตัวแปรทีมที่ทรงประสิทธิภาพ พบว่า การทำงานร่วมกันเป็นทีม ทำให้เกิดโอกาสในการเรียนรู้ต่อการแก้ไขปัญหาและความผิดพลาดที่เกิดขึ้น (Mean = 4.26, $SD = 0.689$) เป็นลำดับที่ 1 การทำงานร่วมกันเป็นทีม จะทำให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น (Mean = 4.26, $SD = 0.654$) เป็นลำดับที่ 2 และน้อยที่สุด คือ ข้าพเจ้าสามารถทำงานท่ามกลางความคิดเห็นที่ความแตกต่าง โดยไม่มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่นภายในทีม (Mean = 4.04, $SD = 0.710$)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity)

การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลอง ซึ่งเป็นแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structure equation model - SEM) พบว่าแบบจำลองสมการ

โครงสร้างมีค่า $\chi^2 = 140.24$, $df = 137$, $\chi^2/df = 1.0236$, $p\text{-value} = 0.40734$, $CFI = 1.000$, $GFI = 0.980$, $AGFI = 0.963$, $RMSEA = 0.006$ จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงค่าดัชนีบ่งชี้ตามเกณฑ์ทุกค่า แบบจำลองสมการโครงสร้างนี้ จึงมีความเหมาะสมกลมกลืนกับแบบจำลองการวิจัยที่พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม โดยมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ยอมรับ สมมุติฐานหลักที่ว่า ตัวแบบจำลองตามทฤษฎีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

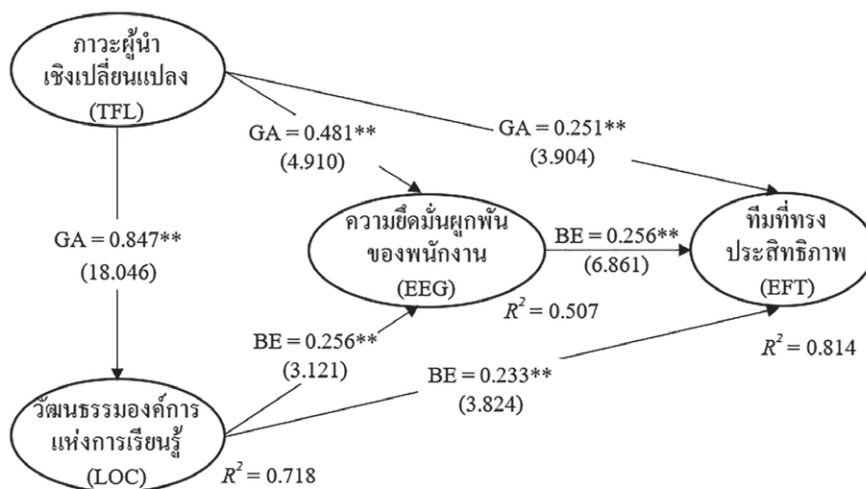
การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบ สมมุติฐานโดยวิเคราะห์ตัวแบบจำลองเชิงสาเหตุ

จากผลการวิจัย (ภาพ 2) แสดงให้เห็นว่าภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางส่งผลโดยตรง (GAMMA) จากภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงถึงวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ เท่ากับ 0.847 ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร เท่ากับ 0.481 และภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ เท่ากับ 0.251 โดยวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อความ

ยึดมั่นผูกพันของบุคลากร ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางส่งผลโดยตรง (BETA) จากวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร เท่ากับ 0.256 วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ เท่ากับ 0.233 และความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร มีอิทธิพลต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ เท่ากับ 0.256

อิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรในทางอ้อม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.375 อิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรในทางอ้อม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.216 และอิทธิพลวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ ส่งผลต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรในทางอ้อม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.065

อิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม เท่ากับ 0.626 อิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม เท่ากับ 0.697 อิทธิพลวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม เท่ากับ 0.298



ภาพ 2 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ

ตาราง 1

อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ

ตัวแปร สาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์								
	LOC			EGG			EFT		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
TFL	.847**	-	.847**	.481**	.216**	.697**	.251**	.375**	.626**
LOC			.256**	-	.256**	.233**	.065**	.298**	
EEG						.256**	-	.256**	
ตัวแปรแฝง	.718	.507	.814						
ภายใน R^2									

$\chi^2 = 140.24$, $df = 137$, $\chi^2/df = 1.0236$, $p\text{-value} = 0.40734$, CFI = 1.000, GFI = 0.980, AGFI = 0.963, RMSEA = 0.006

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

เมื่อนำข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการวิจัยมาทำการทดสอบตาม สมมติฐานตามที่ได้กำหนดไว้ 6 สมมติฐาน พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานมีความสอดคล้องกับ สมมติฐานที่กำหนดไว้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H_1) ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.847 และค่า $t\text{-value}$ เท่ากับ 18.046 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 หมายความว่า เมื่อมีภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงที่สูงขึ้น จะส่งผลให้วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้เพิ่มขึ้น

สมมติฐานที่ 2 (H_2) ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อความยืดหยุ่นผูกพันของบุคลากร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.481 และค่า $t\text{-value}$ เท่ากับ 4.910 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 หมายความว่า เมื่อมีภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงที่สูงขึ้น จะส่งผลให้ความยืดหยุ่นผูกพันของบุคลากรเพิ่มขึ้น

สมมติฐานที่ 3 (H_3) ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.251 และค่า $t\text{-value}$ เท่ากับ 3.904 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 หมายความว่า เมื่อมีภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงที่สูงขึ้น จะส่งผลให้เป็นทีมที่ทรงประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

สมมติฐานที่ 4 (H_4) วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางบวกต่อความยืดหยุ่นผูกพันของบุคลากร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.256 และค่า $t\text{-value}$ เท่ากับ 3.121 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 หมายความว่า เมื่อมีวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ที่สูงขึ้น จะส่งผลให้ความยืดหยุ่นผูกพันของบุคลากรเพิ่มขึ้น

สมมติฐานที่ 5 (H_5) วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางบวกต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.233 และค่า $t\text{-value}$ เท่ากับ 3.824 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 หมายความว่า เมื่อมีวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ที่สูงขึ้น จะส่งผลให้เป็นทีมที่ทรงประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

สมมุติฐานที่ 6 (H_6) ความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรมีอิทธิพลทางบวกต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ โดยมีความสัมพันธ์เส้นทางเท่ากับ 0.256 และค่า t-value เท่ากับ 6.861 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 หมายความว่า เมื่อมีความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรที่สูงขึ้น จะส่งผลให้เป็นทีมที่ทรงประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

การอภิปรายผล

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ศึกษาผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงต่อ วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ ความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร และทีมที่ทรงประสิทธิภาพ

ผลการวิเคราะห์พบว่า มีความสอดคล้องกับสมมุติฐาน 3 สมมุติฐาน ได้แก่ สมมุติฐานที่ 1 สมมุติฐานที่ 2 และสมมุติฐานที่ 3

สมมุติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ เนื่องจากผู้นำที่มีภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง เป็นผู้นำที่มีความชัดเจนในการสร้างความมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งต่อการเรียนรู้ร่วมกันของบุคลากร สนับสนุนส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง มีการส่งเสริมการสร้าง รับ ถ่ายโอนความรู้ผ่านเทคโนโลยี และการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ๆ ในการปฏิบัติงาน (Bass & Avolio, 1990; Watkins & Dirani, 2013)

สมมุติฐานที่ 2 ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร เนื่องจาก ผู้นำที่มีภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงจะมีผลให้ผู้ตามเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านความคิด ความเชื่อ และค่านิยม ที่มีผลต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร (Ghadi et al., 2013; Mozammel & Haan, 2016)

สมมุติฐานที่ 3 ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวกต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ เนื่องจาก ผู้นำ

ที่มีภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลงจะมีส่วนในการกำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมาย กระตุ้น จูงใจ ส่งเสริมการปฏิบัติงานของบุคลากร ให้เกิดการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมและรักษาความสัมพันธ์ทั้งความสัมพันธ์ในทีม และความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม (Bass & Avolio, 1994; Robbins, 2012; Ghadi et al., 2013)

ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ทั้ง 5 แห่ง ที่ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ในการปฏิบัติงาน ผู้นำเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ โดยผลที่เกิดขึ้นกับการปฏิบัติงานนั้น ส่วนใหญ่เกิดจากการที่ผู้นำกระตุ้น โน้มน้าว จูงใจ และสนับสนุน ให้พนักงานแสดงความคิดเห็น หรือร่วมกันกำหนดเป้าหมาย วิธีการในการปฏิบัติงานร่วมกัน ให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ดีต่องาน ต่อองค์กร ส่งผลให้พนักงานเกิดความยึดมั่นผูกพัน และนำความรู้ความสามารถที่มีมาใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่และเต็มใจ การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากการอบรมในปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะเป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับงานที่ต้องปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ ความเชี่ยวชาญในงานที่ต้องรับผิดชอบ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาหรือข้อร้องเรียนที่จะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน ขณะที่การสอนงานที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากการฝึกอบรมนั้น มีทั้งในส่วนที่พนักงานมองว่าเป็นการแนะนำ ให้คำปรึกษา สอนงาน หรือค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน และบางส่วนมองว่าการกระทำเช่นนั้นไม่ใช่การสอนงาน แต่เป็นการสั่งหรือบอกถึงวิธีที่ผู้นำต้องการให้ปฏิบัติ จึงมีผลต่อการเป็นทีมที่ทรงประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์ ยังคงมีความเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่า ภาวะผู้นำเพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ การเป็นทีมที่ทรงประสิทธิภาพได้นั้น ต้องมีส่วนผสมทั้งภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ และความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร การมีเพียงปัจจัยใด

ปัจจัยหนึ่งอาจเป็นทีมที่ทรงประสิทธิภาพได้ แต่ไม่ใช่ทีมที่ทรงประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ศึกษาผลกระทบของวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร และทีมที่ทรงประสิทธิภาพ

ผลการวิเคราะห์พบว่า มีความสอดคล้องกับ สมมุติฐาน 2 สมมุติฐาน ได้แก่ สมมุติฐานที่ 4 และ สมมุติฐานที่ 5

สมมุติฐานที่ 4 วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางบวกต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร เนื่องจาก เป็นแนวทางในการสร้าง รับ ถ่ายโอนความรู้ ไปสู่การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้น มุ่งมั่น ในการปฏิบัติงาน (Senge, 1990; Song et al., 2014)

สมมุติฐานที่ 5 วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางบวกต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ เนื่องจาก วัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อเกิดความรู้สึกร่วมในการปฏิบัติงานร่วมกันเป็นทีม ทำให้เกิดความแตกต่างและเป็นลักษณะเฉพาะ (Song et al., 2014)

ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ทั้ง 5 แห่ง ที่ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า การสร้างบรรยากาศหรือวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ นั้น จะช่วยส่งผลต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร และทำให้เป็นทีมที่ทรงประสิทธิภาพ การเรียนรู้ร่วมกันจะช่วยให้พนักงานเกิดความยึดมั่นผูกพัน แต่สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะเป็นส่วนเสริมที่ทำให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้หรือเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้ได้นั้น ต้องพิจารณาถึงวัฒนธรรมขององค์การร่วมด้วย ลักษณะหรือความเข้มแข็งของวัฒนธรรมองค์การที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อการเรียนรู้หรือการถ่ายโอนความรู้ที่แตกต่างกัน

วัฒนธรรมการเรียนรู้ที่หล่อหลอมมาโดยใช้ระยะเวลาตั้งแต่การเริ่มต้นในการทำงาน เป็นการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น จะเป็นส่วนช่วยให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน แบ่งปัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และเกิดความยึดมั่นผูกพันเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดทีมที่ทรงประสิทธิภาพได้ง่ายขึ้นหรือเป็นทีมที่ทรงประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 ศึกษาผลกระทบของความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ

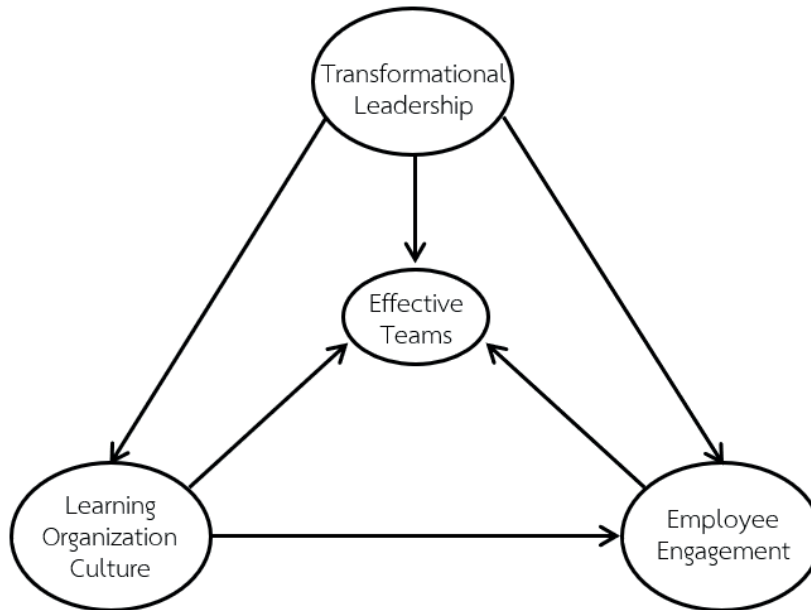
ผลการวิเคราะห์พบว่า มีความสอดคล้องกับสมมุติฐาน 1 สมมุติฐาน ได้แก่ สมมุติฐานที่ 6

สมมุติฐานที่ 6 ความยึดมั่นผูกพันของบุคลากรมีอิทธิพลทางบวกต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ เนื่องจากความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร มีอิทธิพลต่อความพฤติกรรมของบุคลากร ทั้งในด้านพฤติกรรม อารมณ์ และความคิด ทำให้เกิดความรู้สึกพอใจในงาน และส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (Schaufeli & Bakker, 2004; Ibrahim & Falasi, 2014)

ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ทั้ง 5 แห่ง ที่ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า เมื่อพนักงานมีความยึดมั่นผูกพันต่องานต่อองค์กรแล้ว จะทำให้พนักงานเกิดความตั้งใจ เต็มใจทุ่มเทให้ กับงานที่ตนเองรับผิดชอบ โดยมองว่าเมื่อองค์กรบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตนเองก็จะบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการด้วยเช่นกัน ส่งผลให้เกิดผลในการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของตนเองและส่วนร่วม และเป็นทีมที่ทรงประสิทธิภาพในที่สุด

จากการศึกษาได้ข้อค้นพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพมากที่สุด ได้แก่ ความยึดมั่นผูกพันของบุคลากร แม้ว่าในแต่ละปัจจัยนั้นจะส่งผลกระทบทางบวกต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามการเป็นทีมที่ทรงประสิทธิภาพนั้น ไม่ควรให้ความสำคัญ

กับปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเพียงปัจจัยเดียว องค์การควรให้ แบบจำลองผู้นำทีมที่ทรงประสิทธิภาพที่ได้จากข้อ
 ความสำคัญกับทั้ง 3 ปัจจัยร่วมกัน ผู้วิจัยจึงได้พัฒนา ค้นพบในการวิจัย ดังภาพ 3



ภาพ 3 แบบจำลองผู้นำทีมที่ทรงประสิทธิภาพ (Leadership for Effective Team Model)

Reference

- Andrew, O. C., & Sofian, S. (2012). Individual factors and work outcomes of employee engagement. *Social and Behavioral Sciences*, 40(1), 498-508.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career Development International*, 13(3), 209-223.
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and Performance Beyond Exceptions*. New York: Free Press.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1990). The implications of transactional and transformational leadership for individual, team, and organizational development. *Research in Organizational Change and Development*, 4(1), 231-272.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). Transformational leadership and organizational culture. *The International Journal of Public Administration*, 17(3-4), 541-554.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (2004). *Multifactor leadership questionnaire: Manual and sampler set* (3rd ed.). Palo Alto, CA: Mind Garden
- Belhiah, H. (2007). Toward a new conceptualization of teacher leadership in moroccan schools. In M. Hassim & A. Chaibi (Eds.), *Leadership and Values in Language Education* (pp. 45-55). Bouznika.
- Boyett. (2006). *The Proof that Transformational Leadership Works*. The Science of Leadership.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. New York, NY: Harper Collins.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first Course in Factor Analysis*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Coyle, M. (1997). Teacher leadership vs. school management: Flatten the hierarchies. *Clearing House*. 70(5), 236-239
- Diefendorff, J. M., Brown, D. J., Kamin, A. M., & Lord, R. G. (2002). Examining the roles of job involvement and work centrality in predicting organizational citizenship behaviors and job performance. *Journal of Organizational Behavior*, 23(1), 93-108.
- Dionne, S. D., Yammarino, F. J., Atwater, L. E., & Spangler, W. D. (2004). Transformational leadership and team performance. *Journal of Organizational Change Management*, 17(2), 177-193.
- Douglass, M. E., & Douglass, D. N. (1992). *Time Management for Teams*. New York: American Management Association.
- Ghadi et al. (2013). Transformational leadership and work engagement. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(6), 532-550.
- Hair, J.F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th edition), New Jersey: Prentice-Hall International.

- Horwitz, I. B., Horwitz, S. K., Daram, P., Brandt, M. L., Brunicardi, F.C., & Awad, S. S. (2008) Transformational, transactional, and passive-avoidant leadership characteristics of a surgical resident cohort: Analysis using the multifactor leadership questionnaire and implications for improving surgical education curriculums. *Journal of Surgical Research*, 148(1), 49-59.
- Ibrahim, Saoud & Falasi, A. L.(2014) "Employee loyalty and engagement in UAE public sector". *Employee Relations*, 36(5), 562-582.
- Mozammel, S., & Haan, P. (2016). Transformational leadership and employee engagement in the banking sector in Bangladesh. *The Journal of Developing Areas*, 50(6), 43-55.
- National Health Service. (2014). *London leadership academy: Team effectiveness questionnaire*. Retrieved from http://www.londonleadingforhealth.nhs.uk/sites/default/files/Team_effectiveness_diagnostic-LAL1.pdf [In Thai]
- Robbins, P. (2012). *Political Ecology: A Critical Introduction*. John Wiley & Sons
- Sak, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619.
- Salanova et al. (2011). Linking transformational leadership to nurses' extra-role performance: the mediating role of self-efficacy and work engagement. *Journal of Advance Nursing*, 67(10), 2256-2266.
- Schaufeli W. B., & Bakker A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293-315.
- Senge, P. M. (1990). The art and practice of the learning organization. In M.L. Ray & A. Rinzler(Eds.), *The new paradigm in business: Emerging strategies for leadership and organizational change*. 126-138. NewYork: J.P. Tarcher/Perigee.
- Song J, Yang Q, Yang J, Larsson L, Hao X, Zhu X, et al. (2014). Essential Genetic Interactors of SIR2 Required for Spatial Sequestration and Asymmetrical Inheritance of Protein Aggregates. *PLoS Genet* 10(7), e1004539
- Watkins, K. E., & Dirani, K. M. (2013). A meta-analysis of the dimensions of a learning organization questionnaire looking across cultures, ranks, and industries. *Advances in Developing Human Resources*, 15(2), 148-162.

กลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดน่าน

นภาพร แสงนิล¹ มนัส สุวรรณ²สมาน พุแสง³ เรืองวิทย์ นนทภา⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณลักษณะความเป็นพลโลกของผู้เรียนและสภาพปัจจุบันของการเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน (2) สร้างกลยุทธ์ และ (3) ประเมินกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน การวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับคุณลักษณะ และการเสริมสร้างคุณลักษณะของนักเรียนสู่ความเป็นพลโลก สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อยืนยันคุณลักษณะความเป็นพลโลกของผู้เรียน ระยะที่ 2 การสร้างกลยุทธ์โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ปฏิบัติใน 13 โรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน และระยะที่ 3 การประเมินกลยุทธ์โดยผู้เชี่ยวชาญ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและสถิติพรรณนาในรูปของการแจกแจงความถี่ การกระจายร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. คุณลักษณะความเป็นพลโลกของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ด้าน 6 ประการ คือ ด้านพุทธิพิสัย ด้านทักษะพิสัย และด้านจิตพิสัย ครอบคลุมการมีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ที่เป็นสากล ทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 และเจตคติที่ดีในการอยู่ร่วมกันในโลกอย่างสันติ

2. กลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน ประกอบด้วย 9 กลยุทธ์ 11 โครงการ และ 61 กิจกรรม

3. ผลการประเมินกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน พบว่า มีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: คุณลักษณะความเป็นพลโลก; กลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะ; ความเป็นพลโลก

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาผู้นำทางการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 202 ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300, ประเทศไทย
อีเมล: anti2515@gmail.com

² คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

⁴ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Strategies for Enhancing the Global Citizenship Character of Secondary School Students in Nan Province

Napaporn Sangnil¹ Manus Suwan²
Saman Foosang³ Ruangwit Nontapa⁴

Abstract

The objectives of this research were (1) To study the global citizenship character of the secondary school students and the current status of enhancement of the same in Nan Province. (2) To formulate a strategies and (3) To evaluate a strategies for enhancing the global citizenship character of secondary school students in Nan Province. The research has been divided into 3 phases: (1) study the concept and theory of the global citizenship character of secondary school students. The researcher conducted in-depth interviews with 6 scholars in strategy and world-class standard schools (2) develop and validate such the strategies by brainstorming focus group of high performance in 13 secondary school in Nan and (3) evaluate those strategies by the expert judgment. The researcher used the descriptive research method. The analysis was based on informative scrutiny by using content analysis technique. The collected data were analyzed in frequency average and standard deviation.

The research findings were as followed:

1. The desirable global citizenship characteristic comprised of the following 3 groups: (1) Cognitive Domain (2) Psychomotor Domain and (3) Affective Domain with 6 characteristics items covering knowledge and understanding about the global situations, the necessary skills in 21st century and attitude to live together peacefully in the world.
2. The strategies for enhancing the global citizenship character of secondary school students in Nan province consisting of 9 main strategies, 11 projects and 61 activities
3. The strategies for enhancing the global citizenship character of secondary school students in Nan province on the propriety the feasibility and the total advantage of the aforementioned strategies were evaluated as a high level of performance.

Keywords: the Global Citizenship Character; Strategies for Enhancing the Character; Global Type of Citizenship

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Philosophy Program in Educational Leadership and Human Resource Development, Chiang Mai Rajabhat University

202 Chang Puak Road., Tambon Chang Puak, Maung, Chiangmai 50300, Thailand

Email: anti2515@gmail.com

² Faculty of Social Sciences; Chiang Mai University

³ Graduate School, Chiang Mai Rajabhat University

⁴ Faculty of Education, Chiang Mai Rajabhat University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและเทคโนโลยีการพัฒนาทางวิทยาศาสตร์ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ การเมืองโลก ส่งผลให้ประเทศต่างๆ ในโลกมีความเชื่อมโยงระหว่างกันมากขึ้น พลเมืองในประเทศและภูมิภาคต่างๆ มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันมากขึ้น มีการพึ่งพาอาศัยกัน และมีความเห็นอก เห็นใจกันมากขึ้น อย่างไรก็ตามในขณะเดียวกัน ยังพบว่ามีการแข่งขันต่อสู้เอาเปรียบกัน และมีความไม่เข้าใจกัน สภาพความสัมพันธ์ของพลเมืองในประเทศและภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกจึงมีทั้งความร่วมมือช่วยเหลือกัน และมีความขัดแย้งในเวลาเดียวกัน ประเทศต่างๆ ต้องพยายามปรับเปลี่ยนและดำเนินนโยบายให้เท่าทันกระแสความเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ประเทศของตนเองสามารถยืนหยัดอยู่ได้ในสังคมโลกอย่างมีศักดิ์ศรี คุณภาพของประชากรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุน การขับเคลื่อนนโยบายไปสู่ความสำเร็จและสามารถแข่งขันกับนานาชาติได้ (Office of the Education Council, 2010b) ในขณะเดียวกันสังคมโลกในยุคปัจจุบัน ที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ทำให้แต่ละประเทศไม่สามารถปิดตัวอยู่โดยลำพัง การดำรงชีวิตของคนในแต่ละประเทศมีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันมากขึ้น มีความร่วมมือในการปฏิบัติการกิจและแก้ปัญหาต่างๆ ร่วมกันมากขึ้น สภาพการณ์เช่นนี้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในอนาคต ทำให้เราต้องเร่งพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ให้เท่าทันสภาพโลกาภิวัตน์ โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และสร้างองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ (Office of the Education Council, 2010a) ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาคนแบบเดิมที่มุ่งให้เป็นพลเมืองที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นมาของประเทศที่ตนอาศัยอยู่ เข้าใจกลไกการบริหารงานของรัฐบาล เข้าใจกฎหมาย

วัฒนธรรมประเพณีของชาติที่ สัมมนา และมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้ศึกษาระเกี่ยวกับประเทศของตนเองเป็นส่วนใหญ่นั้นจึงต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาความเป็นพลเมืองสู่ความเป็นพลโลก โดยเน้นพรรณนาที่กว้างไกลออกไปจากเดิม ลักษณะของโลกดังกล่าว จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาพลเมืองให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโลกมากยิ่งขึ้น การเป็นพลเมืองดีจึงมิใช่เป็นพลเมืองดีของประเทศที่ตนอาศัยอยู่เท่านั้น แต่ควรมุ่ง พัฒนาไปสู่การเป็นพลเมืองดีของโลกด้วย

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานได้เล็งเห็นความจำเป็นอย่างรีบด่วนที่จะต้องเร่งหาวิธีการที่มีประสิทธิภาพ ในการพัฒนาทักษะและความสามารถต่างๆ ดังกล่าวให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน จึงได้กำหนดโครงการโรงเรียนสู่มาตรฐานสากลโดยสำนักงานบริหารงานมัธยมศึกษาตอนปลายเพื่อยกระดับโรงเรียนให้มีการจัดการเรียนการสอนและการบริหารระบบคุณภาพ (quality system) มุ่งให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (learner profile) เทียบเคียงมาตรฐานสากล (world class standard) ผู้เรียนมีศักยภาพเป็นพลโลก (world citizen) ตามแนวคิดของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ.2551 รวมถึงแนวคิดของการดำเนินงานโรงเรียนมาตรฐานสากลที่สอดคล้องกับปฏิญญาว่าด้วยการจัดการศึกษาของ ยูเนสโก (UNESCO) ทั้ง 4 ด้าน อันจะเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญ สร้างฐานที่มั่นคงที่พร้อมปลูกฝังความคิดที่เปิดกว้าง มองไกล สำนักรับผิดชอบต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับประเทศของตนเอง และเพื่อนบ้านในโลก ในฐานะเป็นพลเมืองที่ดีของประเทศสู่ความเป็นพลเมืองสากลของโลกในอนาคต จากข้อมูลชุดนี้ผู้วิจัยจึงนำมาเป็นข้อมูลประกอบในการวิจัยโดยมีนัยยะที่ว่าเมื่อเยาวชนไทยได้รับการพัฒนาในมิติความเป็นพลเมืองโลกทั้งทางด้านความรู้ที่เป็นสากล ทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 และเจตคติที่ดีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษยชาติแล้วจะมีความเชื่อมโยงกับการ

พัฒนาคน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยได้ในทุกๆ ด้าน ดังนั้นระบบจัดการศึกษาจึงต้องปรับเปลี่ยน โดยหน่วยปฏิบัติการที่สำคัญคือโรงเรียน

การจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดน่าน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 37 มีบริบทและพื้นฐานของการจัดการศึกษาเช่นเดียวกันกับโรงเรียนมัธยมศึกษาทั่วไปของประเทศ มีการกำหนดขนาดโรงเรียนจากสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาโดยใช้เกณฑ์เดียวกันจำแนกโรงเรียนออกเป็น 4 ขนาดคือ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ และขนาดใหญ่พิเศษ ในจำนวนนี้มีโรงเรียนขนาดใหญ่และใหญ่พิเศษที่เข้าร่วมโครงการโรงเรียนมาตรฐานสากลจำนวน 4 โรงเรียน เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีศักยภาพเป็นพลโลก ประกอบกับพื้นที่จังหวัดน่านมีอาณาเขตติดกับประเทศเพื่อนบ้านคือ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ดังนั้นการเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนที่อยู่ชายแดน จึงเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับเยาวชนนักเรียนในจังหวัดน่านในการปรับตัว การติดต่อสื่อสารและการอยู่ร่วมกันกับความต่างของพหุวัฒนธรรมด้วยความสันติ

จากความสำคัญและสภาพปัญหาดังกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดกลาง จึงมีความสนใจในการสร้างกลยุทธ์ เพื่อเตรียมเยาวชนคนรุ่นใหม่ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดกลางและขนาดเล็กให้ได้รับโอกาสเท่าเทียมกันในการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะและเจตคติให้มีคุณลักษณะสำคัญของการเป็นพลโลก เพื่อการดำรงชีวิตในโลกยุคศตวรรษที่ 21 ได้อย่างรู้เท่าทัน สงบสันติ มีความสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดีเหมาะสมเพียงพอก้าวหน้ากับสิ่งต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลง ด้วยความตระหนักและร่วมรับผิดชอบผลกระทบทั้งในระดับบุคคล ท้องถิ่น ประเทศชาติ และระดับโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะความเป็นพลโลกของผู้เรียนและสภาพปัจจุบันของการเสริมสร้าง คุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน
2. เพื่อสร้างกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน
3. เพื่อประเมินกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน

นิยามศัพท์

กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการ แนวทาง รูปแบบหรือแผนการที่ผ่านการไตร่ตรองอย่างรอบคอบ โดยมีโครงการ และกิจกรรมในการดำเนินการ เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้

พลโลก หมายถึง บุคคลผู้ซึ่งเป็นพลเมืองดีของสังคมโลก และมีความภูมิใจในการเป็นพลเมืองดีของประเทศ มีความตระหนักรู้เรื่องมนุษยชาติและโลก มีสำนึกรับผิดชอบ สามารถเชื่อมโยงการศึกษา เศรษฐกิจ ธุรกิจ หน้าที่พลเมืองและวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ครอบครัว ชุมชนท้องถิ่น ประเทศ และระดับโลกเข้าด้วยกันได้อย่างสร้างสรรค์

คุณลักษณะความเป็นพลโลก หมายถึง บุคคลที่แสดงออกถึงความเป็นพลเมืองดีของสังคมโลก และมีความภูมิใจในการเป็นพลเมืองดีของประเทศ

การเสริมสร้าง หมายถึง การกระทำที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพูนหรือส่งเสริมลักษณะพฤติกรรมการแสดงออก ที่นำไปสู่คุณลักษณะของความเป็นพลโลกของผู้เรียน

โรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน หมายถึง โรงเรียนมัธยมศึกษาในพื้นที่จังหวัดน่าน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 37 ที่

ไม่ใช่โรงเรียนในโครงการโรงเรียนมาตรฐานสากล

ผู้เรียน หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนมัธยมศึกษาปีการศึกษา 2559 ในพื้นที่จังหวัดน่าน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 37

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านคุณลักษณะของความเป็นพลโลกของผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นพลโลกและคุณลักษณะของการเป็นพลโลกของผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา โดยผู้วิจัยได้ยึดตามทฤษฎีการเรียนรู้ของ Bloom (1956) ปฏิญญาด้านการจัดการศึกษาของยูเนสโก UNESCO ทั้ง 4 ด้าน คือ Learning to Know, Learning to Do, Learning to Live Together, และ Learning to Be และแนวคิดของนักการศึกษาทั้งในและต่างประเทศเป็นกลไกสำคัญได้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นพลโลกของผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา เป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย

(1) ด้านพุทธิพิสัย (cognitive domain) ได้แก่ การมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโลก ใฝ่เรียนรู้ เชิงบูรณาการ

(2) ด้านทักษะพิสัย (psychomotor domain) ได้แก่ การมีความสามารถในการสื่อสาร ด้วยภาษา สื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ การมีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และการมีความร่วมมือ ร่วมใจในการทำกิจกรรมต่างๆ

(3) ด้านจิตพิสัย (affective domain) ได้แก่ การเห็นคุณค่าและเคารพความเป็นมนุษย์ และการมีความรับผิดชอบและมีความตระหนักถึงการพัฒนายั่งยืน

2.2 ขอบเขตเนื้อหาการเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนด้วยการสังเคราะห์กลยุทธ์ในการเสริมสร้างคุณลักษณะให้กับผู้เรียน

2.3 ขอบเขตด้านกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 37 ผู้วิจัยกำหนดกลยุทธ์ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (environmental scanning) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis ประกอบด้วยการตรวจสอบสภาพภายในด้วยหลักการวิเคราะห์แบบ 2S 4M และสภาพแวดล้อมภายนอกด้วยหลักการวิเคราะห์แบบ CPEST ส่วนการกำหนดกลยุทธ์ (strategy formulation) โดยการทำ TOWS Matrix ประกอบด้วยกลยุทธ์ โครงการ และกิจกรรมของแต่ละกลยุทธ์

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ โรงเรียนมัธยมศึกษาทั่วไปซึ่งไม่ใช่โรงเรียนมาตรฐานสากล ในปีการศึกษา 2559 จำแนกเป็นโรงเรียนขนาดกลาง จำนวน 7 โรงเรียน และโรงเรียนขนาดเล็ก จำนวน 19 โรงเรียน ของจังหวัดน่าน รวมจำนวน 26 โรงเรียน

2.2 ขนาดตัวอย่างคือโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน โดยการสุ่มแบบกำหนดจำนวน (quota sampling) ตามขนาดของโรงเรียนให้ครบทั้ง ขนาดกลาง และขนาดเล็กเพื่อศึกษาภาคสนาม ได้จำนวนทั้งหมด 13 โรงเรียน ประกอบด้วย โรงเรียนขนาดกลาง 4 โรงเรียน และโรงเรียนขนาดเล็ก 9 โรงเรียน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ โรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดน่าน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 37 จำนวน 30 โรง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. โรงเรียนมัธยมศึกษาของจังหวัดน่านนำกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียน ไปดำเนินงานตามบริบทของแต่ละโรงเรียน
2. ผู้บริหารสถานศึกษาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานอื่นๆ นำกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียน ไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการศึกษา
3. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา และในวงวิชาการอื่นๆ เป็นข้อมูลที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับการเสริมสร้างคุณลักษณะของผู้เรียนให้มีความเป็นพลโลกในบริบทด้านอื่นๆ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าทฤษฎี หลักการ แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประมวลสรุปและนำเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมสาระสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การเสริมสร้างความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียน ของโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดน่าน รวมทั้งได้วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปแนวคิดสำคัญในแต่ละประเด็นเพื่อนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ สาระสำคัญประกอบด้วยเนื้อหาหลัก 4 ตอน คือ

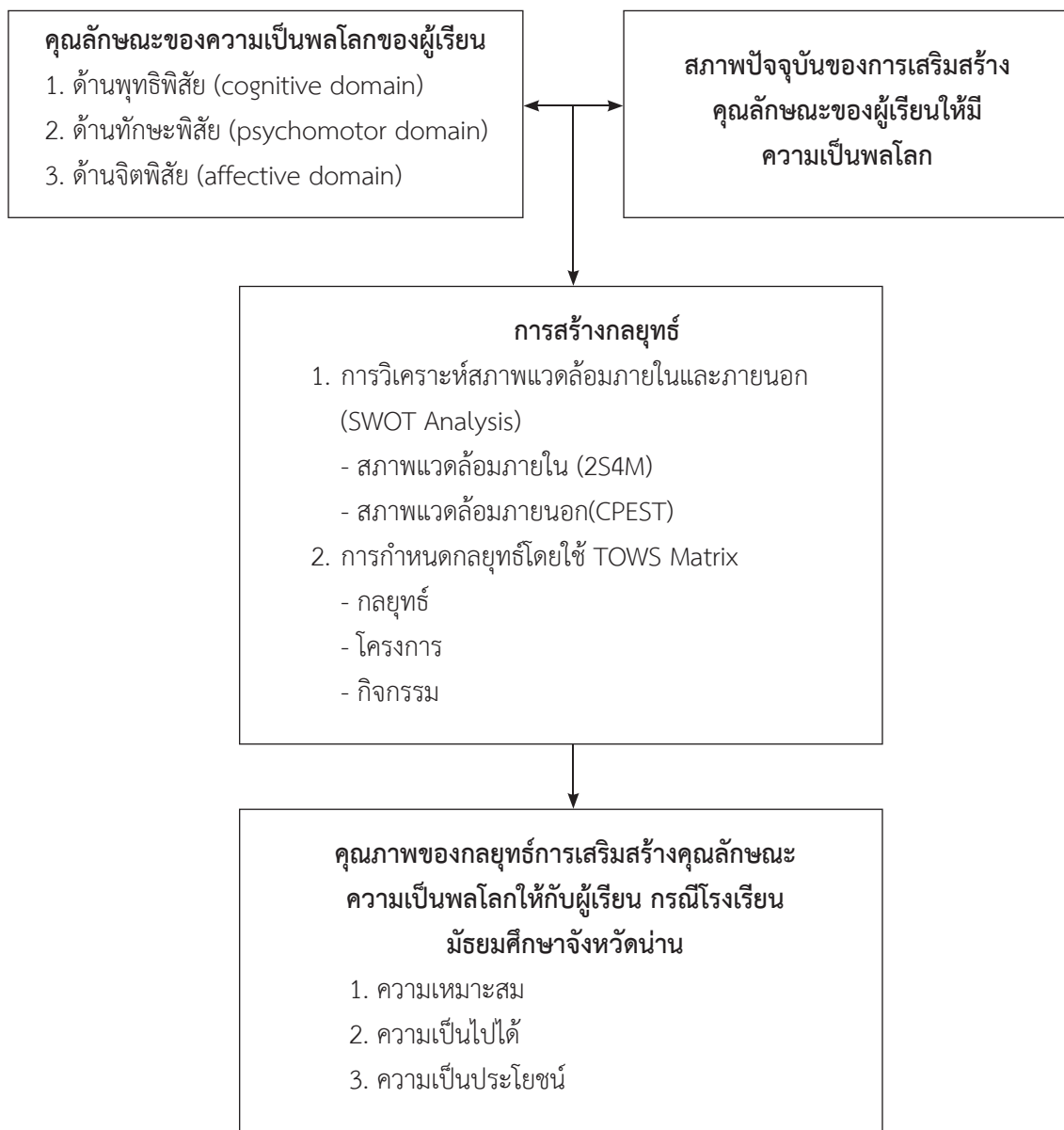
ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 37

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของความเป็นพลโลก ประกอบด้วย ความหมายของคุณลักษณะและพลโลก พัฒนาการและความสำคัญของการเป็นพลโลก แนวคิดและคุณลักษณะความเป็นพลโลกในทัศนะของบุคคล องค์กรและหน่วยงานระดับสากลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสังเคราะห์คุณลักษณะความเป็นพลโลกของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะความเป็นพลโลกของผู้เรียน

ตอนที่ 3 การเสริมสร้างคุณลักษณะของผู้เรียน ประกอบด้วย แนวคิด ทฤษฎีของการเสริมสร้างคุณลักษณะที่ดีของผู้เรียน แนวคิดในการจัดการศึกษาเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกขององค์กรและสถานศึกษาทั่วไป แนวคิดภาวะผู้นำที่เกี่ยวกับการเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียน เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกของผู้เรียน

ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ ประกอบด้วย ความหมายของกลยุทธ์ ลักษณะของกลยุทธ์ที่ดี กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ และการกำหนดกลยุทธ์

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อกำหนดคุณลักษณะความเป็นพลโลกของผู้เรียนในระดับมัธยมศึกษาและเพื่อพัฒนากลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา โดยใช้รูปแบบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ถูกต้องและสมบูรณ์

การดำเนินการทั้งหมดแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาทบทวนและกำหนดลักษณะความเป็นพลโลกของผู้เรียน และศึกษาสภาพปัจจุบันของการเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน ผู้วิจัยดำเนินการ 4 กิจกรรม ประกอบด้วย (1) การศึกษา

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นพลโลกของผู้เรียนและการเสริมสร้างคุณลักษณะของนักเรียนสู่ความเป็นพลโลก แนวทางการเสริมสร้างคุณลักษณะที่พึงประสงค์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาและ สํารวจ ข้อมูลที่เกี่ยวกับและพัฒนาการของการศึกษาความเป็นพลโลก (2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านกลยุทธ์และด้านการจัดการศึกษา (3) การประชุมกลุ่ม (focus group) ผู้เกี่ยวข้องในโรงเรียน กับการเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียน จำนวน 13 คน และ (4) การศึกษาภาคสนามโรงเรียนในกลุ่มเป้าหมายจำนวน 13 โรงเรียน โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบตรวจสอบเอกสาร เกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นพลโลก แบบสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้บริหารโรงเรียน แบบบันทึกการประชุมกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง และแบบสังเกตแบบไม่เป็นทางการ (informal observation)

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน ผู้วิจัยดำเนินการ 3 กิจกรรม ประกอบด้วย (1) การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (environmental scanning) สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้เทคนิค CPEST ส่วนการตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายใน ผู้วิจัยใช้เทคนิค 2S4M ที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียน และ (2) การกำหนดกลยุทธ์ (strategy formulation) เป็นการนำผลจากการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix มากำหนดเป็นกลยุทธ์ โครงการ และกิจกรรมของแต่ละกลยุทธ์ โดยการระดมพลังสมองจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์สภาพ (SWOT Analysis) และการทำ TOWS Matrix นำผลมาบูรณาการกับผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 แล้วเสนอคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณา ตรวจสอบแก้ไข แล้วปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ ใน

ขั้นนี้จะได้ร่างกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน เพื่อนำไปตรวจสอบกลยุทธ์โดยผู้เชี่ยวชาญต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน ผู้วิจัยดำเนินการประเมินกลยุทธ์โดยการประชุมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (expert judgement) ในด้านกลยุทธ์และการจัดการศึกษา เพื่อพัฒนาความเป็นพลโลกและด้านการบริหารสถานศึกษา จำนวน 11 คน ได้มาโดยกำหนดขนาดตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงเพื่อประเมินและตรวจสอบความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความเป็นประโยชน์ของร่างกลยุทธ์ จากนั้นผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ นำไปให้ที่ปรึกษาควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียน โรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่านเพื่อให้สมบูรณ์สามารถนำไปใช้ได้จริงโดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของกลยุทธ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ประกอบด้วย

1. ข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร นำมาสังเคราะห์เป็นคุณลักษณะความเป็นพลโลกของนักเรียน
2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่ม ข้อมูลจากแบบสังเกต ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาสรุปสาระสำคัญที่ได้จากข้อคำถามจากแบบสัมภาษณ์ แล้ววิเคราะห์แจกแจงความถี่ของคำตอบแต่ละรายการ
3. ข้อมูลเกี่ยวกับคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสม ความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ของกลยุทธ์วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการวิเคราะห์สถิติ ข้อมูล โดยการหาค่าเฉลี่ย และหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปตาราง

ประกอบคำบรรยาย โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก
กลยุทธ์ในระดับปานกลางขึ้นไปเท่านั้น

ผลการวิจัย

1. คุณลักษณะความเป็นพลโลกของผู้เรียน
ในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่านประกอบด้วย
คุณลักษณะ 3 ด้าน คือ ด้านพุทธิพิสัย (cognitive
domain) ด้านทักษะพิสัย (psychomotor domain)
และด้านจิตพิสัย (affective domain) 6 ประการ
คือ (1) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพการณ์ของ
โลกทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองการศึกษาและ
วัฒนธรรม การใฝ่เรียนรู้เชิงบูรณาการ การสร้างสรรค์
นวัตกรรม และการสร้างงานในระบบเศรษฐกิจฐาน
ความรู้ (2) มีความสามารถด้านการสื่อสาร สามารถ
สื่อสารความคิด ข้อมูลโดยใช้ภาษา สื่อ เทคโนโลยี
สารสนเทศเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมอย่างรู้เท่าทัน (3)
มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่
เปลี่ยนแปลงเชื่อมโยงเหตุและผลที่เป็นสากล ด้วยความ
อดทนและพร้อมรับกับผลกระทบที่เกิดขึ้น เพื่อการอยู่
ร่วมกันอย่างสันติ (4) มีทักษะการทำงานให้สำเร็จ มี
ความร่วมมือร่วมใจในการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อจัด
และลดปัญหาความขัดแย้งอย่างสันติวิธี (5) เห็นคุณค่า
และเคารพความเป็นมนุษย์ ยอมรับความแตกต่างใน
ความเชื่อ ประเพณี และความหลากหลายทางเชื้อชาติ
และพหุวัฒนธรรม และ (6) มีความรับผิดชอบและมี
ความตระหนักถึงการเป็นพลเมืองที่ดี เพื่อการพัฒนา
ที่ปลอดภัยและยั่งยืนเชื่อมโยงในระดับท้องถิ่นสู่ระดับ
โลก ในด้านสิ่งแวดล้อม พลังงาน อาหาร สุขภาพ และ
ความปลอดภัย ส่วนสภาพปัจจุบันของการจัดการศึกษา
เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความเป็นพลโลกของโรงเรียน
มัธยมศึกษาจังหวัดน่าน พบว่า บางโรงเรียนมีการ
กำหนดเป็นวิสัยทัศน์การพัฒนาผู้เรียนเป็นพลโลกตาม
แผนการขับเคลื่อนโรงเรียนมัธยมศึกษายุคใหม่เข้าสู่
ความเป็นโรงเรียนมาตรฐานสากลภายในปี พ.ศ.2561

บางโรงเรียนกำหนดไว้ในกลยุทธ์ แผนงาน โครงการ
กิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้ ทักษะที่จำเป็น
ในศตวรรษที่ 21 และเจตคติที่ดีของการเป็นพลเมือง
ท้องถิ่นสู่ความเป็นพลโลก จากหลักสูตรกระบวนการ
เรียนการสอนในรายวิชาสาระหลัก 8 วิชา บูรณาการ
ความเป็นท้องถิ่นน่าน โดยใช้วิธีจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่
หลากหลาย ทั้งการฝึกกระบวนการคิด การสื่อสาร การ
ลงมือปฏิบัติให้เกิดความชำนาญในการทำงาน สามารถ
พัฒนาหรือแก้ไขปัญหาให้สำเร็จ เรียนรู้ทักษะชีวิตผ่าน
กิจกรรมพัฒนาผู้เรียนทั้งในหลักสูตรและกิจกรรมเสริม
นอกหลักสูตร กิจกรรมลดเวลาเรียนเพิ่มเวลารู้

2. กลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็น
พลโลกให้กับผู้เรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน
ประกอบด้วย 9 กลยุทธ์ 11 โครงการ และ 61 กิจกรรม
มีรายละเอียด ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างเสริมผู้เรียนให้มีคุณลักษณะ
ความเป็นพลเมืองน่านที่พึงประสงค์สู่ความเป็นพลโลก
โดยใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย
3 โครงการ คือ (1) โครงการพัฒนาคุณลักษณะผู้เรียนให้
มีความรู้ ทักษะ และทัศนคติสู่ความเป็นพลโลก จำนวน
8 กิจกรรม (2) โครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นวิถีน่าน
สู่ความพอเพียง จำนวน 5 กิจกรรม (3) โครงการ
พัฒนาทักษะความสามารถการสื่อสารด้วยภาษาและ
เทคโนโลยีจำนวน 3 กิจกรรม

กลยุทธ์ที่ 2 ปรับปรุงระบบการดูแลช่วยเหลือ
นักเรียนแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างฐานชีวิตที่ดีสู่ความ
เป็นพลโลก ประกอบด้วย 1 โครงการ คือ โครงการ
พัฒนาระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนเพื่อสร้างฐาน
ชีวิตที่ดีสู่ความเป็นพลโลก จำนวน 9 กิจกรรม

กลยุทธ์ที่ 3 ทบทวนหลักสูตรของสถานศึกษาเน้น
การบูรณาการความเป็นท้องถิ่นน่านโดยใช้หลักปรัชญา
ของเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย 1 โครงการ คือ
โครงการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาที่เน้นบูรณาการ

ความเป็นท้องถิ่นน่าสู่ความเป็นพลโลก จำนวน 4 กิจกรรม

กลยุทธ์ที่ 4 ปรับกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ สร้างองค์ความรู้ โดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือพัฒนาสู่นวัตกรรม ประกอบด้วย 1 โครงการ คือ โครงการ พัฒนาระบบการเรียนรู้เพื่อการคิดวิเคราะห์ และสร้างสรรค์สู่นวัตกรรม จำนวน 4 กิจกรรม

กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาระบบการบริหารจัดการศึกษา ให้มีความคล่องตัว สู่ความเป็นสากล ประกอบด้วย 1 โครงการ คือ โครงการพัฒนาสถานศึกษาสู่ความเป็นสากล จำนวน 7 กิจกรรม

กลยุทธ์ที่ 6 เพิ่มประสิทธิภาพระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในองค์กรให้เอื้อต่อการบริหารจัดการและการเข้าถึงข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ ได้อย่างกว้างขวางมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 1 โครงการ คือ โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีและการสื่อสารให้ทุกคนได้รับโอกาสในการเข้าถึงการให้บริการอย่างทั่วถึง จำนวน 4 กิจกรรม

กลยุทธ์ที่ 7 เร่งพัฒนาบุคลากรทีมผู้นำให้มีศักยภาพในการนำองค์กรสู่ความเป็นสากลบนพื้นฐานวัฒนธรรมพื้นถิ่นน่า ประกอบด้วย 1 โครงการคือ โครงการพัฒนาความเข้มแข็งและศักยภาพของทีมผู้นำเพื่อพัฒนาโรงเรียนสู่ความเป็นสากลบนพื้นฐานวัฒนธรรมพื้นถิ่นน่าของบุคลากร จำนวน 3 กิจกรรม

กลยุทธ์ที่ 8 เร่งพัฒนาความเข้มแข็งครูและบุคลากรให้เป็นตัวแบบที่ดี มีศักยภาพในการจัดการเรียนรู้เพื่อสร้างผู้เรียนให้มีความเป็นพลเมืองที่พึงประสงค์ ประกอบด้วย 1 โครงการ คือ โครงการพัฒนาการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อสร้างผู้เรียนให้มีความเป็นพลเมืองน่าสู่ความเป็นพลโลก จำนวน 5 กิจกรรม

กลยุทธ์ที่ 9 เร่งสร้างและแสวงหาเครือข่ายความร่วมมือ ระดมสรรพกำลังทั้งในระดับท้องถิ่น ประเทศ

และระหว่างประเทศ ให้ผู้เรียนได้เข้าถึงโอกาสการเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลก ประกอบด้วย 1 โครงการ คือ โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ระดมสรรพกำลังในการสนับสนุนผู้เรียนให้มีคุณลักษณะความเป็นพลโลก จำนวน 5 กิจกรรม

3. ผลการประเมินกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่าน ภาพรวมทั้ง 9 กลยุทธ์ ในด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ทั้ง 9 กลยุทธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยในด้านความเป็นประโยชน์ผลรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และในด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ผลรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนในกลยุทธ์ที่มีผลการประเมินทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 3 กลยุทธ์ ส่วนกลยุทธ์ที่ 7 เร่งพัฒนาบุคลากรทีมผู้นำให้มีศักยภาพในการนำองค์กรสู่ความเป็นสากลบนพื้นฐานวัฒนธรรมพื้นถิ่นน่า มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของการประเมินกลยุทธ์และโครงการพบว่า ในด้านความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 4 กลยุทธ์ ในด้านความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด 4 กลยุทธ์ และในด้านความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด 8 กลยุทธ์ ซึ่งมีกลยุทธ์ที่มีผลการประเมินทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุดคือกลยุทธ์ที่ 1, 3, 4 ส่วนกลยุทธ์ที่ 7 ในโครงการพัฒนาความเข้มแข็งและศักยภาพของทีมผู้นำเพื่อพัฒนาโรงเรียนสู่ความเป็นสากลบนพื้นฐานวัฒนธรรมพื้นถิ่นน่าของบุคลากร มีผลการประเมินทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับมาก

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดน่าน พบว่า มีประเด็นน่าสนใจสมควรนำมาอภิปรายได้ 3 ประเด็น ดังนี้

1. คุณลักษณะความเป็นพลโลกของผู้เรียนใน

โรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่านแสดงออกถึงความ เป็นพลเมืองดีของสังคมโลก เป็นพลเมืองดีของประเทศ และมีความภูมิใจในอัตลักษณ์แห่งตน ใน 3 ด้าน คือ ด้านพุทธิพิสัย (cognitive domain) ด้านจิตพิสัย (affective domain) และด้านทักษะพิสัย (psycho-motor domain) นั้น เป็นเพราะว่าการจัดการศึกษา เพื่อพัฒนาผู้เรียนเป็นไปตามวิสัยทัศน์ของหลักสูตร แกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ซึ่งกำหนดไว้ว่า มุ่งพัฒนาผู้เรียนทุกคน ซึ่งเป็นกำลัง ของชาติให้เป็นมนุษย์ที่มีความสมดุลทั้งด้านร่างกาย ความรู้ คุณธรรม มีจิตสำนึกในความเป็นพลเมืองไทย และเป็นพลโลกมีความรู้และทักษะพื้นฐาน รวมทั้ง เจตคติ ที่จำเป็นต่อการศึกษาต่อการประกอบอาชีพ และการศึกษาตลอดชีวิต ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวยัง มีความสอดคล้อง กับความหมายและสาระการเรียนรู้ ของพลเมืองศึกษาและพลโลกศึกษา (Thai Royal Institute Dictionary B.E. 1999.) Pitiyanuwat (2012) ได้กล่าวถึงพลเมืองศึกษา (civic education) ว่าหมายถึง การจัดการศึกษา และประสบการณ์เรียนรู้ เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เป็นพลเมืองดีของประเทศ มีความ ภูมิใจในความเป็นพลเมืองของตน มีความสนใจที่จะ ปกครองตนเอง มีสิทธิมีเสียง สนใจต่อส่วนรวมและมี ส่วนร่วมใน กิจกรรมบ้านเมืองตามระบอบการปกครอง แบบประชาธิปไตย ฯ และยังเป็นไปตามคุณลักษณะ ของพลโลกใน ศตวรรษที่ 21 (Pitiyanuwat, 2012; Trilling & Fadel, 2009) กล่าวไว้ดังนี้ คือ สามารถที่ จะเห็นและเข้าใจแก้ปัญหาในฐานะของสมาชิกของสังคม โลก สามารถร่วมทำงานร่วมกับผู้อื่น สามารถคิดอย่าง มีวิจารณ์ญาณ สร้างสรรค์และเป็นระบบเต็มใจที่จะ แก้ไขข้อขัดแย้งโดยสันติวิธี เต็มใจที่จะเปลี่ยนวิถีชีวิต และบริโภคพิสัยเพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อม มีจริยธรรม คุณธรรม และที่สำคัญ คือ คุณลักษณะความเป็นพลโลก ทั้ง 6 ประการดังกล่าว มีความเหมาะสมต่อการพัฒนา ผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดเล็กและขนาดกลาง

จังหวัดน่าน เนื่องจาก เป็นคุณลักษณะที่ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ปฏิบัติในโรงเรียนจังหวัดน่านมีความเห็นพ้อง กันถึงความเป็นไปได้ในการกำหนดเป็นคุณลักษณะ เป้าหมายของผู้เรียน และสามารถดำเนินการพัฒนาได้ ในบริบทของโรงเรียนที่มีความพร้อมน้อยกว่าโรงเรียน มาตรฐานสากลขนาดใหญ่ โดยการวางแผนจัดการ ศึกษาที่เหมาะสมกับบริบทโรงเรียนในพื้นที่ชายแดน จังหวัดน่าน ที่มีความเข้มแข็งและร่ำรวยทางวัฒนธรรม ซึ่งข้อค้นพบในเรื่องความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์แห่ง ตน เป็นสำนึกพื้นฐานที่สำคัญควรต้องเสริมสร้างผู้ เรียนให้ตระหนักและรู้สึกภูมิใจในตัวตนของความเป็น พลเมืองน่านซึ่งจะเป็นความเข้มแข็งสู่การพัฒนาเป็น พลโลกในวงกว้างต่อไป และเป็นคุณลักษณะสำคัญควร ปลุกฝังเยาวชนในพื้นที่ ที่ผู้วิจัยเห็นว่ามีจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ผู้เรียนควรได้รับการพัฒนาปลุกฝังให้มีคุณลักษณะ ดังกล่าว เนื่องจากในพื้นที่ชายแดน ประชาชนของทั้ง 2 ประเทศมีการติดต่อ มีความสัมพันธ์กันในหลายๆ ด้าน มีความอ่อนไหวซึ่งอาจเกิดความไม่เข้าใจกัน จน กลายเป็นความขัดแย้งได้ง่าย ดังนั้น เยาวชนในพื้นที่ จังหวัดน่านจึงควรได้รับการปลุกฝังคุณลักษณะความ เป็นพลโลกทั้งในด้านความรู้ที่เป็นสากล ทักษะที่จำเป็น และเจตคติที่ดีในการอยู่ร่วมกัน

2. กลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความ เป็นพลโลกให้กับผู้เรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัด น่าน ประกอบด้วย 9 กลยุทธ์ 11 โครงการ และ 61 กิจกรรม โดยกลยุทธ์ที่มีค่าเฉลี่ยของความเหมาะสม สูงสุด คือ กลยุทธ์ที่ 4 ปรับกระบวนการจัดกิจกรรม การเรียนรู้ ให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ สร้างองค์ความ รู้ โดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือพัฒนาสู่นวัตกรรม ทั้งนี้เพราะการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เป็นกระบวนการ ในการบ่มเพาะคุณลักษณะต่างๆ ของผู้เรียน ถ้า นักเรียนได้เรียนรู้โดยการฝึกปฏิบัติจะเกิดการเรียนรู้ อย่างยั่งยืน นำไปสู่คุณลักษณะต่างๆ ที่ต้องให้ให้เกิด กับผู้เรียน ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งสอดคล้องกับผลการ

วิจัยของ Theeratith, Ployduangrat, Boonthima and Rojratavanit (2013) กลยุทธ์การพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณลักษณะพลเมืองอาเซียนที่พึงประสงค์ในกลยุทธ์ (1) การศึกษาและกำหนดแนวทางการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณลักษณะพลเมืองอาเซียนที่พึงประสงค์ (2) การพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้ตระหนักถึงความสำคัญของอาเซียนและสามารถจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณลักษณะพลเมืองอาเซียนที่พึงประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และกลยุทธ์ และ (3) การส่งเสริมความร่วมมือของภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณลักษณะพลเมืองอาเซียนที่พึงประสงค์ซึ่งมีการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

3. ผลการประเมินกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกให้กับผู้เรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดน่านภาพรวมมีความเหมาะสมมีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์กับโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดกลางและขนาดเล็กมาก เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องขาดแคลนครูที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดทำแผน ซึ่งต้องมีการวิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งกลยุทธ์ โครงการและกิจกรรมต่างๆ จึงเป็นไปด้วยความยุ่งยากและลำบาก ส่วนใหญ่จึงอิงแผนของต้นสังกัดเป็นหลัก ทำให้การพัฒนาผู้เรียน ครูโรงเรียนไม่ทั่วถึง ไม่ตรงประเด็นแบบเฉพาะเจาะจงกับสภาพบริบทของพื้นที่ ดังนั้นกลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลก ที่ประกอบด้วยกลยุทธ์โครงการและกิจกรรม ที่ให้โรงเรียนในจังหวัดน่านได้ประกอบการพิจารณาในการเลือกนำไปใช้ในการกำหนดเป็นแผนกลยุทธ์ของโรงเรียน จะช่วยให้สถานศึกษาสามารถพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณลักษณะเป็นพลโลกตามเป้าหมาย ส่วนกลยุทธ์ที่ 7 เร่งพัฒนาบุคลากรทีมผู้นำให้มีศักยภาพในการนำองค์กรสู่ความเป็นสากลบนพื้นฐานวัฒนธรรมพื้นถิ่นน่านมีผลการประเมินอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้านนั้น ผู้วิจัยยังเห็นว่ากลยุทธ์นี้

สำหรับโรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดน่านขนาดกลางกับขนาดเล็กที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาตามโครงการโรงเรียนมาตรฐานสากลนั้น ทีมผู้นำ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาในพื้นที่ที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ควรได้รับการพัฒนาศักยภาพ ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนให้เป็นพลเมืองน่านที่ดีสู่ความเป็นพลเมืองโลกโดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดน่านเป็นพื้นที่ชายแดนที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วเนื่องจากได้รับความสนใจในการพัฒนาให้เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้น หากผู้นำได้รับการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในประเด็นดังกล่าว และนำไปกำหนดเป็นคุณลักษณะของเยาวชนน่าน การสร้างเสริมนักเรียนน่านให้มีความเป็นสากลก็จะเกิดมรรคเกิดผลที่ดีต่อการพัฒนาเยาวชนน่านเพื่อสร้างน่านให้เป็นเมืองที่เข้มแข็งทางวัฒนธรรมสู่สากลต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. กลยุทธ์การเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลโลกของนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาในพื้นที่จังหวัดน่าน ควรต้องนำเป็นวาระการศึกษาของจังหวัดน่าน เพื่อนำสู่การปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน และผลักดันให้นักเรียนน่านมีความภูมิใจในความเป็นพลเมืองน่านเป็นพลเมืองไทยที่พึงประสงค์ และมีความเป็นพลโลกที่มีศักยภาพ

2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการศึกษาระดับโรงเรียนทั้งบุคลากรภายในโรงเรียน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอกโรงเรียน ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ตรงกัน จึงจะทำให้คุณลักษณะของผู้เรียนสู่ความเป็นพลโลกเห็นผลในทางปฏิบัติ

3. ผู้บริหารและผู้นำทางการศึกษาที่มีบทบาทและหน้าที่ในการจัดการศึกษาควรต้องใช้ภาวะผู้นำและใช้ศักยภาพในการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมในการพัฒนาผู้เรียน จัดสรรทรัพยากรให้กับโครงการที่คุ้มค่า เพื่อ

เตรียมผู้เรียนให้มีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์แห่งตนสู่ความเป็นพลโลก

4. การจัดหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้ ควรบูรณาการหลักสูตรของโรงเรียนที่มีการปรับสมดุลของหลักสูตรแกนกลาง หลักสูตรท้องถิ่นและหลักสูตรความเป็นพลโลกรวมกันเป็นหลักสูตรที่เหมาะสม

5. ผู้เรียนควรจะต้องรับผิดชอบ และสามารถเป็น

ผู้กำกับการเรียนรู้ของตัวเอง (self-directed learning) นำไปสู่ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ (critical thinking) ด้วยวิธีการเรียนรู้ด้วยตนเองใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ จากแหล่งที่หลากหลายและเข้าใจการบูรณาการหลักสูตรของโรงเรียนที่มีการเตรียมผู้เรียนสู่ความเป็นพลโลก

Reference

- Bloom, B. S. (1956). *Taxonomy of educational objectives handbook: The cognitive domain*. New York: David McKay.
- Office of the Education Council. (2010a). *Report the operating conditions of educational institutions according to national education standards*. Bangkok: Author. [In Thai]
- Office of the Education Council. (2010b). *Thai educational performance in the international stage 2009* (2nd ed.). Bangkok: Author. [In Thai]
- Pitiyanuwat, S. (2012). *Strategies for education management for citizenship and the global citizenship in the 21st Century*. Retrieved from <https://www.slideshare.net/SurinThai/5-15060411> [In Thai]
- Thai Royal Institute Dictionary B.E. 1999*. Bangkok: Office of the Royal Society. [In Thai]
- Theeratith, S., Ployduangrat, J., Boonthima, R., & Rojratnavanit, N. (2013). A strategy in relation to the development of desirable characteristics of ASEAN citizens studying in basic education students. *Journal of Education, Prince of Songkla University*, 24(Special January-December), 42-57. [In Thai]
- Trilling, B., & Fadel, C. (2009). *21st Century skills learning for life in our times*. San Francisco, CA: John Wiley & Sons.

การพัฒนาวิธีในการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของโรงพยาบาลชุมชน เขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิษณุโลก)

มนูญ บุญนัต¹ สุปราณี ธรรมพิทักษ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาอุปสรรคและพัฒนาวิธีการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มย่อย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย จากผู้อำนวยการโรงพยาบาล/นายแพทย์สาธารณสุข หัวหน้าฝ่ายบริหาร หัวหน้างานพัสดุ หัวหน้ากลุ่มการพยาบาล คณะกรรมการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะ และคณะกรรมการตรวจรับ รวมจำนวน 96 คน

ผลการศึกษา

วิธีตกลงราคา พบว่า ดำเนินงานตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ.2535 ปัญหาอุปสรรคพบว่า กฎระเบียบในการปฏิบัติไม่ชัดเจนมีหลายขั้นตอน การอนุมัติเกิดความล่าช้า กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างมีระยะเวลาจำกัด สำหรับการพัฒนางานวิธีตกลงราคา วิธีสอบราคา พบว่า กำหนดงบประมาณในการจัดซื้อวัสดุครุภัณฑ์เกิน 100,000 บาท แต่ไม่เกิน 1,000,000 บาท ตามระเบียบพัสดุ พ.ศ.2535 ปัญหาอุปสรรคพบว่า ระเบียบปฏิบัติไม่ชัดเจน มีระยะเวลาจำกัดในกระบวนการจัดซื้อ

วิธีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (e-Market) พบว่า โรงพยาบาลชุมชนไม่ได้ใช้วิธีวิธีนี้ การพัฒนาวิธีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย กำหนดให้คณะกรรมการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะอิสระและเปิดเผย ผู้ไม่มีผลประโยชน์ร่วมสามารถวิจารณ์ร่าง TOR (แบบลับ) และกำหนดหลักประกันการยื่นซองเกิน 1,000,000 บาท/ โครงการ. วิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) พบว่า เป็นวิธีที่ไม่ต้องผ่านบริษัทกลาง ช่วยลดขั้นตอนการทำงานและลดการเผชิญหน้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาทรัพยากร และขั้นตอนในการดำเนินงานมีความชัดเจนในเรื่องการเข้าถึงของงบประมาณ.

คำสำคัญ: การจัดหาวัสดุครุภัณฑ์; ตกลงราคา; สอบราคา; ตลาดอิเล็กทรอนิกส์; ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา
169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131, ประเทศไทย
อีเมล: m_boonnad@windowslive.com

² วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

The Procurement Methods Development for Medical Supplies of the Community Hospitals Public Health Region 2 (Phitsanulok)

Manoon Boonnad¹ Supranee Thampitug²

Abstract

This is a qualitative research with the following objectives: 1) to study the present conditions of medical equipment procurement of Community Hospital Area 2 (Pitsanuloke), problems and obstacles and to develop the methodology equipment procurement. In depth interviews and group discussions were utilized among the 96 members of hospital directors/public health administrators, chief administrators, chief supply officers, chief registered nurses, specification verification committee, and audit committee. The Research Results

Price bargaining method was found to be in accordance with the Office of the Prime Minister's Regulations on Procurement of Supplies, B.E. 2535. Problems and obstacles were found as follows: The regulations were unclear and complicated, approvals were late, and purchasing procedures were time limited. As for the development of price negotiation method, though bidding was used in price verification, but the supply regulations of the Office of the Prime Minister, B.E. 2535 for purchasing of supplies at a price between 100,000 - 1,000,000 baht were unclear and left limited time for bidding. Besides, the e-marketing method was not used by hospitals. The development of the e-marketing should be conducted consisting of free and open specification verification committee; no-interest parties's ability to (secretly) criticize the draft TOR and requiring of bid guarantee money for the submission of bid of more than 1,000,000 baht per project. Electronic bidding was found to be convenient in avoiding the middle person company which will cut down steps of working activities and confrontation between the seller and the buyer, savings time, expense, resources and steps of workingactivities and transparency in the access of government budget.

Keywords: procurement; price agreement; price checking; e-Market, e-Bidding

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Philosophy Program in Public Administration, Burapha University
169 Bangsaen Beach Road, Saensuk, Mueang, Chon Buri, 20131, Thailand
E-mail: m_boonnad@windowslive.com

² Graduate School of Public Administration, Burapha University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ถือได้ว่าเป็นกระบวนการนํานโยบายภาครัฐไปปฏิบัติที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศ ผลการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ที่ผ่านมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พบว่า ยังมีปัญหาเกิดขึ้นหลายประเด็น เช่น มีปัญหาเกี่ยวกับความล่าช้าด้านกฎระเบียบ ขั้นตอนของระบบราชการที่มาก ซับซ้อน ขาดเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย บุคลากรไม่เพียงพอต่อสภาพการทำงานที่แท้จริง รวมทั้งยังขาดการสนับสนุนด้านงบประมาณในการบริหารงานด้านสุขภาพ จากนโยบายภาครัฐที่มีจำกัด ซึ่งเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างในระดับประเทศที่เรื้อรังมาเป็นระยะเวลานาน แม้ว่าในทุกรัฐบาลจะได้พยายามหาแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหานี้ โดยให้กรมบัญชีกลางเป็นผู้กำกับ ดูแล ควบคุม และรายงานผล ตลอดจนการพัฒนากระบวนการ หลักการ วิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ ใช้ระยะเวลาอันน้อยลง ได้สิ่งของที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม เพิ่มความโปร่งใส และสามารถติดตาม ตรวจสอบกระบวนการทำงานได้ ทำให้เกิดความยุติธรรมต่อภาครัฐกิจ และยังเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายของภาครัฐในการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน (Yensab, 2008) ปัจจุบันได้มีการพัฒนารูปแบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้กับระเบียบพัสดุ ได้แก่ การจัดหาพัสดุด้วยวิธีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Market: e-market) และวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding: e-Bidding) เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพโปร่งใส สร้างความคุ้มค่ากับงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร ตรวจสอบได้ ลดปัญหาทุจริตคอร์รัปชันในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง เป็นแนวทางการลดความเสี่ยงในการนํานโยบายไปปฏิบัติ และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานพัสดุให้

ระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเป็นไปตามระบบวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ครบวงจรอย่างแท้จริง (The Comptroller General's Department, 2008) อย่างไรก็ตาม จากการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดหาพัสดุ ยังคงพบว่าเกิดปัญหาและข้อบกพร่องตั้งแต่ต้นน้ำจนกระทั่งปลายน้ำ กล่าวคือมีปัญหาด้านกฎระเบียบ ขาดการประสานงานกับหน่วยงานที่ควบคุมในการจัดหาพัสดุอย่างเคร่งครัด เจ้าหน้าที่พัสดุไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเป็นอิสระ เนื่องจากถูกแทรกแซงจากผู้บริหาร ขาดความรู้ในการวางแผน การเตรียมการในโครงการ มีการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะกีดกันผู้ขายบางราย และวัสดุครุภัณฑ์ที่ได้มามีมาตรฐานต่ำไม่ตรงความต้องการที่แท้จริง มีราคาแพงกว่าราคาที่ควรจะเป็น ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีปัญหาข้อบกพร่องเกิดขึ้น ในทุกกระบวนการและทุกประเภทของการจัดหาพัสดุ ครุภัณฑ์ ทำให้ภาครัฐสูญเสียงบประมาณซึ่งเป็นภาษีประชาชน

สำนักงานเขตบริการสุขภาพที่ 2 ได้จัดตั้งขึ้นตามคำสั่งกระทรวงสาธารณสุข ที่ 159/2556 ลงวันที่ 25 มกราคม 2556 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การบริหารเขตบริการสุขภาพที่ 2 มีความคล่องตัวในการติดตามความก้าวหน้า เฝ้าระวัง กำกับ และติดตามการปฏิบัติราชการในการพัฒนางานเขตสุขภาพที่ 2 จากสภาพปัญหาในอดีตจนถึงปัจจุบันเกี่ยวกับงานจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ พบว่า มีปัญหาเกี่ยวกับความล่าช้าด้านกฎระเบียบ ขั้นตอนของระบบราชการที่มาก ซับซ้อน ขาดเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย บุคลากรไม่เพียงพอต่อสภาพการทำงานที่แท้จริง การกำหนดราคากลางต่ำกว่าความเป็นจริงทำให้มีปัญหาเรื่องคุณภาพและประโยชน์ที่ได้รับไม่ตรงตามความต้องการอย่างแท้จริง ตลอดจนวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ถูกจำกัดด้วยคุณภาพและราคาที่เท่ากัน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการพัฒนาวิธีการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของโรงพยาบาลชุมชนเขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิชัยโลก)

ทั้ง 4 วิธี ได้แก่ วิธีการตกลงราคา, วิธีสอบราคา, วิธีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (e-Market) และวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) โดยองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลสำคัญแก่ผู้เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ในการพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ ให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ความคุ้มค่า คำนึงทุนในการบริหารจัดการภาครัฐต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของโรงพยาบาลชุมชนเขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิษณุโลก)
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของโรงพยาบาลชุมชนเขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิษณุโลก)
3. เพื่อพัฒนาวีธีในการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของโรงพยาบาลชุมชนเขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิษณุโลก)

ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรค และพัฒนาวิธีในการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ 4 วิธี ประกอบด้วย วิธีตกลงราคา วิธี สอบราคา วิธีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (e-Market) และวิธี ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding)

ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มบุคลากรที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการจัดหาพัสดุของโรงพยาบาลชุมชนเขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิษณุโลก) จำนวน 96 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตพื้นที่การศึกษาคั้งนี้ คือ
โรงพยาบาลชุมชนเขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิษณุโลก)
ประกอบด้วย โรงพยาบาลชุมชน ใน 5 จังหวัด ได้แก่
จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดอุตรดิตถ์
จังหวัดตาก และจังหวัดสุโขทัย รวมจำนวน 16 โรง
พยาบาล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลการพัฒนาวิธีการจัดการ
ครุภัณฑ์ทางการแพทย์ที่สามารถส่งเสริมกระบวนการ
จัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ที่มีประสิทธิภาพและ
ประสิทธิผล
2. สารสนเทศที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูล
สำคัญแก่ผู้กำหนดนโยบายในการแก้ไข พัฒนา กำหนด
มาตรการ/นโยบาย เกี่ยวกับการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์
ทางการแพทย์
3. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ปฏิบัติงานในการ
จัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ที่มีประสิทธิภาพ
ประสิทธิผล สร้างความโปร่งใส มีคุณภาพและมาตรฐาน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. รูปแบบการจัดหาการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ การซื้อหรือการจ้างกระทำได้ 5 วิธีคือ (The Comptroller General's Department, 2006)
 - 1) วิธีตกลงราคา ได้แก่ การซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาไม่เกิน 100,000 บาท (หนึ่งแสนบาท)
 - 2) วิธีสอบราคา ได้แก่ การซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาเกิน 100,000 บาท แต่ไม่เกิน 2,000,000 บาท (สองล้านบาท)
 - 3) วิธีประกวดราคา ได้แก่ การซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาเกิน 1,000,000 บาท แต่ไม่เกิน 2,000,000 บาท (สองล้านบาท)

สำหรับวิธีสอบราคาและวิธีประกวดราคา ถ้าผู้สั่งซื้อหรือสั่งจ้างเห็นสมควรจะสั่งให้กระทำโดยวิธีกำหนด

ไว้สำหรับวงเงินสูงกว่าก็ได้ การแบ่งซื้อหรือแบ่งจ้างโดยลดวงเงินที่จะซื้อหรือจ้างในครั้งเดียวกัน เพื่อให้วงเงินต่ำกว่าที่กำหนดโดยวิธีหนึ่งวิธีใด หรือเพื่อให้อำนาจสั่งซื้อสิ่งจ้างเปลี่ยนไปจะกระทำมิได้ เว้นแต่การแบ่งซื้อแบ่งจ้างวัสดุที่ง่ายต่อการเนาเสียหรือโดยสภาพไม่อาจดำเนินการซื้อหรือจ้างในครั้งเดียวกันทั้งจำนวนเงิน การซื้อหรือการจ้างซึ่งดำเนินการด้วยเงินกู้ หรือเงินช่วยเหลือผู้สั่งซื้อหรือผู้จ้างจะสั่งให้กระทำตามวงเงินที่สัญญาเงินกู้หรือสัญญาเงินช่วยเหลือกำหนดก็ได้

4) วิธีพิเศษ จำแนกได้ 2 ลักษณะคือ

4.1) การซื้อโดยวิธีพิเศษ ได้แก่ การซื้อครั้งหนึ่ง ซึ่งมีราคาเกิน 100,000 บาท ให้

4.2) การจ้างโดยวิธีพิเศษ ได้แก่ การซื้อครั้งหนึ่ง ซึ่งมีราคาเกิน 100,000 บาท

5) วิธีกรณีพิเศษ (การซื้อหรือการจ้างโดยวิธีกรณีพิเศษ) ได้แก่ การซื้อหรือการจ้างจากส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่น ซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น หรือรัฐวิสาหกิจ ในกรณีดังต่อไปนี้

1) เป็นผู้ผลิตพัสดุหรือทำงานจ้างนั่นเอง และนายกรัฐมนตรีอนุมัติให้ซื้อหรือจ้าง

2) มีกฎหมายหรือมติคณะรัฐมนตรีกำหนดให้ซื้อหรือจ้างและกรณีให้รวมถึงหน่วยงานอื่นที่มีกฎหมายหรือมติคณะรัฐมนตรีกำหนดด้วย

2. หลักการบริหารการจัดหาพัสดุ (Chaisang, Lertpongsombat & Theppaya, 2014, pp. 4-5) กล่าวว่า กระบวนการบริหารจัดการพัสดุมีหลักการและความสำคัญจำเป็น 6 ด้าน

1) ด้านการวางแผนกำหนดความต้องการพัสดุ: เป็นกระบวนการขั้นแรกของการดำเนินการพัสดุ เพื่อเป็นการกำหนดนโยบาย การจัดทำแผนการจัดซื้อจัดจ้าง และการจัดสรรงบประมาณของหน่วยงาน

โดยมีการกำหนดประเภทของพัสดุ รายการ จำนวน และระยะเวลาที่ต้องการใช้พัสดุ การวางแผนกำหนดความต้องการพัสดุในลักษณะนโยบาย เช่น แผนการจัดซื้อครุภัณฑ์ทางการศึกษาและความต้องการในลักษณะเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานปกติ เช่น การจัดซื้ออุปกรณ์สำนักงาน เป็นต้น

2) ด้านการจัดหาพัสดุ: การดำเนินการให้ได้มาซึ่งวัสดุ ครุภัณฑ์ตามที่หน่วยงานต้องการด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การจัดซื้อ การจัดจ้าง การจัดทำเอง การเช่า เป็นต้น การดำเนินการจัดหาพัสดุนั้น จะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ และระเบียบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3) ด้านการควบคุมพัสดุ: การควบคุมเป็นกระบวนการหนึ่งของการบริหารพัสดุ เพื่อใช้เป็นข้อมูลทางการบริหารเกี่ยวกับต้นทุนผลผลิตของหน่วยงาน นอกจากนั้นการควบคุมยังช่วยในการเก็บดูแลบำรุงรักษาพัสดุให้อยู่ในสภาพใช้งานได้ดีอยู่เสมอและทำให้ทราบว่าพัสดุใดหากใช้ต่อไปจะทำให้เกิดความสูญเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลบำรุงรักษา หรือหมดความจำเป็นสมควรที่จะจำหน่ายและจัดหาพัสดุมาทดแทน

4) ด้านการเบิกจ่ายพัสดุ: การเบิกจ่ายพัสดุเป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากการควบคุมพัสดุ แล้วนำมาแจกจ่ายแก่ผู้ใช้ภายในหน่วยงานได้ทันเวลาและปริมาณที่ถูกต้อง เจ้าหน้าที่พัสดุจะดำเนินการโดยการวางหลักเกณฑ์กำหนดวันและเวลาที่แจกจ่ายพัสดุ ดังนั้น เจ้าหน้าที่พัสดุต้องคำนึงถึงความจำเป็น ความประหยัด และความต้องการของผู้ใช้ โดยมีการควบคุมให้เป็นไปตามความเป็นจริง

5) ด้านการบำรุงรักษาพัสดุ: การดำเนินการดูแลรักษาพัสดุให้อยู่ในสภาพที่ดีและสามารถใช้งานได้ นับเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการบริหารจัดการพัสดุ เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นเมื่อพัสดุได้ถูกแจกจ่ายไปแล้ว การบำรุงรักษาก็เป็นขั้นตอนที่มีความเกี่ยวข้องกันกับขั้นตอนอื่นเป็นอย่างมาก นับแต่การจัดหาซึ่งจะ

ต้องคำนึงถึงการควบคุมคุณภาพของพัสดุที่จัดหาเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการชำรุดเสื่อมสภาพก่อนกำหนด และการวางแผนบำรุงรักษาพัสดุจะต้องทำไปพร้อมๆ กับการจัดหาพัสดุ

6) ด้านการจำหน่ายพัสดุ: การดำเนินการเกี่ยวกับพัสดุที่มีเกินความต้องการ ชำรุด เสียหาย เสื่อมสภาพ ไม่สามารถซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ หรือหากซ่อมแซมก็มีค่าใช้จ่ายสูง ถ้าสมมติหมดความจำเป็นต้องใช้หรือเกิดการสูญหาย โดยการดำเนินการจำหน่ายพัสดุ ทำได้ 5 วิธี คือ การขาย แลกเปลี่ยน โอน ทำลาย และจำหน่ายเป็นศูนย์ เพื่อลดภาระงบประมาณในด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและทำให้ดูแลบำรุงรักษาเฉพาะพัสดุที่สำคัญและจำเป็นต่อการปฏิบัติงานเท่านั้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ: ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกระบวนการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของโรงพยาบาลชุมชนเขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิษณุโลก) ประกอบด้วยผู้อำนวยการโรงพยาบาล/นายแพทย์ สาธารณสุขจังหวัด หัวหน้าฝ่ายบริหาร หัวหน้างานพัสดุ หัวหน้ากลุ่มการพยาบาล คณะกรรมการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะ และคณะกรรมการตรวจรับ รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 96 คนจาก 16 โรงพยาบาล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (Interview Guide) ลักษณะของข้อคำถามเป็นประเด็นคำถามหัวข้อใหญ่และหัวข้อย่อยที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดำเนินการโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 ท่าน ประเมินจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC

สูงกว่า 0.5 สามารถสรุปได้ว่าข้อคำถามมีความตรงเชิงเนื้อหา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการขอนัดสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้อำนวยการโรงพยาบาลและนายแพทย์ สาธารณสุขจังหวัด ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดหาพัสดุของโรงพยาบาลชุมชนเขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิษณุโลก) จำนวน 12 คน

2. ผู้วิจัยดำเนินการขอนัดสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเฉพาะกลุ่ม โดยทำการติดต่อนัดหมายทางโทรศัพท์ หรือเข้าพบด้วยตนเอง เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยกับกลุ่มบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดหาพัสดุของโรงพยาบาลชุมชนเขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิษณุโลก) โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสนทนากลุ่มย่อย (Small Group Discussion) จำนวน 16 ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมครั้งละ 4-6 คน รวมจำนวน 84 คน

3. ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่ได้รับในรูปแบบเสียงจากเครื่องบันทึกเสียง และการจดบันทึก ทำการถอดเทปและจัดระเบียบข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) และการสนทนากลุ่มย่อย (Small Group Discussion) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

สภาพปัจจุบันและปัญหาอุปสรรค

1. วิธีตกลงราคา

วิธีตกลงราคาเป็นวิธีการที่ได้มาซึ่งวัสดุครุภัณฑ์ตรงกับความต้องการของแพทย์ พยาบาลมากที่สุด ซึ่งวิธีการตกลงราคาเป็นการจัดซื้อในวงเงินไม่เกิน

100,000 บาท ปัจจุบันกรมบัญชีกลางได้ขยายวงเงินการจัดหา ร.299 โดยเพิ่มวงเงินไม่เกิน 500,000 บาท ต่อการจัดซื้อต่อครั้ง ทำให้เกิดความสะดวกในการปฏิบัติโดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์บางอย่างมีความละเอียดและราคาค่อนข้างสูง ซึ่งต้องสืบราคาจากแหล่งผู้ขายหรือผู้แทนบริษัทให้นำวัสดุครุภัณฑ์มาให้ทดลองประเมินการใช้งานก่อนการสั่งซื้ออย่างน้อย 3 บริษัท เนื่องจากวัสดุครุภัณฑ์บางบริษัทมีคุณสมบัติเหมือนกันทุกอย่าง แต่การใช้งานจริงจะแตกต่างกัน ส่วนกระบวนการเริ่มจากการรายงานการจัดซื้อจัดจ้างที่ฝ่ายหัวหน้าพัสดุ ผู้อำนวยการอนุมัติตามคำสั่งที่ได้รับมอบจากจังหวัด จัดตั้งคณะกรรมการ จัดทำใบสั่งซื้อสั่งจ้าง แนบเอกสารแสดงความบริสุทธิ์ใจ (ITA) บันทึกเลขโครงการในระบบผ่าน e-GP ตรวจรับลงบัญชีคุมสต็อก จนกระทั่งลงเลขครุภัณฑ์

ปัญหาอุปสรรค พบว่า บุคลากรไม่เพียงพอ ในบางโรงพยาบาลไม่มีเจ้าหน้าที่ที่ทำงานด้านนี้โดยเฉพาะต้องใช้เจ้าหน้าที่ในสายวิชาชีพเป็นเจ้าหน้าที่พัสดุ ด้านกระบวนการ บางครั้งงบประมาณถูกจำกัดด้วยข้อวัสดุครุภัณฑ์ตามคุณสมบัติเฉพาะกลางกำหนดเท่านั้น ทำให้วัสดุครุภัณฑ์ที่ได้รับไม่ตรงกับความต้องการ

2. วิธีสอบราคา

วิธีการสอบราคาเป็นการจัดซื้อจัดจ้างในวงเงินงบประมาณ 100,000 บาท แต่ไม่เกิน 1,000,000 บาท ต่อการจัดซื้อจัดจ้างแต่ละครั้งที่ได้รับอนุมัติงบประมาณจากจังหวัด ด้านกระบวนการเริ่มจากแต่งตั้งคณะกรรมการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะวัสดุครุภัณฑ์ แต่งตั้งคณะกรรมการเปิดซองสอบราคา แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจรับ เจ้าหน้าที่กรอกข้อมูลประกาศโครงการในระบบ e-GP กำหนดระยะเวลาในกระบวนการประกาศเชิญชวน ประกาศผลผู้ไม่มีผลประโยชน์ร่วมอย่างน้อย 3 บริษัทเข้าแข่งขันประมูลราคา โดยผู้เสนอราคาต้องยื่นเอกสารส่วนที่ 1 (รายละเอียดวัสดุครุภัณฑ์ที่เสนอ)

ส่วนที่ 2 (เอกสารนิติบุคคล เลขบัญชีผู้ค้ากับภาครัฐ เอกสารมอบอำนาจ สมุดบัญชีธนาคาร ฯลฯ) และเอกสารส่วนที่ 3 ใบเสนอราคา คณะกรรมการเปิดซองสอบราคาจะพิจารณาคุณสมบัติเฉพาะตามที่กำหนดทุกราย แล้วพิจารณาจากผู้เสนอราคาและพิจารณาราคาเมื่อได้ผู้เสนอราคาดีที่ต่ำสุด (ต่ำสุด) ประกาศผู้ชนะการเสนอราคา แล้วเข้าสู่กระบวนการนำหลักฐานการค้ำประกันสัญญาเงินสด หรือเช็คที่ธนาคารออกให้ รายงานผลการพิจารณาจนครบกระบวนการ

ปัญหาอุปสรรค พบว่า เจ้าหน้าที่บางคนไม่มีความเชี่ยวชาญในกฎระเบียบข้อกำหนดในระเบียบพัสดุ ซึ่งบางครั้งให้ผู้ขายเป็นฝ่ายจัดการเรื่องเอกสารและวิธีการในการสอบราคา ด้านกระบวนการ ระเบียบปฏิบัติไม่ชัดเจน

3. ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Market: e-Market)

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของโรงพยาบาลชุมชนเขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิษณุโลก) ไม่มีการใช้วิธีนี้ แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยขอเสนอการพัฒนาวิธีการในการจัดหาครุภัณฑ์ฯ รูปแบบนี้ ดังนี้ ให้กรมบัญชีกลางเป็นหน่วยงานหลักในการบริหารจัดการภายใต้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ให้เป็นรูปธรรมโดยผ่านการบันทึกข้อมูลในระบบหาผู้ค้าที่ไม่เป็นผู้ทำงาน วัสดุมีคุณภาพมาตรฐาน ตลอดจนให้ผู้ขายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมสามารถเข้าถึงข้อมูล เพื่อป้องกันการบันทึกข้อมูลผู้ขายที่มีผลประโยชน์ร่วมกันเปรียบเทียบด้านราคา อาจจะเป็นบริษัทต่างตอบแทนในนิติกรรมกับภาครัฐเท่านั้น ซึ่งอาจส่งผลทำให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชันในวงกว้าง หรืออาจเกิดการกักตุนสินค้าหรือบริการ เพื่อผลประโยชน์การแข่งขันเชิงธุรกิจ ดังนั้นภาครัฐควรใช้สัญญาจะซื้อจะขายทั้งจังหวัดในปีงบประมาณเท่านั้น ซึ่งสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดควรให้โรงพยาบาล

ชุมชนจัดการตนเอง โดยส่งผ่านระบบ e-GP ตามเลขโครงการ ตลอดจนการโอนเงินให้ผู้ค้าที่เป็นคู่สัญญากับภาครัฐโดยตรงผ่านระบบได้แบบเป็นปัจจุบัน (Real Time) ตามงบประมาณของจังหวัด สำหรับสถานที่เก็บรักษานั้นต้องให้คู่สัญญากับภาครัฐเป็นผู้จัดการ รวมทั้งต้องมีการกำหนดวันหมดอายุ เช่น ไม่น้อยกว่า 6 เดือน หรือ 1 ปี เป็นต้น เพื่อป้องกันการกักตุนวัสดุครุภัณฑ์ ให้ราคาเพิ่มขึ้นแต่วันที่หมดอายุสั้นลง (Expire Date) เสื่อมสภาพก่อนเวลาอันควร

4. วิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding: e-Bidding)

วิธีประกวดอิเล็กทรอนิกส์ เป็นวิธีการประกวดราคาในวงเงินที่เกินกว่า 1,000,000 บาท ซึ่งในอดีตจะเป็นวิธีการประกวดราคาด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ที่ต้องมีบริษัทกลางเป็นตัวกลางระหว่างภาครัฐกับเอกชนผู้ค้าปัจจุบันได้ยกเลิกวิธีนี้แล้ว และได้พัฒนาเป็นการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) ที่ไม่ต้องผ่านบริษัทกลางโดยพัฒนาระบบเทคโนโลยีผ่านเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง (e-GP) ซึ่งคู่ค้ากับภาครัฐสามารถเข้าถึงได้ง่าย เป็นวิธีการจัดซื้อตามข้อบังคับและช่วยลดขั้นตอนการทำงานและลดการเผชิญหน้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย มีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาทรัพยากร และขั้นตอนในการดำเนินงาน

ปัญหาอุปสรรค เจ้าหน้าที่มีทักษะการปฏิบัติงานไม่เหมือนกัน เช่น บางคนมีความรู้ความเข้าใจในระเบียบข้อกำหนดวิธีการต่างๆ เป็นอย่างดี ในขณะที่บางคนใช้ความรู้สึกหรือประเพณีปฏิบัติที่เคยทำมาเท่านั้น ด้านกระบวนการ ในบางกรณีผู้จำหน่ายที่ไม่ได้ประกอบอาชีพขายเครื่องมือแพทย์แต่ได้เซ็นสัญญากับภาครัฐ เรียกว่า “บริษัทเฉพาะกิจ” ด้านการกีดกันเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นบ่อย เนื่องจากวิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) นั้นใช้การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะเดิมนั้น จึงทำให้ผู้ขายวิ่งเต้นนำเสนองานเพื่อจะได้ซึ่งคุณสมบัติเฉพาะที่กำหนดแล้ว อีกทั้งหากมีการโต้แย้งในร่างวิจารณ์ TOR จะต้องยื่นหนังสือกับหน่วยงานสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด กรณีการพิจารณาคุณสมบัติเฉพาะ หากผู้ไม่มีส่วนได้เสียในกระบวนการเสนอราคาทำหนังสืออุทธรณ์โต้แย้งว่าวัสดุครุภัณฑ์ของบริษัทดังกล่าวเข้าถึงคุณสมบัติเฉพาะไม่ได้ หรือผิดคุณสมบัติเฉพาะผิดเงื่อนไข บางครั้งผู้บริหารหรือคณะกรรมการไม่ถือเป็นสาระสำคัญ

การพัฒนาวิธีในการในการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์

ในการวิเคราะห์การพัฒนาวิธีการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ผู้วิจัยได้นำข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก และการทนากลุ่มย่อย (Small Group Discussion) สภาพปัจจุบัน ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะมาเป็นแนวทางในการพัฒนา รายละเอียดตามตาราง 1

ตาราง 1

การวิเคราะห์รูปแบบการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์รูปแบบเดิมกับวิธีการใหม่

วิธี	รูปแบบเดิม	การพัฒนาวิธีการใหม่
ตกลงราคา	- ผู้เสนอราคา 2 ราย - วงเงิน $\geq 100,000$ บาท (ว.299 มีกรอบเวลา) - พิจารณาตัดสินในราคาต่ำสุด	- ผู้เสนอราคาแหล่งข้อมูลไม่น้อยกว่า 3 ราย - ขยายวงเงินจัดซื้อ 500,000 บาท - ไม่พิจารณาราคาถูกอย่างเดียว

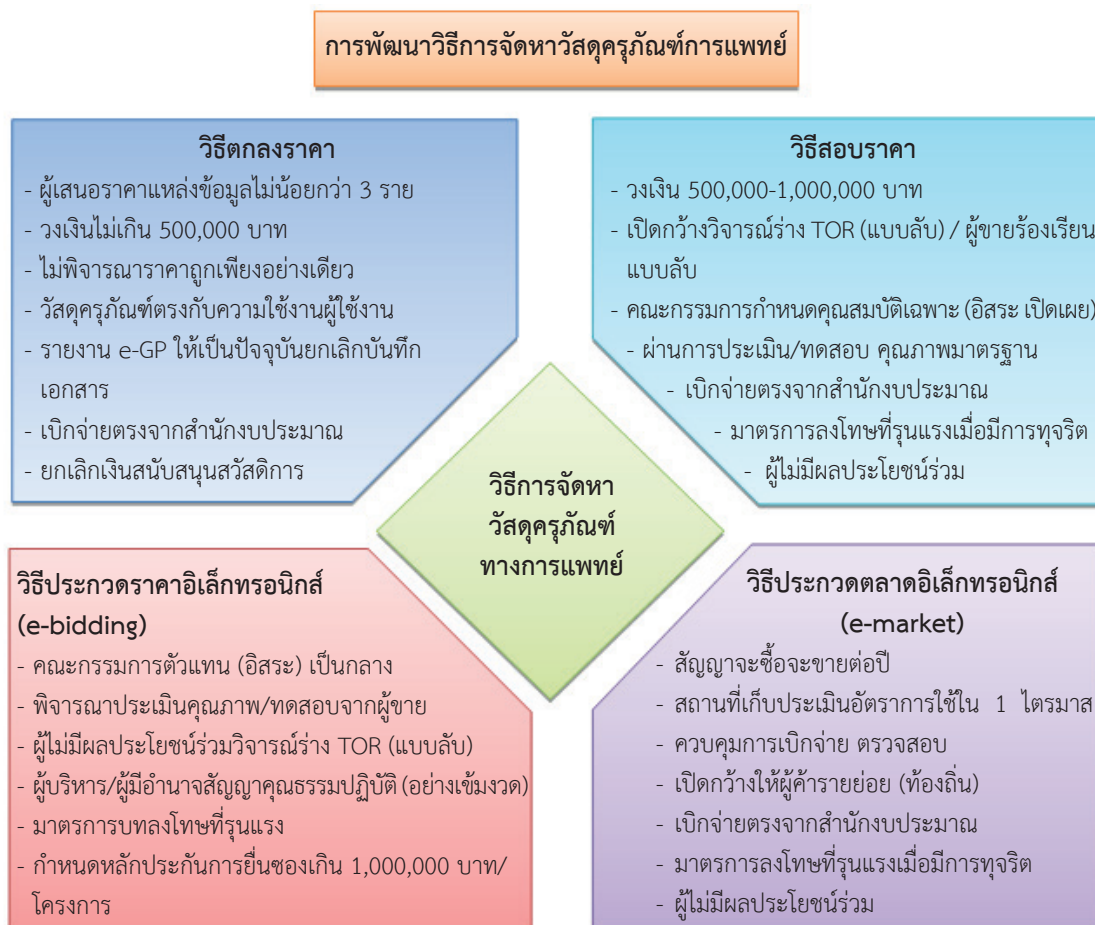
ตาราง 1

การวิเคราะห์รูปแบบการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์รูปแบบเดิมกับวิธีการใหม่ (ต่อ)

วิธี	รูปแบบเดิม	การพัฒนาวิธีการใหม่
	- ตรงกับการใช้งานบ้าง ไม่ตรงบ้าง - บันทึกเอกสารและบันทึก e-GP - เบิกตรงตามคู่สัญญา	- ราคาเหมาะสมตรงตามความต้องการใช้งาน - รายงาน e-GP ให้เป็นปัจจุบัน ยกเลิกเอกสาร - เบิกจ่ายตรงจากสำนักงบประมาณ
สอบราคา	- วงเงิน 100,000 -1,000,000 บาท - วิจารณ์ร่าง/ร้องเรียนผ่าน โทรสาร/หนังสือผ่าน หน่วยงานเจ้าของโครงการ - ไม่มีการกำหนดเกณฑ์ประเมินทดสอบทดลอง ใช้อย่างทั่วถึง - ไม่เฉียบขาด มีการปกป้องพวกพ้อง เลี่ยงความผิดแค่เป็นลงโทษ - ไม่ได้ปกป้องคุ้มครองสิทธิถูกกลั่นแกล้ง	- วงเงิน 500,000 -1,000,000 บาท - เปิดกว้างร้องเรียน TOR/ข้อ ร้องเรียน (แบบลับ) - กำหนดมาตรฐานการ ประเมินผู้ขาย, ทดสอบวัสดุครุภัณฑ์ - มาตรการลงโทษที่รุนแรง (กรณีทุจริตคอร์รัปชั่น) - ผู้ไม่มีผลประโยชน์ร่วมอุทธรณ์ร้องเรียน
e-Market	- ข้องตกลงตามคู่สัญญาส่งมอบ - ใช้งานตามวัสดุครุภัณฑ์ปีต่อปี - ขาดระบบการควบคุมตรวจสอบ ประเมินผล การเบิกจ่ายอย่างเข้มงวด - เอื้อประโยชน์ผู้ค้ารายใหญ่ ให้ขายปริมาณมาก แต่ราคาถูก - ไม่เป็นรูปธรรม ขาดความต่อเนื่อง ไม่ชัดเจน	- สัญญาจะซื้อจะขายต่อปี - สถานที่เก็บประเมินรักษาใช้ใน 1 ไตรมาส - ควบคุมการเบิกจ่ายตรวจสอบ - เปิดกว้างให้ผู้ค้ารายย่อย (ท้องถิ่น) - เบิกจ่ายตรงจากสำนักงานงบประมาณ ตามคู่สัญญาโครงการ
e-Bidding	- การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะไม่ได้เป็นรูปแบบ คณะ กรรมการตัวแทน - ไม่มีการประเมินคุณภาพวัสดุ พิจารณาตาม เอกสาร เข้าสู่กระบวนการเลย - วิจารณ์ร่าง/ร้องเรียนผ่าน โทรสาร/หนังสือผ่าน หน่วยงานเจ้าของโครงการ - สัญญาคุณธรรม เกิดขึ้นจากข้อกำหนด ไม่ได้เกิด จากจิตวิญญาณหรือ คุณธรรม - หลักประกันค่า 5% เกิน 2,000,000 บาท/โครงการ โดยเงินสดหรือหนังสือค้ำประกันที่ ธนาคารออกให้	- คณะกรรมการตัวแทน(อิสระ) เช่นการ กำหนดคุณสมบัติเฉพาะ - มีใบการประเมินคุณภาพ/ทดสอบจากผู้ขาย - ผู้ไม่มีผลประโยชน์ร่วมวิจารณ์ร่าง TOR (แบบลับ) - ผู้บริหาร/ผู้มีอำนาจสัญญาคุณธรรมปฏิบัติ (อย่างเข้มงวด) - กำหนดหลักประกันวงเงินการยื่นซองเกิน 1,000,000 บาท/โครงการ

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

จากตาราง 1 สรุปการพัฒนาวิธีในการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ของโรงพยาบาลชุมชนเขตบริการสุขภาพที่ 2 (พิษณุโลก) ได้ดังภาพ 1



ภาพ 1 การพัฒนาวิธีการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์

อภิปรายผลการวิจัย

วิธีตกลงราคาเป็นกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างสำคัญที่ก่อให้เกิดการใช้งบประมาณภาครัฐที่ความคุ้มค่า ตรงกับความต้องการของแพทย์ พยาบาล และเกิดประโยชน์สูงสุดกับตัวผู้ป่วย ด้าน ปัญหาอุปสรรค พบว่า กระบวนการในการปฏิบัติไม่ชัดเจนมีขั้นตอนหลายขั้นตอน ในอนุมัติเกิดความล่าช้ามีระยะเวลาจำกัดในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Pradubthanakit (2006) ที่พบว่ามีปัญหาด้านกฎระเบียบและขั้นตอน ระเบียบพัสดุกำหนดให้พิจารณาราคาที่ดีที่สุดจากผู้ขายไม่น้อยกว่า 2 ราย ซึ่งวัสดุครุภัณฑ์ที่ราคาถูกนั้นส่วนใหญ่จะมีคุณภาพที่ต่ำ ซึ่งบางครั้งไม่สามารถใช้งานตามความต้องการของแพทย์ พยาบาลอย่างแท้จริง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Imsuwan (2009) ที่พบว่าการจัดซื้อจัดจ้างจะเกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “เรียกเฉพาะราคาต่ำไม่ดูคุณภาพ” นอกจาก

นี้ในงานวิจัยครั้งนี้ได้ค้นพบข้อเสนอแนะว่าวิธีการตกลงราคาเป็นวิธีการที่ดีที่สุดโดยควรมีการนำระเบียบขยายวงเงิน 500,000 บาท นำมาใช้ปฏิบัติแทนระเบียบเดิม ตลอดจนควรมีการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรให้มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yamubon (2004) ที่พบว่าควรมีการส่งเสริมพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญในการจัดซื้อจัดจ้างและปลูกฝังค่านิยมรักองค์กร ในการจัดซื้อวัสดุ ครุภัณฑ์แบบสอบราคานั้น จะมีความเหมาะสมกับโรงพยาบาลชุมชน หากมีการถ่ายโอนกรอบเบิกจ่ายวงเงินให้โรงพยาบาลชุมชนบริหารจัดการตนเอง ซึ่งวงเงินส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจาก สปสช. โดยมีวัตถุประสงค์และเป็นวงเงินที่ผ่านสำนักงานสาธารณสุขในงบประมาณที่เหมือนกัน และส่วนกลางเป็นผู้ตัดสินใจในการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะ ด้านปัญหาอุปสรรคพบว่า ระเบียบปฏิบัติไม่ชัดเจน มีระยะเวลาจำกัดในกระบวนการจัดซื้อ ปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบอินเทอร์เน็ตที่ล่าช้าไม่เสถียร การอนุมัติงบประมาณช้ากว่าแผนงบประมาณประจำปี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Darakorn Na Ayuthaya (2001) พบว่า การจัดซื้อจัดจ้างมีปัญหาความล่าช้าของกระบวนการ พัสตที่ได้มาตรฐานต่ำ เวลาค่อนข้างจำกัด มีการเร่งดำเนินการตามงบประมาณขั้นตอนเอกสารมากทำให้เกิดความซ้ำซ้อนและสิ้นเปลืองทรัพยากร งบประมาณส่วนกลางบางอย่างมีการประมูลรวมกันที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ถูกกำหนดคุณสมบัติเฉพาะมาให้ปฏิบัติ สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า วิธีการสอบราคาจะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น เจ้าหน้าที่พัสดุต้องมีความเข้มงวดในการปฏิบัติตามระเบียบพัสดุในวิธีการจัดซื้อจัดจ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งขั้นตอนสำคัญอยู่ที่การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะ วิธีประกวดอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) เป็นวิธีที่ช่วยลดขั้นตอนการทำงานและลดการเผชิญหน้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย มีความสะดวก

รวดเร็ว ประหยัดเวลา ทรัพยากร และขั้นตอนในการดำเนินงาน มีความชัดเจนในเรื่องการเข้าถึงของงบประมาณภาครัฐ ทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความสะดวกในการปฏิบัติงาน ด้านปัญหาอุปสรรค พบว่า ระบบโอนเงินตรงยังไม่สามารถใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรมในทุกส่วนงานราชการได้ รวมทั้งเจ้าหน้าที่มีทักษะการปฏิบัติงานไม่เหมือนกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Puangprasert (2009) พบว่า เจ้าหน้าที่พัสดุไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเป็นอิสระ เนื่องจากถูกแทรกแซงจากผู้บริหาร ด้านบุคลากรขาดความเป็นกลางในการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะ ขาดมุมมองเรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผล การได้มาซึ่งครุภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริง ไม่คุ้มค่ากับงบประมาณที่เสียไป ตลอดจนไม่มีบริการหลังการขายที่ดี

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษา พบว่า แต่ละวิธีการจัดหาวัสดุ ครุภัณฑ์ทางการแพทย์เป็นเพียงทำให้ถูกต้องตามขั้นตอนกระบวนการ ความสำคัญอยู่ที่การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะ (สเปค) ดังนั้น กรมบัญชีกลางควรกำหนดนโยบาย วางแผน ตรวจสอบ รายงานอย่างเป็นปัจจุบัน (Real-time) ชัดเจน มีมาตรการกำหนดโทษที่รุนแรงต่อการเรียกรับผลประโยชน์หรือเป็นผู้ผลประโยชน์ร่วม และการวิจารณ์ TOR ควรให้ทำแบบลับผ่านระบบ e-GP เพื่อเปิดกว้างให้ผู้ค้ากับภาครัฐและผู้ไม่มีผลประโยชน์ร่วมได้วิจารณ์ร่าง TOR อย่างโปร่งใส และป้องกันการกีดกันกันกลับ

2. จากการศึกษา พบว่า การจัดสรรงบประมาณจากสำนักงานหลักประกันสุขภาพ (สปสช.) ที่ให้แก่แต่ละจังหวัดอนุมัติครุภัณฑ์ชนิดเดียวกันวงเงินเดียวกันนั้นมีปัญหา คือ การกระจุกตัวของงบประมาณไว้ที่ส่วนกลาง อาจทำให้เสี่ยงต่อการทุจริตคอร์รัปชันได้ ดังนั้นควรให้มีการกระจายกรอบอำนาจเงินจัดสรรให้แก่แต่ละโรงพยาบาลชุมชนแต่ละแห่งบริหารจัดการตัวเอง โดยเป็น

ผู้กำหนดคุณสมบัติเฉพาะเอง เนื่องจากโรงพยาบาลแต่ละแห่ง มีความต้องการวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ที่ต่างกัน บางโรงพยาบาลไม่มีแพทย์เฉพาะทางใช้วัสดุครุภัณฑ์จึงเป็นการสูญเสียงบประมาณ

3. จากผลการศึกษาพบว่า วิธีตกลงราคาเป็นวิธีที่ดีที่สุด สำหรับโรงพยาบาลชุมชนวงเงินในการจัดซื้อรักษาต่อครั้งไม่เกิน 100,000 บาท ซึ่งไม่เหมาะสมกับการจัดหาวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ ปัจจุบันกรมบัญชีกลางได้ผ่อนผันขยายระยะเวลากำหนดวงเงินวิธีการจัดหาพัสดุ (ว.299) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจไม่เกิน 500,000 บาท ต่อการจัดซื้อต่อครั้งนั้นมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัสดุครุภัณฑ์การแพทย์ที่ซับซ้อนในปัจจุบัน ดังนั้น กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ควรขยายวงเงินในวิธีตกลงราคาเป็นไม่เกิน

500,000 บาท ต่อการจัดซื้อจัดจ้าง โดยไม่จำกัดระยะเวลา เพื่อให้วงเงินงบประมาณสอดคล้องกับราคาตลาดและนวัตกรรมใหม่ๆ ของวัสดุครุภัณฑ์ทางการแพทย์ปัจจุบัน

4. จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ปฏิบัติงานมองมุมด้านระเบียบพัสดุเป็นมาตรฐานวัดความสำเร็จเท่านั้น ดังนั้นควรมีการศึกษาวิจัยในมุมมอง ผู้รับบริการ (ผู้ไม่มีผลประโยชน์ร่วม) ต่อผลสัมฤทธิ์ในการนำนโยบายการจัดหาวัสดุไปปฏิบัติ

5. จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า แต่ละหน่วยงานที่กำลังดูแลต่างฝ่ายต่างทำงานกันตามกรอบหน้าที่เท่านั้น จึงควรมีการศึกษาวิจัยรูปแบบการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านการจัดหาพัสดุตามระเบียบพัสดุ

Reference

- Darakorn Na Ayuthaya, P. (2001). *The Efficiency Improvement on the Procurement within the Government Organization*. Thesis of Master of Political Science, Thammasat University. [In Thai]
- Imsuwan, S. (2009). *Flaws in Procurement System of Local Administration Organization: Audit by Office of the Auditor General of Thailand in 2007*. Thesis of Master of Public Administration, Khon Kaen University. [In Thai]
- Pradubthanakit, C. (2006). *A study of E-Auction Procurement Conditions, Problems and Needs of Government Agencies*. Thesis of Master of Science in Technic Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok. [In Thai]
- Puangprasert, A. (2009). *Problems of procurement through electronic auction of local administrative organizations in Muang District, Samutprakarn Province*. Thesis of Master of Public Administration, Khon Kaen University. [In Thai]
- The Comptroller General's Department. (2006). *Government Procurement System*. Retrieved from http://process3.gprocurement.go.th/EGPWeb/jsp/index_new.jsp. [In Thai]
- The Comptroller General's Department. (2008). *Internal Audit*. Retrieved from <http://www.dusit.ac.th/departement/checkin/doc/n16.pdf>. [In Thai]
- Yamubon, S. (2004). *Legal Measures on Checking the Process of Public Procurement Under the Rule of the Office of the Prime Minister on Public Procurement, B.E. 2535 (1992)*. Thesis of Master of Law, Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Yensab, V. (2008). *Governmental Procurement by Electronic Method*. Thesis of Master of Law, Chulalongkorn University. [In Thai]

การพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

สุชัยญา วิมุกตายน¹ วิรัช วิรัชนิภาวรรณ²

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อศึกษา (1) ปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (2) แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง และ (3) ตัวแบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

ระเบียบวิธีวิจัยครั้งนี้ ได้ออกแบบให้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้ประชากรจำนวน 1,050 คน เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนมาจำนวน 850 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูล ในรูปแบบตาราง รวมทั้งใช้รูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าการถดถอยพหุคูณ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พร้อมกันนั้น ได้มีการสัมภาษณ์แนวลึกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน อีกด้วย

ผลการศึกษาพบว่า (1) ปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญคือ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่หรือภารกิจของสำนักงานไม่มากเพียงพอ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเลือกตั้ง รวมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบที่ชัดเจน (2) แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญคือ สำนักงานควรฝึกอบรมพนักงานในเรื่องความรับผิดชอบตามแนวพระบรมราโชวาท ได้แก่ สำนักงานควรฝึกอบรมพนักงานในเรื่องความรับผิดชอบตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ และตามตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคน และ (3) สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งควรสร้างและกำหนดตัวแบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อนำมาปรับใช้เป็นตัวชี้วัดสำคัญของแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งตามแนวพระบรมราโชวาท

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ; การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์; สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
200 หมู่ 1 ถนนรังสิต ตำบลรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110, ประเทศไทย
อีเมล: nongsushanya@hotmail.com

² คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

Development of Efficiency Administration Regarding Human Resources of the Election Commission Office

Suchanya Vimuktayon¹ Wirat Wiratnipawan²

Abstract

The main objectives of this study were to study (1) problems of efficiency in administration of human resources of the Election Commission Office, (2) development roadmap of efficiency in administration of human resources of the Election Commission Office, and (3) model of administration regarding human resources of the Election Commission Office. The research methodology was designed as mixed method research using the quantitative research as the principal means supported by the qualitative research. Population was all 1,050 officers and permanent employees of the Election Commission office, The sampling size total 850 completed sets of questionnaire. Analyzed data was summarized in contingency table with description. Statistics used were mean, standard deviation, multiple regression, and Pearson's Correlation Coefficient. The structured in-depth interview was applied with 9 experts for qualitative data.

Findings were (1) the significant problem of efficiency in administration of human resources was insufficient training of the officers the Election Commission Office's on their own authority and missions, such as knowledge of election administration as well as clear and systematic guidelines to resolve the election problems, (2) the significant development roadmap of efficiency in administration of human resources was the training and development of the officers on the responsibility aspect according to the Royal Guidance concept, especially the responsibility coinciding with scope of authority and position of each officer, and (3) the significant model of administration of human resources was to create a model of administration of human resources according to the Royal Guidance and to apply key performance indicators of the development roadmap of efficiency in administration of human resources of the Election Commission Office.

Keywords: Customer Relationship Management; Customer Loyalty; Supercenter

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Philosophy Program in Public Administration, Eastern Asia University
200 Rangsit-Nakorn Nayok Road, Rangsit, Tanyaburi, Pathum Thani, 12110, Thailand
Email: nongsushanya@hotmail.com

² Faculty of Public Administration, Eastern Asia University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเลือกตั้งเป็นกลไกสำคัญประการหนึ่งของการปกครองระบอบประชาธิปไตยซึ่งเป็นไปตามบทบัญญัติรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ในการที่จะให้ประชาชนได้เลือกตัวแทนของตนเข้าไปทำหน้าที่ในรัฐสภาหรือในคณะรัฐบาลตามความต้องการของประชาชน หากกระบวนการเลือกตั้งเป็นไปอย่างสุจริตและเที่ยงธรรม ได้ตัวแทนที่มีความรู้ ความสามารถ ความซื่อสัตย์ สุจริต มีคุณธรรมและจริยธรรมมาบริหารประเทศ โดยประชาชนใช้สิทธิเลือกตั้งด้วยจิตสำนึกหรือความรู้สึกนึกคิดของตนเองอย่างแท้จริง ปราศจากการซื้อสิทธิ ขายเสียง การเลือกตั้งก็จะเป็นไปตามเจตนารมณ์ของการปกครองระบอบประชาธิปไตย ซึ่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 หมวดที่ 6 ส่วนที่ 4 บัญญัติให้มีคณะกรรมการการเลือกตั้งขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เป็นองค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญไม่อยู่ภายใต้บังคับบัญชาของรัฐบาลเพื่อทำหน้าที่ควบคุมและดำเนินการจัดหรือจัดให้มีการเลือกตั้งให้เป็นไปด้วยความบริสุทธิ์ยุติธรรม ซึ่งคณะกรรมการการเลือกตั้งชุดแรกได้รับพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2540 และต่อมาเมื่อมีการประกาศใช้บังคับพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยคณะกรรมการการเลือกตั้ง พ.ศ.2541 ในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2541 จึงได้มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งขึ้นเป็นครั้งแรกโดยให้ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานธุรการของคณะกรรมการการเลือกตั้ง มีเลขาธิการคณะกรรมการการเลือกตั้งเป็นผู้รับผิดชอบงานดังกล่าว โดยมีประธานกรรมการการเลือกตั้งเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุด ต่อมา ในปี พ.ศ.2549 หัวหน้าคณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดิน อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ได้กระทำการยึดอำนาจการปกครองแผ่นดินเป็นผลสำเร็จ เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2549 ทำให้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540

สิ้นสุดลง และได้มีประกาศคณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ฉบับที่ 13 ข้อ 2 “ให้คณะกรรมการการเลือกตั้งมีอำนาจหน้าที่ควบคุมและดำเนินการจัดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นและผู้บริหารท้องถิ่นให้เป็นไปโดยสุจริตและเที่ยงธรรม” และปัจจุบันคณะกรรมการการเลือกตั้งได้ถูกบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 หมวด 11 ส่วนที่ 1 และบัญญัติให้อำนาจคณะกรรมการการเลือกตั้งไว้ในมาตรา 235 “...ให้คณะกรรมการการเลือกตั้งเป็นผู้ควบคุมและดำเนินการจัดหรือจัดให้มีการเลือกตั้ง หรือการสรรหาสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา สมาชิกสภาท้องถิ่น และผู้บริหารท้องถิ่น แล้วแต่กรณี รวมทั้งการออกเสียงประชามติ ให้เป็นไปโดยสุจริตและเที่ยงธรรม และมาตรา 236 (1) ยังให้อำนาจคณะกรรมการการเลือกตั้งในการออกประกาศหรือวางระเบียบกำหนดการทั้งหลายอันจำเป็นแก่การปฏิบัติตามกฎหมายตามมาตรา 235 วรรคสอง รวมทั้งวางระเบียบเกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้งและการดำเนินการใดๆ ของพรรคการเมือง ผู้สมัครรับเลือกตั้ง และผู้มีสิทธิเลือกตั้ง เพื่อให้เป็นไปโดยสุจริตและเที่ยงธรรม และกำหนดหลักเกณฑ์การดำเนินการของรัฐในการสนับสนุนให้การเลือกตั้งมีความเสมอภาค และมีโอกาสทัดเทียมกันในการหาเสียงเลือกตั้ง”

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งตั้งขึ้นมาเป็นระยะเวลามากกว่า 15 ปีมีคณะกรรมการการเลือกตั้งทั้งสิ้น 4 ชุด คณะกรรมการการเลือกตั้งในฐานะผู้ควบคุมและกำกับดูแลการเลือกตั้งทุกระดับ และเป็นผู้กำหนดนโยบาย ออกระเบียบ ประกาศ ข้อบังคับต่างๆ โดยมีสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งทำหน้าที่เป็นผู้ขับเคลื่อนการเลือกตั้งให้เป็นไปโดยสุจริตและเที่ยงธรรม โดยแบ่งโครงสร้างของสำนักงานได้เป็นสองแบบคือส่วนกลางและส่วนจังหวัด แต่สำหรับบุคลากรในส่วนกลางและกรุงเทพมหานครมีจำนวนทั้งหมด

จำนวน 1,050 คน ในปี พ.ศ.2549 เกิดวิกฤตการณ์ทางการเมืองส่งผลให้คณะกรรมการการเลือกตั้ง ชุดที่ 2 (ชุดที่มี พล.อ.วราวุธ เพิ่มลาภ เป็นประธาน) ถูกฟ้องร้องดำเนินคดีเกี่ยวกับการเลือกตั้งหลายคดี ประชาชนขาดความเชื่อถือ ศรัทธา หรือเชื่อมั่นในองค์กร และถึงแม้ในช่วงปี พ.ศ.2549-2556 ซึ่งเป็นการบริหารงานของคณะกรรมการการเลือกตั้ง ชุดที่ 3 (ชุดที่มี นายอภิชาติ สุขัคคานนท์ เป็นประธาน) ประชาชนบางกลุ่มที่เสียผลประโยชน์มาประท้วงขับไล่คณะกรรมการการเลือกตั้งอยู่เป็นประจำ หรือในบางครั้งมีข่าวจะยุบองค์กรหรือยกเลิกคณะกรรมการการเลือกตั้ง หรือลดบทบาทของคณะกรรมการการเลือกตั้งลง สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการขาดความเชื่อมั่นในการควบคุมและกำกับดูแลการเลือกตั้งทุกระดับ

ด้วยเหตุผลที่แสดงถึงความสำคัญ อำนาจหน้าที่ของหน่วยงานดังกล่าว ตลอดจนปัญหาต่างๆ ที่เกิดจากประชาชนขาดความเชื่อมั่นในการควบคุมและกำกับดูแลการเลือกตั้งทุกระดับ ประกอบกับผู้ศึกษาได้ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษา เรื่อง “การพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง” เพื่อนำไปสู่การพัฒนาหน่วยงาน หรือเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง การศึกษาครั้งนี้ได้นำอมรมา พระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 มาใช้เป็นกรอบแนวคิดเพื่อนำไปสู่การพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง และเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่และเพื่อสร้างความเชื่อถือศรัทธาให้แก่ประชาชนและเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติและประชาชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพและตัวแบบในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
3. ศึกษาการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

นิยามศัพท์

1. พระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (Royal Speech of His Majesty the King) หมายถึง บัญญัติที่มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งตามแนวพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านความรู้ (2) ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (3) ด้านความมีคุณธรรม (4) ด้านความรับผิดชอบ และ (5) ด้านความมีเหตุผล

2. ประสิทธิภาพ (efficiency) หมายถึง ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านการจัดการเลือกตั้งของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งตามกรอบแนวคิด คือ การบริหารจัดการความรู้ (Knowledge Management-KM) 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การกำหนดวิสัยทัศน์ (2) การกำหนดยุทธศาสตร์ (3) การกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการความรู้ (4) การเข้าสู่กระบวนการบริหารจัดการความรู้ และ (5) การประเมินผล

3. การบริหารจัดการ (administration) หมายถึง แนวทางการดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใดๆ ที่หน่วยงาน และ/หรือบุคลากรของหน่วยงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งนำมาใช้ในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง พัฒนา

ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านการจัดการเลือกตั้ง เพื่อประโยชน์แก่ประเทศชาติและประชาชน ทั้งนี้ ตามกรอบแนวคิดปัจจัยที่มีสำคัญต่อการบริหารจัดการตามแนวพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้จัดแบ่งขอบเขตการวิจัยไว้ 4 ด้าน คือ (1) ขอบเขตด้านเนื้อหา (2) ขอบเขตด้านพื้นที่ (3) ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง และ (4) ขอบเขตด้านระยะเวลา ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ศึกษาแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ศึกษาปัจจัยที่มีส่วนสำคัญทำให้แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประสบผลสำเร็จ และเสนอตัวแบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งตามแนวพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ขอบเขตด้านพื้นที่

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งส่วนกลาง และสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ประจำ กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประกอบด้วย

- ประชากร คือ บุคลากรเป้าหมายทั้งหมด ที่ทำการศึกษา อันได้แก่ พนักงานและลูกจ้างประจำของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งที่ปฏิบัติงานในส่วนกลางและกรุงเทพมหานครทั้งหมด จำนวน 1,050 คน

- กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรที่เป็นตัวแทนตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ พนักงานและลูกจ้างประจำของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งที่ปฏิบัติงานในส่วนกลางและกรุงเทพมหานครทั้งหมด จำนวน 1,050 คน ซึ่งเป็นการนำประชากรทั้งหมดข้างต้นมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีกำหนดระยะเวลาทั้งหมด 1 ปี 8 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2556 ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2558

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบและเข้าใจปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
2. ทำให้ทราบแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
3. เป็นตัวแบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งตามแนวพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
4. เป็นองค์ความรู้ใหม่สำหรับหน่วยงานของรัฐสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดผลภายในองค์กร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดหรือความหมายของประสิทธิภาพการบริหารจัดการ และการเลือกตั้ง

Wiratnipawan (2013, pp. 39-40) ได้กล่าวถึงความหมายที่เทียบเคียงกันได้ในการศึกษา การทำวิจัย หรือการทำวิทยานิพนธ์ กล่าวคือ ในภาพรวม มีคำหรือข้อความที่มีความหมายทำนองเดียวกัน ไกล่เคียงกัน หรือคล้ายคลึงกัน เช่น ประสิทธิภาพมีความหมายทำนองเดียวกัน ไกล่เคียงกัน หรือคล้ายคลึงกับคำว่า ชีตความสามารถ หรือความรู้ความสามารถ ศักยภาพ

ความพร้อม ความเป็นไปได้ ตัวอย่าง เช่น การศึกษาประสิทธิภาพของการบริหารจัดการของหน่วยงาน A มีความหมายทำนองเดียวกัน ใกล้เคียงกัน หรือคล้ายคลึงกันกับการศึกษาศักยภาพ หรือขีดความสามารถ หรือความพร้อม หรือความเป็นไปได้ของหน่วยงาน A

Wiratnipawan (2005, p.5) กล่าวไว้ว่า การบริหารจัดการ (management administration) การบริหารการพัฒนา (development administration) แม้กระทั่งการบริหารการบริการ (service administration) แต่ละคำมีความหมายคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกันที่เห็นได้อย่างชัดเจนมีอย่างน้อย 3 ส่วน คือ หนึ่ง ล้วนเป็นแนวทางหรือวิธีการบริหารงานภาครัฐ ที่หน่วยงานของรัฐและหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ นำมาใช้ในการปฏิบัติราชการเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารราชการ สอง มีกระบวนการบริหารงานที่ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การคิด (thinking) หรือการวางแผน (planning) การดำเนินงาน (acting) และการประเมินผล (evaluating) และ สาม มีจุดหมายปลายทาง คือ การพัฒนาประเทศไปในทิศทางที่ทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมทั้งประเทศชาติมีความเจริญก้าวหน้าและมั่นคงเพิ่มขึ้น สำหรับส่วนที่แตกต่างกัน คือ แต่ละคำมีจุดเน้นต่างกัน กล่าวคือ การบริหารจัดการเน้นเรื่องการนำแนวคิดการจัดการของภาคเอกชนเข้ามาใช้ในการบริหารราชการ เช่น การมุ่งหวังผลกำไร การแข่งขัน ความรวดเร็ว การตลาด การประชาสัมพันธ์ การจูงใจด้วยค่าตอบแทน การลดขั้นตอนและการลดพิธีการ เป็นต้น ในขณะที่การบริหารการพัฒนาให้ความสำคัญเรื่องการบริหารรวมทั้งการพัฒนา นโยบาย แผน แผนงาน โครงการ (policy, plan, program, project) หรือกิจกรรมของหน่วยงานของรัฐ ส่วนการบริหารการบริการเน้นเรื่องการอำนวยความสะดวกและการให้บริการแก่ประชาชน

Potitan (1981, p. 63) ให้ความหมายการเลือกตั้งไว้ว่า การเลือกตั้งหมายถึง การที่บุคคลได้เลือกบุคคล

หนึ่งหรือบุคคลจำนวนหนึ่งจากหลายๆ คน หรือจากบัญชีรายชื่อผู้สมัครรับเลือกตั้งบัญชีหนึ่ง หรือบัญชีจำนวนหนึ่งจากบัญชีรายชื่อหลายๆ บัญชี เพื่อให้ไปกระทำการอันหนึ่งอันใดแทนตน

2. แนวคิดเกี่ยวกับพระบรมราชาบาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่สนับสนุนการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

พระบรมมโฆวาทเกี่ยวกับความรู้ พระบรมราชาบาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่นักนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ณ สวนอัมพร วันจันทร์ที่ 22 มิถุนายน พ.ศ.2524 ความตอนหนึ่งว่า “...ความรู้ นั้นสำคัญยิ่งใหญ่มาก เพราะเป็นปัจจัยให้เกิดความฉลาด สามารถ และความเจริญก้าวหน้า มนุษย์จึงได้ศึกษากันอย่างไม่รู้จบสิ้น แต่เมื่อพิเคราะห์ดูแล้ว การเรียนรู้ แม้มากมายเพียงใด บางทีก็ไม่ช่วยให้ฉลาดหรือเจริญได้เท่าไรนัก ถ้าหากเรียนรู้ไม่ถูกถ้วน ไม่รู้จริงแท้ การศึกษาหาความรู้จึงสำคัญตรงที่ว่า ต้องศึกษาเพื่อให้เกิด “ความฉลาดรู้” คือ รู้แล้วสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้จริงๆ โดยไม่เป็นพิษเป็นโทษ...”

พระบรมมโฆวาทเกี่ยวกับความซื่อสัตย์สุจริต พระบรมราชาบาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วันที่ 12 กรกฎาคม พ.ศ.2522 ความตอนหนึ่งว่า “...คนไม่มีความสุจริต คนไม่มีความมั่นคง ชอบแต่สบาย ไม่มีความวิริยะอุตสาหะจะสร้างสรรค์ประโยชน์ส่วนรวมที่สำคัญอันใดได้ ผู้ที่มีความสุจริตและความมุ่งมั่นเท่านั้น จึงจะทำงานสำคัญยิ่งใหญ่ที่เป็นคุณประโยชน์แท้จริงได้สำเร็จ...”

พระบรมมโฆวาทเกี่ยวกับความมีคุณธรรม พระบรมราชาบาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วันที่ 18 กันยายน พ.ศ.2504 ความตอนหนึ่งว่า “...การดำเนินชีวิตโดยใช้วิชาการอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ จะต้องอาศัยความรู้รอบตัวและหลักศีลธรรม ประกอบด้วยผู้ที่มีความรู้ดีแต่ขาดความยังคิด นำความ

รู้ไปใช้ในทางมิชอบ ก็เท่ากับเป็นบุคคลที่เป็นภัยแก่สังคมของมนุษย์...”

พระบรมมโฆวาทเกี่ยวกับความรับผิดชอบ พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษาของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วันศุกร์ที่ 16 กรกฎาคม พ.ศ.2519 ความตอนหนึ่งว่า “...การทำงานให้มีประสิทธิภาพและให้ดำเนินไปได้โดยราบรื่นนั้น จำเป็นอย่างยิ่งจะต้องทำด้วยความรับผิดชอบอย่างสูง ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง ไม่บิดเบือนวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของงาน สำคัญที่สุด ต้องเข้าใจความหมายของคำว่า “ความรับผิดชอบ” ให้ถูกต้อง...”

พระบรมราโชวาทเกี่ยวกับความมีเหตุผล พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2519 และวันที่ 14 กันยายน พ.ศ.2516 ความตอนหนึ่งว่า “...ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นอยู่แก่เราในวันนี้ ย่อมมีต้นเรื่องมาก่อน ต้นเรื่องนั้นคือเหตุ สิ่งที่ได้รับคือผล และผลที่ท่านมีความรู้อยู่ขณะนี้ จะเป็นเหตุให้เกิดผลอย่างอื่นต่อไปอีก ดังนั้นที่พูดกันว่าให้พิจารณาเหตุผลให้ดีขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ให้พิจารณาการกระทำหรือกรรมของตนให้ดีขึ้น...”

3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการความรู้ 5 ด้าน

Wiratnipawan (2009, pp.98-99) กล่าวว่า ตัวชี้วัดการบริหารจัดการที่เรียกว่า องค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization--LO) หรือปัจจัยที่นำไปสู่การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้กล่าวได้ว่า แนวคิดการบริหารจัดการทุกแนวคิดล้วนให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์หรือบุคลากรของหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพ เนื่องจากบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และคุณภาพย่อมมีส่วนสำคัญที่จะนำหน่วยงานหรือองค์การไปสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ที่สร้างความสำเร็จให้องค์การ อันจะนำไปสู่ความเจริญ

ก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป ดังนั้น แนวคิดสำคัญขององค์การแห่งการเรียนรู้จึงมุ่งไปที่การเป็นองค์การคุณภาพที่มีการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอโดยรับข้อมูลข่าวสาร และสามารถประมวลผลความรู้ในด้านต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเหมาะสมกับสถานการณ์ ในเวลาเดียวกันได้ให้ความสำคัญกับการสร้าง หรือพัฒนาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพ โดยการกระตุ้นให้เป็นบุคลากรแห่งการเรียนรู้ด้วย

Panich (as cited in Bunyagidj, Prasopsukchokchai, Pornchanoknat & Kanluan, 2006, p. 22) กล่าวว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การยกระดับความรู้ขององค์การ เพื่อสร้างผลประโยชน์จากต้นทุนทางปัญญาโดยเป็นกิจกรรมที่ซับซ้อนและกว้างขวาง ไม่สามารถให้นิยามด้วยถ้อยคำสั้นๆ ได้ ดังนั้น ต้องให้นิยามหลายข้อจึงจะครอบคลุมความหมาย ได้แก่

(1) การรวบรวม การจัดระบบ การจัดเก็บ และการเข้าถึงข้อมูลเพื่อสร้างเป็นความรู้เทคโนโลยีด้านข้อมูลและด้านคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มพลังในการจัดการความรู้แต่เทคโนโลยีด้านข้อมูล และคอมพิวเตอร์โดยตัวของมันเองไม่ใช่การจัดการความรู้

(2) จัดการความรู้เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ถ้าไม่มีการแลกเปลี่ยนความรู้แล้วความพยายามในการจัดการความรู้ที่จำไม่ประสบผลสำเร็จ พฤติกรรมภายในองค์กร เกี่ยวกับวัฒนธรรม และวิธีปฏิบัติมีผลต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วัฒนธรรม และสังคมมีความสำคัญต่อการจัดการความรู้อย่างยิ่ง

(3) การจัดการความรู้ต้องอาศัยผู้รู้ในการคิด ความและประยุกต์ใช้ความรู้ในการสร้างนวัตกรรมและเป็นผู้นำทางในองค์กร รวมทั้งต้องการผู้เชี่ยวชาญในสาขาใดสาขาหนึ่งแนะนำวิธีประยุกต์ใช้ในการจัดการความรู้ ดังนั้น กิจกรรมเกี่ยวกับคน ได้แก่ การดึงดูดคนดีและคนเก่ง การพัฒนาคน การคิดตามความก้าวหน้าของคน และการดึงคนที่มีความรู้ไว้ในองค์กร ถือเป็น

ส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้

(4) การเพิ่มประสิทธิผลขององค์กร การจัดการความรู้ที่เกิดขึ้นเพราะมีความเชื่อที่ว่าจะช่วยสร้างความมีชีวิตชีวาและความสำเร็จให้องค์กร ประเมินต้นทุนทางปัญญา และผลสำเร็จของการประยุกต์ใช้ในการจัดการความรู้เป็นดัชนีบอกว่าองค์กรมีการจัดการความรู้ได้อย่างได้ผลหรือไม่

4. แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาและการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านการจัดการเลือกตั้ง

Wiratnipawan (2009, pp. 21-29) กล่าวว่าไว้ว่าผู้บริหารของหน่วยงานทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดี เช่น ไม่สนับสนุนระบบพวกพ้อง หรือระบบอุปถัมภ์ รวมทั้งหน่วยงานต้องส่งเสริมจัดหลักสูตรการฝึกอบรมแก่ผู้ปฏิบัติงานหน่วยงานในแต่ละส่วนราชการ เพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงความสำคัญและความจำเป็นของการบริหารจัดการการปรับเปลี่ยนทัศนคติหรือค่านิยมอย่างต่อเนื่อง

Wiratnipawan (2003, p.78) กล่าวว่าไว้ว่า การบริหารการพัฒนาด้านจริยธรรมหรือคุณธรรม (morality) เช่น (1) การนำหลักธรรมมาใช้โดยเฉพาะในเรื่องความซื่อสัตย์ สุจริต อดทน สุภาพ มีเมตตาธรรม (2) การไม่ใช้สถานะหรือตำแหน่งไปแสวงหาผลประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ของตนเองหรือของผู้อื่น เช่น การใช้ตำแหน่งหน้าที่เรียกร้องผลประโยชน์ในทางมิชอบ เรียกร้องของกำนัล ของขวัญ หรือประโยชน์อื่นใดจากบุคคลอื่นเพื่อแลกกับการบริการ (3) การไม่ใช้และไม่บิดเบือนข้อมูลข่าวสารของราชการเพื่อให้ประชาชนเข้าใจผิดโดยมุ่งหวังผลประโยชน์สำหรับตนเอง และ (4) การแสดงความรับผิดชอบในการบริหารงานผิดพลาด เช่น เมื่อมีการบริหารงานผิดพลาดหรือตัดสินใจผิดก็ออกมาขอโทษประชาชนหรือชี้แจงทำความเข้าใจรวมทั้งแสดงความรับผิดชอบต่อความเสียหายหรือลาออกจากตำแหน่ง

Chandarasorn and Pathranarakul (2000, pp.10-13) กล่าวว่าไว้ว่า การประเมินผลในระบบเปิดประกอบด้วยหลักการสำคัญ 7 ประการ คือ การมีส่วนร่วมของประชาชน ความชัดเจนและโปร่งใส ระบบข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน การตรวจสอบสาธารณะ ความถูกต้องและเป็นกลาง ความเสมอภาคและเป็นธรรม และการปราศจากอคติและการเลือกปฏิบัติ ซึ่งให้ความสำคัญกับผลลัพธ์สุดท้ายได้แก่ผลประโยชน์สาธารณะ การสนองตอบความต้องการและความพึงพอใจของประชากรกลุ่มเป้าหมาย คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน สิทธิเสรีภาพ ความเสมอภาคและความเป็นธรรม ประสิทธิภาพขององค์กร การปรับปรุงพัฒนาการบริหารภาครัฐและเสริมสร้างนวัตกรรม รวมถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และการสร้างวัฒนธรรมการบริหารจัดการที่ดีด้วย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน ซึ่งเน้น (1) การวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจเป็นหลัก และ (2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์แบบลึกเพื่อนำข้อมูลมาเสริมและเทียบเคียงกับการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 4 หัวข้อ ได้แก่ (1) ประชากร (2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (3) การเก็บรวบรวมข้อมูล และ (4) วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง คือประชากรที่เป็น พนักงานและลูกจ้างประจำของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งที่ปฏิบัติงานในส่วนกลางและกรุงเทพมหานครทั้งหมดจำนวน 1,050 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม ที่ได้ผ่านการทดสอบหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ได้ค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาเท่ากับ 0.87 รวมทั้งผ่านการทดสอบ

(pre-test) เพื่อหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม
ทั้งฉบับจากแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด ได้ค่าครอน
บาค (Cronbach) ซึ่งมีระดับความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.94

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาดำเนินการ
เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
จากพนักงานและลูกจ้างประจำของสำนักงานคณะ
กรรมการการเลือกตั้งที่ปฏิบัติงานในส่วนกลางและ
กรุงเทพมหานคร ทั้งหมดจำนวน 1,050 คน โดยมี
ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษาทั้งหมด 1 ปี 8
เดือน โดยเริ่มตั้งแต่ เดือนธันวาคม พ.ศ.2556 ถึง เดือน
กรกฎาคม พ.ศ.2558

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์
ข้อมูล ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลเชิงปริมาณมาทำการ
ประมวลและวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรม
สำเร็จรูปสำหรับคอมพิวเตอร์ โดยวิธีวิเคราะห์ข้อมูล
เป็นการวิเคราะห์ในรูปตาราง รวมทั้งใช้รูปแบบการ
วิเคราะห์เชิงพรรณนา สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์
ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าการ
ถดถอยพหุคูณ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ
เพียร์สัน

การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดย
สัมภาษณ์แนวลึกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญ (in-depth inter-
view of experts) หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นบุคคล
ที่มีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับ
การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะ
กรรมการการเลือกตั้ง โดยพิจารณาเลือกผู้เชี่ยวชาญ
แบบเจาะจงบุคคล (purposive sampling) จำนวน
9 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แนวลึก
แบบตัวต่อตัว สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม
ข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แนวลึกที่มีโครงสร้าง และ
นำข้อมูลมาแปลความและวิเคราะห์ด้วยการพรรณนา
(descriptive analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพ
ซึ่งนำมาเสริม หรือเทียบเคียงกับข้อมูลเชิงปริมาณซึ่ง
เป็นข้อมูลหลักของการศึกษาครั้งนี้

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของประชากรที่
ตอบแบบสอบถาม พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นหญิง
และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบ
เท่า หรือต่ำกว่าปริญญาตรี และผลการวิจัยที่สอดคล้อง
กับวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อ มีดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหาร
จัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการ
การเลือกตั้งตามแนวพระบรมราโชวาท 5 ด้าน คือ
ประชากรส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลางทั้ง
5 ด้าน ได้แก่ ด้าน (1) ความรู้ (2) ความซื่อสัตย์
สุจริต (3) ความมีคุณธรรม (4) ความรับผิดชอบ และ
(5) ความมีเหตุผล โดยปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพใน
การบริหารจัดการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ คำถามที่
ว่า “สำนักงานฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับ
อำนาจหน้าที่หรือภารกิจของสำนักงานไม่มากเพียงพอ
เช่น ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเลือกตั้ง รวมทั้ง
แนวทางการแก้ไขปัญหายังไม่เป็นระบบที่ชัดเจน”
(ค่าเฉลี่ย = 2.26)

2. แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพและตัวแบบ
ในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงาน
คณะกรรมการการเลือกตั้งตามแนวพระบรมราโชวาท
5 ด้าน คือ ประชากรส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับ
มากทั้ง 5 ด้าน ดังกล่าว สำหรับแนวทางการพัฒนา
ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการที่มีค่าเฉลี่ยสูง ได้แก่
คำถามที่ว่า “สำนักงานควรฝึกอบรมพนักงานในเรื่อง
ความรับผิดชอบตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ และตาม
ตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคน”
(ค่าเฉลี่ย = 2.48) นอกจากนี้ ผลการสัมภาษณ์แนวลึก
เฉพาะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 คน เกี่ยวกับแนวทางการ
พัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการดังกล่าว
พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ 8 คน เห็นด้วยกับคำถาม
ดังกล่าว ส่วนผู้เชี่ยวชาญอีก 1 คน ไม่มีความเห็น

3. ตัวแบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง พบว่า การบริหารจัดการตามแนวพระบรมราโชวาทจากทั้งหมด 5 ด้าน มีเพียง 2 ด้าน ได้แก่ ด้าน (1) ความรู้ และ (2) ความรับผิดชอบ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการความรู้ สำหรับด้านที่ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการความรู้ มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้าน (1) ความซื่อสัตย์สุจริต (2) ความมีคุณธรรม และ (3) ความมีเหตุผล สำหรับผลการสัมภาษณ์แนวลึกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 คน เกี่ยวกับตัวแบบการบริหารจัดการดังกล่าว พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ 8 คน เห็นด้วย ส่วนอีก 1 คน ไม่มีความเห็น

การอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งตามแนวพระบรมราโชวาท พบว่า ปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการที่สำคัญที่สุด คือ สำนักงานฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่หรือภารกิจของสำนักงานไม่มากเพียงพอ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเลือกตั้ง รวมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหาย่างเป็นระบบที่ชัดเจนนั้น สำหรับเหตุผลสำคัญที่ประชากร ซึ่งเป็นพนักงานและลูกจ้างประจำของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งที่ปฏิบัติงานในส่วนกลางและกรุงเทพมหานคร เห็นด้วยในระดับปานกลางต่อปัญหาดังกล่าวข้างต้น เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่เห็นว่า สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งยังประสบปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามแนวพระบรมราโชวาท เช่น (1) สำนักงานไม่ได้ฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติงานบนพื้นฐานของเหตุผล เช่น การปฏิบัติงานตามกฎหมายและตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ อันมิใช่ปฏิบัติงานตามคำยุยง หรือความเชื่อส่วนตัว

(ค่าเฉลี่ย = 2.09) (2) สำนักงานไม่ได้ฝึกอบรมพนักงานในเรื่องการคิด และการตัดสินใจสำหรับการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีเหตุผลและรอบคอบ (ค่าเฉลี่ย = 2.11) (3) สำนักงานฝึกอบรมพนักงานในเรื่องความรับผิดชอบในอำนาจหน้าที่หรือภารกิจที่ยึดถือประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนไม่มากเท่าที่ควร (ค่าเฉลี่ย = 2.12) และ (4) สำนักงานไม่ได้ฝึกอบรมพนักงานในเรื่องความรับผิดชอบตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ และตามตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคน (ค่าเฉลี่ย = 2.16) เหล่านี้เป็นต้น ประกอบกับปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ดังกล่าวยังคงดำรงอยู่และไม่ได้ได้รับการปรับปรุงแก้ไขอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงมีส่วนสำคัญทำให้ประชากรส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลางต่อปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งตามแนวพระบรมราโชวาท แทนที่จะเห็นด้วยในระดับมากหรือในระดับน้อยดังกล่าว

2. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพและตัวแบบในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งตามแนวพระบรมราโชวาท พบว่า แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการที่สำคัญที่สุด คือ สำนักงานควรฝึกอบรมพนักงานในเรื่องความรับผิดชอบตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ และตามตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคนนั้น ส่วนเหตุผลสำคัญที่ประชากรส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากต่อแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการข้างต้น เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่เห็น การฝึกอบรมพนักงานในเรื่องความรับผิดชอบตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ และตามตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบนั้นมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ อันจะมีส่วนสำคัญช่วยให้พนักงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งเกิดความตระหนักในหน้าที่ และ

สามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามหน้าที่และตำแหน่งที่รับผิดชอบ รวมทั้งมีความรู้และสามารถปฏิบัติงานไปในแนวทางเดียวกันทั้งองค์กร อีกทั้งยังเป็นการเตรียมบุคลากรให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงานเพื่อสร้างสมรรถนะหลักและสมรรถนะเฉพาะด้านให้เกิดการพัฒนาอย่างเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา เช่น กรณีการเลื่อนระดับที่สูงขึ้นก็ควรได้รับการพัฒนาหรือฝึกอบรมให้เหมาะสมกับตำแหน่งที่ได้รับแต่งตั้ง เพื่อการพัฒนาศักยภาพบุคลากรของสำนักงานให้เป็นมืออาชีพ รวมทั้งทำให้เกิดประโยชน์สุขต่อประชาชน และทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของหน่วยงาน เช่นนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kuhirun (2015) เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงมีส่วนสำคัญทำให้ประชากรส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก แทนที่จะเห็นด้วยในระดับปานกลางหรือในระดับน้อยดังกล่าวนำสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งควรนำแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพมาใช้เป็นตัวแบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามแนวพระบรมราโชวาทที่สำคัญ 2 ด้าน สำหรับการบริหารปฏิบัติงาน (Key Performance Indicator--KPI) โดยเรียงตามลำดับจากความสำคัญมากไปน้อย ดังนี้ (1) ความรู้ และ (2) ความรับผิดชอบ สำหรับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ประชากรส่วนใหญ่มีความเห็นดังกล่าว นั้น ผู้ศึกษามีความเห็นว่ เนื่องจากการบริหารจัดการตามแนวพระบรมราโชวาททั้ง 2 ด้าน (ตัวแปรอิสระ) ดังกล่าวนั้น เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการความรู้ (ตัวแปรตาม) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และตัวแบบแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งตามแนวพระบรมราโชวาทควรเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับด้านดังกล่าว ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำการบริหารจัดการตามแนวพระบรมราโชวาท 2 ด้านดังกล่าว มาปรับใช้นับตั้งแต่การกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

รวมถึงการติดตามประเมินผลเกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ไม่เพียงเท่านั้น ผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญยังพบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ 7 คน เห็นด้วยเห็นตรงกันว่า พระบรมราโชวาทเป็นแนวทางของความเจริญก้าวหน้า ชี้ให้เห็นถึงการพัฒนาทั้งด้านความรู้ และความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อสังคม และต่อประเทศชาติ ทั้งนี้ เป็นลักษณะของให้ความรู้เพื่อติดต่อวาททางปัญญาแก่พนักงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ด้วยเชื่อมั่นและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และภารกิจที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร กล่าวคือ หากพนักงานมีความรู้ในข้อกฎหมาย ระเบียบ แนวทางปฏิบัติจะสามารถดำเนินอำนาจหน้าที่และภารกิจด้วยความรับผิดชอบ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ทำให้การปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์ต่อสังคม ส่งผลให้ประเทศชาติมีความเจริญมั่นคง

3. ปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งด้านความรู้ เช่น สำนักงานฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่หรือภารกิจของสำนักงานไม่มากเพียงพอ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเลือกตั้ง รวมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบที่ชัดเจน ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ตัวอย่าง เช่น สำนักงานขาดการประเมินผลการฝึกอบรมพนักงานในเรื่องความซื่อสัตย์สุจริตหลังจากการฝึกอบรมเสร็จสิ้นไปแล้ว ด้านความมีคุณธรรม ตัวอย่าง เช่น สำนักงานฝึกอบรมพนักงานเพื่อสร้าง และปลูกฝังจิตสำนึกที่ดี เช่น ความยุติธรรม และความเที่ยงธรรมไม่มากเท่าที่ควร ด้านความรับผิดชอบ ตัวอย่าง เช่น สำนักงานไม่ได้ฝึกอบรมพนักงานในเรื่องความรับผิดชอบต่อขอบเขตอำนาจหน้าที่ และตามตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคน ด้านความมีเหตุผล ตัวอย่าง เช่น สำนักงานไม่ได้ฝึกอบรมพนักงาน

ในเรื่องการคิด และการตัดสินใจสำหรับการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีเหตุผลและรอบคอบ

4. แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพและตัวแบบในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งตามแนวพระบรมราโชวาท 5 ด้าน ที่แสดงถึงปัจจัยที่มีสำคัญต่อการบริหารจัดการตามแนวพระบรมราโชวาทจากทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านความรับผิดชอบ และ (2) ด้านความรู้ (3) ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (4) ด้านความมีคุณธรรม และ (5) ด้านความมีเหตุผล มีรายละเอียด ดังนี้ ด้านความรู้ ตัวอย่าง เช่น สำนักงานควรฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่หรือภารกิจของสำนักงานอย่างมากเพียงพอ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเลือกตั้ง รวมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบที่ชัดเจน ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ตัวอย่าง เช่น สำนักงานควรฝึกอบรมพนักงานให้มีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น การปฏิบัติงานตามกฎหมายอย่างบริสุทธิ์ใจ สุจริต และยุติธรรม ด้านความมีคุณธรรม ตัวอย่าง เช่น สำนักงานควรฝึกอบรมพนักงานเพื่อสร้าง และปลูกฝังจิตสำนึกที่ดี เช่น ความยุติธรรม และความเที่ยงธรรม เพิ่มมากขึ้นด้านความรับผิดชอบ เช่น สำนักงานควรฝึกอบรมพนักงานในเรื่องความรับผิดชอบต่อขอบเขตอำนาจหน้าที่ และตามตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคน ด้านความมีเหตุผล ตัวอย่าง เช่น สำนักงานควรฝึกอบรมพนักงานในเรื่องการคิด และการตัดสินใจสำหรับการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีเหตุผลและรอบคอบ

ข้อเสนอแนะ

1. สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งควรพัฒนาหรือฝึกอบรมผู้บริหารและพนักงานในเรื่องการฝึกอบรมพนักงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งที่เกี่ยวข้องกับโครงการตามแนวพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่กระตุ้นเตือนให้พนักงานเกิดความรับผิดชอบตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ของตน และกระตุ้นในเรื่องการคิด และการตัดสินใจสำหรับการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีเหตุผลและรอบคอบ

2. สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งควรฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่หรือภารกิจของสำนักงานอย่างมากเพียงพอ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเลือกตั้ง การสร้างระบบในการรับรู้ข่าวสารส่งเสริมในเรื่องพัฒนาความรู้ในลักษณะองค์การแห่งการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว รวมทั้งการพัฒนาข้าราชการให้นำหลักการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้เป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบยิ่งขึ้น

3. สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งควรแสวงหานักบริหารมืออาชีพด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และด้านการจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมเกี่ยวกับขอบเขตอำนาจหน้าที่ และตามตำแหน่งและความรับผิดชอบตามหน้าที่ที่หลากหลายเพื่อสนองต่อความต้องการของพนักงานแต่ละคน

4. สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งควรนำแนวพระบรมราโชวาทเฉพาะที่สำคัญ ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านความรับผิดชอบ และ (2) ด้านความรู้มาปรับใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

Reference

- Bunyagidj, B., Prasopsukchokchai, N., Pornchanoknat, D., & Kanluan, P. (2006). *Knowledge Management Implementation*. Bangkok: Thailand Productivity Institute. [In Thai]
- Chandarasorn, V., & Pathranarakul, P. (2000). *Open system evaluation*. Bangkok: Sahai Block & Printing. [In Thai]
- Kuhirun, R. (2015). The administration efficiency with regard to auditing of the office of the state audit according to the royal initiatives. *Srinakharinwirot Research and Development (Journal of Humanities and Social Sciences)*, 7(14), 64-76. [In Thai]
- Potitan, W. (1981). *Democracy: Concept and democratic country model*. Bangkok: Thammasat University Press. [In Thai]
- Wiratnipawan, W. (2003). *Administration and management municipalities in the political reform era*. Bangkok: Forepace. [In Thai]
- Wiratnipawan, W. (2005). *Management and administration of the development of the organization under the constitution and government agencies*. Bangkok: Nititham. [In Thai]
- Wiratnipawan, W. (2009). *Management administration of state agencies: Comparative analysis of indicators*. Bangkok: Forepace. [In Thai]
- Wiratnipawan, W. (2013). *Principles and techniques of research, thesis, and report writing*. Bangkok: Forepace. [In Thai]

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ในพื้นที่ภาคใต้แถบทะเลอันดามัน

สิริมา ชัยกุล¹ จิรโชค วีระสย²เสาวคนธ์ สุดสวาท³ วรรณา แผนมุนิน⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ในพื้นที่ภาคใต้แถบทะเลอันดามัน มีวัตถุประสงค์คือ (1) ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในพื้นที่ภาคใต้แถบทะเลอันดามัน (2) ศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนต้นแบบในพื้นที่ภาคใต้แถบทะเลอันดามัน และ (3) นำรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนต้นแบบ เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่ชุมชนเป้าหมาย โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชน 5 ชุมชนในพื้นที่ภาคใต้แถบทะเลอันดามันจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามองค์ประกอบ 8 ประการ (8As) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การบริหาร บริการเสริมในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว องค์การการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยววิถีภูมิปัญญาไทย ชุมชนต้นแบบคือ ชุมชนบ้านนาตั้น จัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยองค์กรชุมชนได้ร่วมกันจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวใช้ท้องถิ่นเป็นฐาน และมีการจัดการท่องเที่ยวตามรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 8 องค์ประกอบ (8As) เมื่อนำตัวแบบมาพัฒนาชุมชนบ้านนาตั้น และประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม พบว่า มีความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73 และ 4.06) ตามลำดับ

คำสำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ; ภาคใต้ของประเทศไทย; ฝั่งทะเลอันดามัน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ สาขาวิชาทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: nina_sirima@hotmail.com

² รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการโครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

⁴ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยปทุมธานี

A Community-Based Ecotourism Management Model for the Southern Region of Thailand Along the Andaman Seacoast

Sirima Chaikul¹ Jirachoke Virasaya²

Saovakon Sudsawasd³ Wanna Panmunin⁴

Abstract

This research aims to 1) investigate the practices of community-based ecotourism in the Southern of Thai along the Andaman Sea coast, 2) explore the model of ecotourism management applied by a prototype community on the Southern of Thai along the Andaman Sea coast, and 3) apply this model of ecotourism management to a target community. The researcher employed qualitative research.

Findings are as follow:

In the five Southern Thai communities along the Andaman Sea coast, manage their ecotourism in correspondence with the following eight aspects (8As): 1) Attraction,

2) Accessibility, 3) Amenity, 4) Ancillary service, 5) Accommodation, 6) Activity, 7) Association, and 8) Application of local wisdom. The community model is Ban Na Teen. The ecotourism management by community organizations together to manage tourism resources using local bases And have organized tourism according to the ecotourism management model 8 (8As) when bringing the model Ban Naithon Community Development And evaluating the satisfaction of the two groups of tourists, found that they were satisfied with the ecotourism management of the community at a high level (average 3.73 and 4.06) respectively.

Keywords: Ecotourism Management; The Southern Region of Thailand; The Andaman Seacoast

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Philosophy in Social Sciences, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Hua Mak, Bangkapi, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: nina_sirima@hotmail.com

² Acting as Director in Doctor of Philosophy Program in Social Sciences, Ramkhamhaeng University

³ Faculty of Social Sciences, Kasetsart University

⁴ Doctor of Philosophy in Human Resource Development Management, Pathumthani University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนรูปแบบหนึ่งที่เกิดจากกระแสอนุรักษ์และการเรียกร้องให้คืนสภาพความสมบูรณ์แก่ธรรมชาติ พร้อมทั้งความต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น และแนวคิดว่าความต้องการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว จึงต้องมีการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับการฟื้นฟูอนุรักษ์คุณภาพทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน (Chitthawattana, 2005, p. 17) ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกของการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อวางอยู่บนแนวคิดที่เน้นความสำคัญของจุดมุ่งหมายการอนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาชุมชนไว้เป็นเรื่องเดียวกัน อีกทั้งให้ความสำคัญกับมิติของการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและการพัฒนาอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหาและควรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนเป็นอย่างยิ่ง

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism) ซึ่งมุ่งพัฒนาให้คนในชุมชนเป็นหัวใจสำคัญในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ได้เน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนในท้องถิ่นให้ใช้ความรู้ของตนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อนำไปสู่การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ โดยให้มีความสมดุลกับภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมรวมทั้งการเกื้อกูลต่อเศรษฐกิจ

ของชุมชนในอนาคต เพราะการดูแลทรัพยากรเหล่านี้นั้นเป็นหน้าที่ของคนในชุมชนซึ่งเป็นของส่วนรวมไม่ใช่เป็นของใครคนใดคนหนึ่ง การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหลัก สำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการรักษาระบบนิเวศของทรัพยากร (Thonggrawd, 2018)

ผู้วิจัยมีความสนใจและเล็งเห็นความสำคัญที่จะทำการศึกษาในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ได้ศึกษา และสำรวจพื้นที่ภาคสนามในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในกลุ่ม 5 จังหวัดภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน คือ ระนอง ภูเก็ต พังงา กระบี่ และตรัง ได้ศึกษาวิจัย 5 ชุมชน ที่เป็นตัวแทนของ 5 จังหวัดภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามันในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนและเลือกเป็นชุมชนต้นแบบ 1 ชุมชน เพื่อเป็นแบบอย่างแนวทางให้กับชุมชนอื่นที่มีความประสงค์จะจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนที่มีความประสงค์จะจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งเป็นชุมชนเป้าหมายในจังหวัดตรัง จัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนต้นแบบ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในพื้นที่ภาคใต้แถบทะเลอันดามัน
2. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนต้นแบบในพื้นที่ภาคใต้แถบทะเลอันดามัน
3. เพื่อนำรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนต้นแบบ เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่ชุมชนเป้าหมาย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ 5 จังหวัด และ 6 ชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน ดังนี้ บ้านม่วงกลวง จังหวัดระนอง บ้านบางโรง จังหวัดภูเก็ต บ้านบางพัฒนา จังหวัดพังงา บ้านนาตม จังหวัดกระบี่ เกาะสุกร และบ้านในทอน จังหวัดตรัง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา ผู้วิจัยใช้เวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนมีนาคม 2556 ถึงเดือนมีนาคม 2558

4. ขอบเขตด้านประชากร ศึกษาชุมชนที่บริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนเอง ตลอดจนกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นิยามศัพท์

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน หมายถึง แนวคิด วิธีการ ขั้นตอนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการในการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ของสมาชิกในชุมชน

รูปแบบ หมายถึง วิธีการ หรือกระบวนการซึ่งประกอบด้วยแนวคิด แนวทาง ขั้นตอนที่มีรายละเอียดในการปฏิบัติอย่างชัดเจน

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว รวมทั้งองค์การที่จัดสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ชุมชนต้นแบบ หมายถึง ชุมชนที่เป็นแบบอย่างการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้กับชุมชนอื่นๆ

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์หรือแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในท้องถิ่นอื่นๆ และเพิ่มโอกาสการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นนั้นมากขึ้น

2. ผลการวิจัยสามารถนำมาซึ่งการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการดำเนินงานด้านอื่น ให้มีความสอดคล้องกับชุมชน

3. ผลการวิจัยการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน เป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนทุกๆ ด้านเพื่อการพึ่งตนเอง ความเข้มแข็งของชุมชนและเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน
การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นกระบวนการการทำงานและใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรชุมชนที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ (carrying capacity) หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเจริญเติบโต แต่ต้องคำนึงถึงขีดจำกัดที่ยอมรับได้ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมากเกินไป (Amphan, 2002, p. 91)

ทรัพยากรการท่องเที่ยว Chitthawattana (2005, pp. 64-68) ได้กล่าวถึง 2 ประเด็น ดังนี้

“ประเด็นแรกประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวพร้อมทั้งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มจะเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวตามประเภทที่ตนชื่นชอบ และ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยวได้ 3 ประเภท ดังนี้”

“ประเภทแรกทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ โดยเกิดจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติที่มีความสวยงาม ประเภทที่สองทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประโยชน์ของมนุษย์ เป็นผลงานทางศิลปกรรม สถาปัตยกรรมและจิตรกรรม ประเภทที่สามทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม เป็นผลงานทางประเพณี ความเชื่อ การดำรงชีวิต แต่ละกลุ่มชนที่มีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม โดยยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน”

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ก่อให้เกิดโดยกระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก และสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ประการ ได้แก่ ประการแรกความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีขอบข่ายกว้างขวางไปทั่วโลก ประการที่สองความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษารเรียนรู้หรือมีประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องมีความรู้และตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และประการที่สามความต้องการพัฒนาคน โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มาจากรากหญ้า จากพลัง 3 ประการนี้จึงเกิดแนวความคิดของการพัฒนาในทิศทางที่ยั่งยืนซึ่งมีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรงและต่อระบบการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งเสนอรูปแบบทางเลือกในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (alternative tourism) รูปแบบการท่องเที่ยวที่นำมาซึ่งการจัดการ

ที่กล่าวถึงมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand, 2002, pp. 2-3)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (Tourism Authority of Thailand, 2002, p. 46) ได้สรุปองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ประการ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ของแหล่งนั้นๆ ดังนั้น องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (nature-based tourism)

2. องค์ประกอบด้านการจัดการเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (sustainable managed tourism)

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการ เรียนรู้ โดยมีการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ และความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงถือเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (environment education based tourism)

4. องค์ประกอบด้านองค์กร เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน และประชาชนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผนได้รับประโยชน์ และติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิด

ผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต การได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษาจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย และในที่สุดแล้วท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (community participation-based tourism)

3. แนวคิดและทฤษฎีทางสังคมวิทยาที่เกี่ยวข้อง

การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของท้องถิ่น จะประสบความสำเร็จได้ทุกภาคีต้องร่วมมือโดยจุดประกายให้ท้องถิ่นเป็นผู้เริ่มต้น ส่วนภาคีอื่นๆให้การสนับสนุนทั้งด้านองค์ความรู้ งบประมาณ และความช่วยเหลืออื่นๆ ตามความเหมาะสม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น (Chuaybamrung, 2009, pp. 94-96)

การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชน เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามาจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชน โดยการรวมกลุ่มของประชาชนเป็นชมรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้เกิดพลังทางสังคม อีกทั้งการพัฒนาความสามารถของคนในชุมชน เป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ให้สามารถปรับตัวและสามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางกระแสเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง สามารถสรุปแนวคิด หลักการ และขั้นตอนในการมีส่วนร่วมการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในชุมชนให้เกิดความยั่งยืน ชุมชนควรได้รับการกระตุ้น แนะนำการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน โดยเริ่มจาก 1) ร่วมศึกษาปัญหา 2) ร่วมวางแผน 3) ร่วมปฏิบัติตามแผน 4) ร่วมใช้ประโยชน์ 5) ร่วมติดตามประเมินผล และ 6) ร่วมบำรุงรักษาท้องถิ่น

ทฤษฎีศักยภาพในการพัฒนาและการแพร่กระจาย ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ศักยภาพการพัฒนา ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ องค์กร

ทางสังคม และภาวะผู้นำ ส่วนการแพร่กระจาย คือ การติดต่อกับโลกภายนอก และการฝึกอบรมเป็นตัวเชื่อม ดังนั้น สังคมจะพัฒนาได้โดยปัจจัย 6 ประการ คือ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ องค์กรทางสังคม ภาวะผู้นำ การติดต่อกับโลกภายนอกและการฝึกอบรม ถ้าปัจจัยเหล่านี้มีมากเพียงใดการพัฒนา ก็ยิ่งมีสูงขึ้นเท่านั้น (Phonsri, 2004, pp. 209-210) ทฤษฎีศักยภาพในการพัฒนาและการแพร่กระจาย เมื่อพิจารณาจากประพจน์หรือข้อเสนอแล้ว เห็นว่า “ศักยภาพการพัฒนาในสังคมนั้น จะประกอบด้วยปัจจัยทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ปัจจัยทางด้านทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยทางด้านองค์การทางสังคม และปัจจัยทางด้านภาวะผู้นำ ยิ่งมีปัจจัยเหล่านี้มากเท่าใด สังคมนั้นก็มีศักยภาพหรือมีความพร้อมในการพัฒนามากเท่านั้น” และ “ถ้าสังคมนั้นมีการติดต่อกับโลกภายนอกมากเท่าใด ก็จะส่งผลให้สังคมนั้นมีการพัฒนาอย่างแพร่กระจายมากขึ้นเท่านั้น” แต่อย่างไรก็ตาม การพัฒนาจะเกิดขึ้นสังคมใด สังคมนั้นจะผ่านกระบวนการพัฒนามาก่อน ก็คือ การฝึกอบรม ซึ่งการฝึกอบรมเป็นกระบวนการหนึ่งในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในสังคมหรือองค์กร เนื่องจากการฝึกอบรมเป็นกระบวนการเรียนรู้ (learning) ของทรัพยากรมนุษย์ ทั้งในด้านขององค์ความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) ประสบการณ์ (experience) ทัศนคติ (attitude) และพฤติกรรมการทำงาน (behavior) ดังนั้นการเรียนรู้ของทรัพยากรมนุษย์ก็จะส่งผลให้การปฏิบัติงานในองค์กรมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล ทฤษฎีศักยภาพในการพัฒนาและการแพร่กระจาย จึงเป็นแนวทางทางในการพัฒนาชุมชนเพื่อให้ชุมชนมีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประสบผลสำเร็จและเกิดความยั่งยืน

การนำทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่เป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชน กล่าวคือสังคม ประกอบด้วย

โครงสร้างที่เป็นระบบย่อยๆ หลายระบบ และระบบเหล่านี้ต่างมีหน้าที่ของตนแตกต่างกันไป และการประสานสัมพันธ์กันเป็นอย่างดี จะทำให้สังคมเกิดความมั่นคงหรือดุลยภาพ ในการพัฒนาชุมชนจึงมุ่งเน้นในโครงสร้างต่างๆ ของชุมชน คือ บุคคล กลุ่ม และองค์กรต่างๆ ปฏิบัติหน้าที่ของตนให้เต็มศักยภาพและประสานสัมพันธ์กัน กลายเป็นพลังของชุมชนที่พร้อมจะร่วมมือกันเพื่อพัฒนาชุมชนของตนต่อไป (Phonsri, 2004, p. 197) ดังนั้น จึงมีการจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้น เพื่อกำหนดโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ในการบริหารและหน้าที่ของงานแต่ละฝ่าย ซึ่งในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนนั้น สมาชิกในชมรมจะต้องเล็งเห็นความสำคัญและความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน และมีเป้าหมายในการพัฒนาชมรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศร่วมกัน จึงจะสามารถดำเนินการพัฒนาชุมชนได้

สรุป การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ชุมชนใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านคิดค้น สร้างองค์ความรู้ใช้แก้ปัญหาและพัฒนาชีวิตให้สมดุลกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับยุคสมัยสามารถดำรงชีวิตและพึ่งตนเองได้โดยการพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง และใช้หลักการพึ่งตนเอง 5 ประการ คือ

ด้านจิตใจ ด้านสังคม ด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี และด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นการพัฒนาการเรียนรู้ควบคู่ไปกับการสร้างความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน เรื่องแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ การรักษาประเพณีวัฒนธรรมที่ดีงาม การรักษาระบบความสัมพันธ์ ความเอื้ออาทรในชุมชน รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคุณธรรมที่ดีงาม

4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของผืนอันดามัน

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry of Tourism and Sports, 2013) ได้กำหนดวิสัยทัศน์

เป้าประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจการพัฒนาการท่องเที่ยวของผืนอันดามัน คือ วิสัยทัศน์ “ผืนอันดามันของประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้ โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน” และเป้าประสงค์ คือ 1) รายได้จากการท่องเที่ยวของผืนอันดามันเพิ่มขึ้น 2) ขีดความสามารถของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของผืนอันดามันเพิ่มขึ้น และ 3) แหล่งท่องเที่ยวผืนอันดามันมีความสมดุลและยั่งยืน เอื้อต่อการท่องเที่ยวในระดับโลก และเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ และเป้าประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอันดามัน พ.ศ. 2557-2561 จึงได้กำหนด 5 ยุทธศาสตร์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเชื่อมโยงและรองรับการท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน และการท่องเที่ยวโลก

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน โดยเน้นการมีส่วนร่วม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว เพื่อการเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจชุมชน จังหวัด และกลุ่มจังหวัด ให้เข้มแข็ง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การประชาสัมพันธ์ และการจัดการการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศสู่ผืนอันดามัน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กล่าวถึงงานวิจัยต่างประเทศ ได้แก่ งานวิจัยของ Campbell (1999) เรื่อง Ecotourism in rural developing communities ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาและผลประโยชน์ที่ได้รับของชุมชน

ท้องถิ่นจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเมือง Ostional ประเทศ Costa Rica ศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษา คือ ประชาชนกลุ่มนี้มีรายได้เพิ่มขึ้น มีความตระหนักเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว

งานวิจัยของ Ming and Wong (2005) เรื่อง Homestay Development and Community Participation on Dachangshan Dao, Northern China. ศึกษาพัฒนาการของโฮมสเตย์และการมีส่วนร่วมของชุมชนเมืองดาราจัน ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศจีน ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่าชุมชนดาราจัน ดาว แทบจะไม่มีส่วนในการวางแผนการท่องเที่ยว การตัดสินใจ การตลาด การจัดการทรัพยากรชายฝั่งทะเล เนื่องจากไม่มีพลังอำนาจพอ ชุมชนมีความขัดแย้งกันอย่างรุนแรงกับนักลงทุนที่ไม่ใช่คนในท้องถิ่นซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานท้องถิ่นในเรื่องการจัดการทรัพยากร ความขัดแย้งนี้คือสาเหตุของการแบ่งผลประโยชน์ที่ไม่เท่าเทียมกัน

งานวิจัยของ Kharel (2007) เรื่อง Sustainable Tourism Management at Lumbini Heritage Site in Nepal. ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของมรดกทางวัฒนธรรมที่ลุมพินี ประเทศเนปาล วัตถุประสงค์ เพื่อการพิจารณาถึงสภาพปัจจุบันของมรดกทางวัฒนธรรมที่ลุมพินีในการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากนับถือศาสนาอิสลาม รองลงมานับถือศาสนาฮินดู และศาสนาพุทธ ซึ่งลุมพินีเป็นแหล่งแสวงบุญของชาวพุทธแต่ดูแลรักษาโดยผู้ที่ไม่ใช่ชาวพุทธ และส่วนมากเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดีสำหรับชุมชน และผลจากการสัมภาษณ์ การสังเกตและตอบแบบสอบถามปลายเปิด พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดไม่มีความพึงพอใจกับระบบการจัดการที่มีอยู่ และมีข้อเสนอแนะว่าชุมชนควรมีส่วนร่วมในการ

พัฒนาการท่องเที่ยว แนวทางปฏิบัติอย่างชัดเจน

งานวิจัยของ Sothida (2013) เรื่อง Community-Based Ecotourism Management: A Case Study of KohPdao, Kratie Province, Cambodia. ศึกษาสถานการณ์ในการจัดการการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนเกาะพะตาวที่ตอบแบบสอบถาม ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับต่ำ และผลการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน แสดงให้เห็นถึงการรับรู้ด้านบวกเกี่ยวกับผลประโยชน์มากกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเบื้องต้นจากเอกสาร (documentary research) โดยศึกษาจากเอกสาร บทความ ข้อเขียนทางวิชาการ ดุษฎีนิพนธ์ รายงานการวิจัย วารสาร นิตยสาร เอกสารประกอบการประชุมสัมมนา เอกสารประชาสัมพันธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน รวมทั้งการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และทำการศึกษาในพื้นที่สนามการวิจัย (field research) เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) (Chunthawanit, 2008, pp. 21-22 และ Phongsapich, 1994, pp. 12-13) และเพิ่มเติมด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเป้าหมายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ทำการศึกษาวิจัย 3 ขั้นตอนตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ 1. การสัมภาษณ์ผู้นำการท่องเที่ยวหรือผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน 5 ชุมชน เพื่อค้นหาสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน 2. ศึกษาชุมชนบ้านนาติน เป็นชุมชนต้นแบบโดยการสัมภาษณ์ประธานชมรมโฮมสเตย์บ้านนาติน คณะกรรมการชมรมโฮมสเตย์บ้านนาติน รวมทั้งผู้นำชุมชนในพื้นที่ทั้งผู้นำแบบเป็นทางการและแบบไม่

เป็นทางการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านนาดิน และ 3. นำรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนต้นแบบ เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่ชุมชนเป้าหมาย คือ ชุมชนบ้านนาในทอนโดยการสัมภาษณ์ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 11 แกนนำกลุ่มรักษำบ้านนาในทอน ผู้นำศาสนา และผู้อาวุโส ผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการอบรม รวมทั้งการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบบันทึกการสังเกต แบบสัมภาษณ์ เชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน บ้านนาในทอน การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยนำมาจัดหมวดหมู่หรือการจำแนกประเภท (taxonomy) จากนั้นจึงวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย ระบุคุณลักษณะของข้อความ หรือสาระอย่างมีระบบ และอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation--SD)

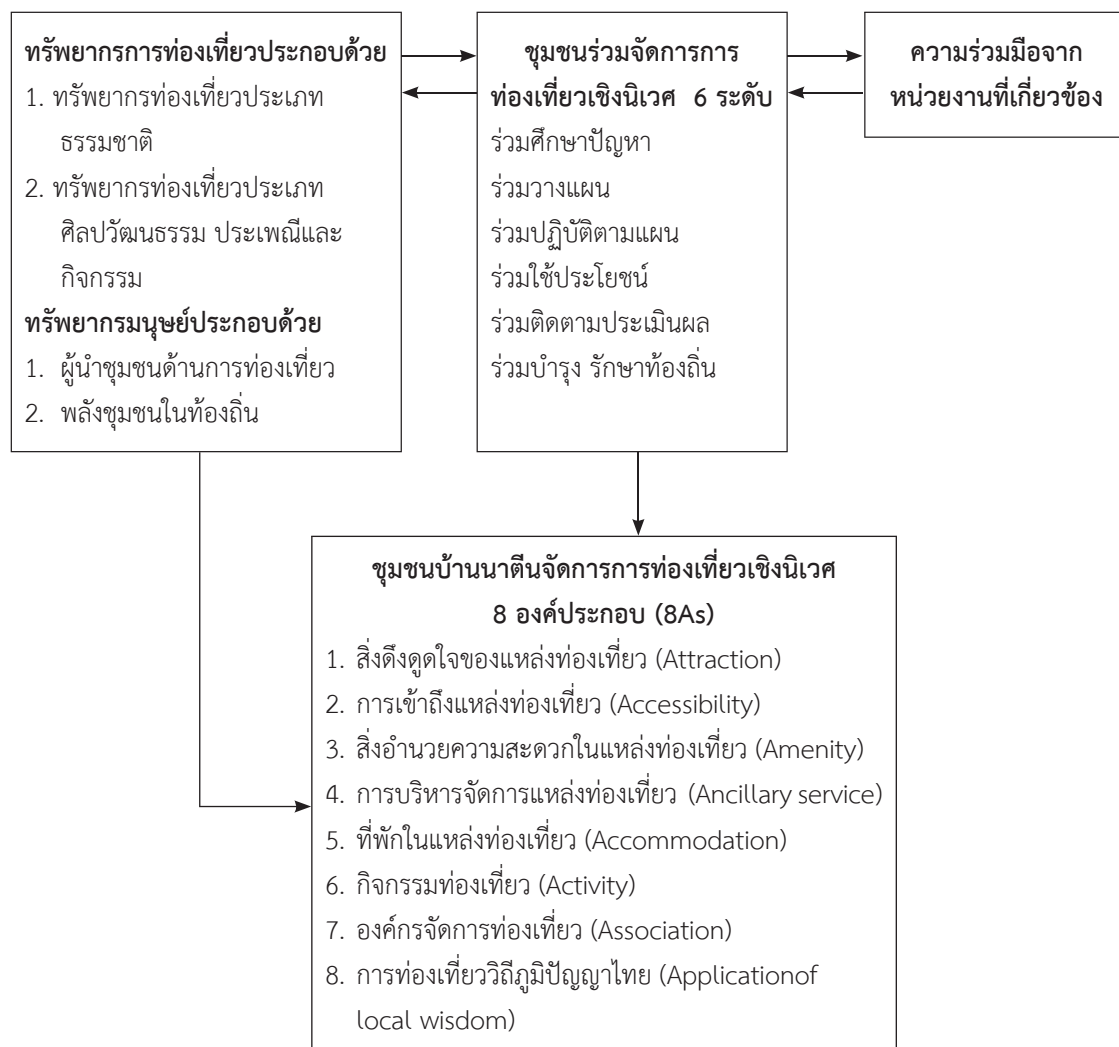
ผลการวิจัย

ชุมชน 5 ชุมชนได้จัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นฐาน ซึ่งประกอบด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศ ความหลากหลายทางชีวภาพ และทรัพยากรการท่องเที่ยวทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยหรือต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยว และสร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งชุมชนจัดการการท่องเที่ยวสอดคล้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ด้านและการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามองค์ประกอบ 8 ประการ (8As) และชุมชนบ้านนาดินมีความเหมาะสมเป็นชุมชนต้นแบบ ให้กับชุมชนเป้าหมาย

สรุปองค์ประกอบในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว 8 ประการ (8As) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) การบริการเสริมในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) กิจกรรมท่องเที่ยว (Activity) องค์การการท่องเที่ยว (Association) และการท่องเที่ยววิถีภูมิปัญญาไทย (Application of local wisdom)

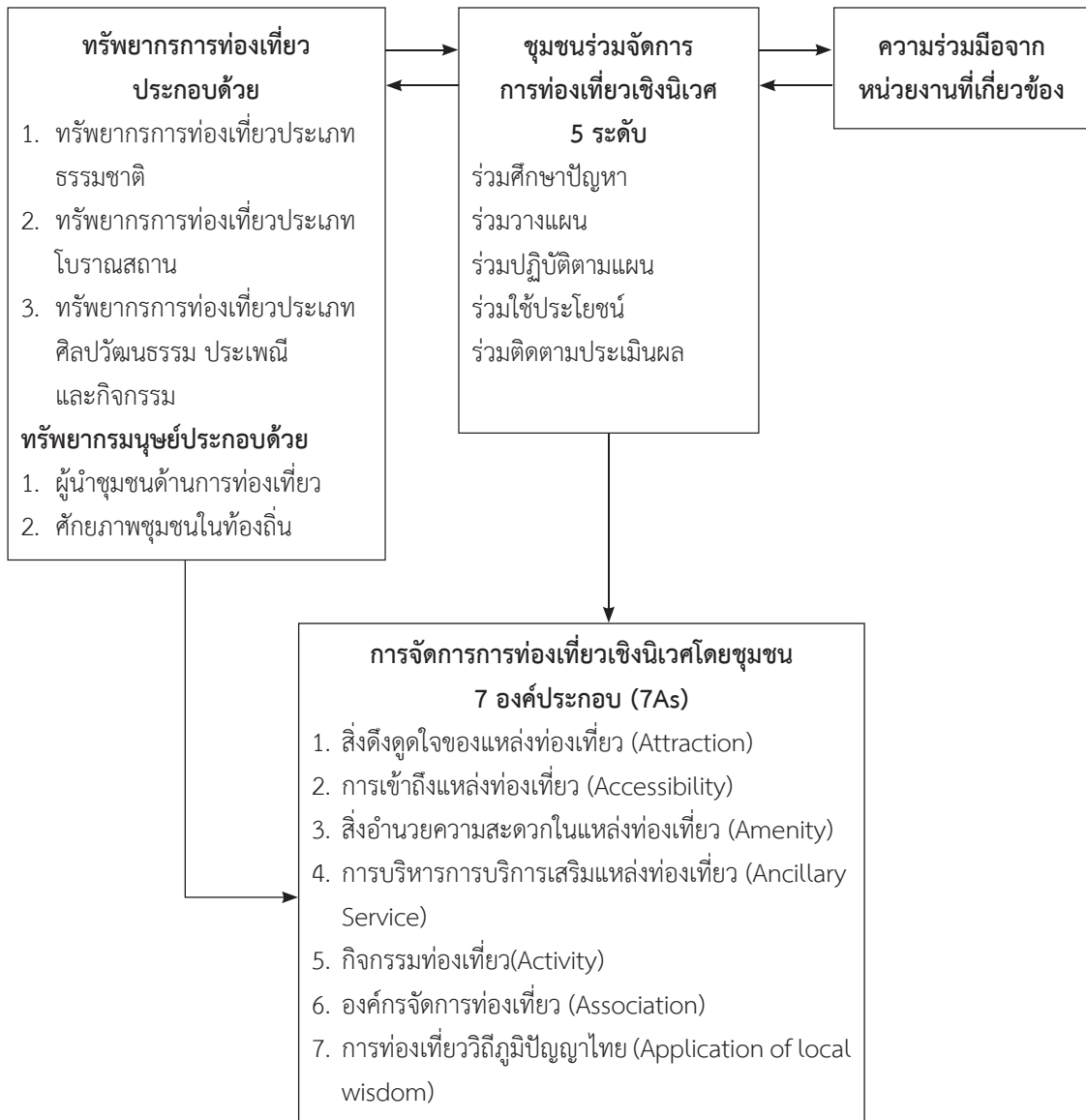
ชุมชนบ้านนาดินจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนในท้องถิ่นเป็นฐาน โดยชุมชนร่วมกันจัดการมีส่วนร่วม 6 ระดับ คือ ร่วมศึกษาปัญหา ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติตามแผน ร่วมใช้ประโยชน์ ร่วมติดตามประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาท้องถิ่นรวมทั้งการเชื่อมโยงเครือข่ายชุมชนบ้านนาดินจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามองค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยว 8 ประการ (8As) คือ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) การบริการเสริมการท่องเที่ยว (Ancillary service) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) กิจกรรมท่องเที่ยว (Activity) องค์การการท่องเที่ยว (Association) และการท่องเที่ยววิถีภูมิปัญญาไทย (Application of local wisdom)



ภาพ 1 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนบ้านนาดิน (ชุมชนต้นแบบ)

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนบ้านนาดิน (ชุมชนต้นแบบชุมชนบ้านในทอนจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวทางของชุมชนต้นแบบ และบริหารจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน 5 ขั้นตอน ได้แก่ ร่วมศึกษาปัญหา ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติตามแผน ร่วมใช้ประโยชน์ และร่วมติดตามประเมินผล รวมทั้งการเชื่อมโยงเครือข่ายกับองค์กรภายนอก และชุมชนบ้านในทอนสามารถจัดการการ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 7 องค์ประกอบ (7As) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) การบริหาร บริการเสริมการท่องเที่ยว (Ancillary service) กิจกรรมท่องเที่ยว (Activity) องค์กรการท่องเที่ยว (Association) และการท่องเที่ยววิถีภูมิปัญญาไทย (Application of local wisdom)



ภาพ 2 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนบ้านโนน (ชุมชนเป้าหมาย)

การอภิปรายผล

ชุมชน 5 ชุมชนจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยใช้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นฐาน ซึ่งชุมชน ได้จัดการพัฒนา รวมทั้งทำการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังที่ Chitthungwattana (2005, pp. 83-87) กล่าวว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องในการปรับปรุง และเปลี่ยนแปลง

ทรัพยากรจากสภาพเดิมไปสู่สภาพใหม่ให้ดีขึ้น เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยือน ในขณะเดียวกันก็ต้องอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กันไปด้วย

ชุมชนบ้านนาดินเป็นชุมชนต้นแบบ ชุมชนมี ศักยภาพของในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี คุณลักษณะตามองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว

โดยชุมชน 4 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ (Aoonwijit, 2008) และเป็นชุมชนที่มีองค์ประกอบสอดคล้องกับปัจจัย 6 ประการตามทฤษฎีศักยภาพในการพัฒนาและการแพร่กระจาย (Sunyawiwut, 2008, pp. 14-15) นอกจากนี้ ประธานชมรมโฮมสเตย์บ้านนาติน เป็นผู้นำชุมชนการท่องเที่ยว บ้านนาตินเป็นบุคคลที่ดำเนินกิจกรรมพัฒนาร่วมกับชาวบ้านอย่างจริงจัง โดยการให้ชาวบ้านมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น และตัดสินใจในปัญหาต่างๆ ของชุมชนทำให้ชุมชนเกิดการพัฒนาและสามารถนำชุมชนบ้านนาตินจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างยั่งยืน (Ard-ah, 2000, p.8) ชุมชนบ้านนาตินมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามขั้นตอนการมีส่วนร่วม 6 ขั้นตอนได้แก่ 1) ร่วมคิด ค้นหาสาเหตุของปัญหา 2) ร่วมวางแผน 3) ร่วมปฏิบัติตามแผน 4) ร่วมใช้ประโยชน์ 5) ร่วมติดตามประเมินผลและ 6) ร่วมบำรุงรักษาท้องถิ่น ซึ่ง Khoonphalin (2007, pp. 58-59) ชุมชนบ้านนาตินได้รับคัดเลือกให้เป็นชุมชนพี่ (1 ใน 5 ชุมชน) ในการดูแลช่วยเหลือชุมชนน้อง ซึ่งสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่ได้จัดทำโครงการชุมชนพี่ดูแลชุมชนน้อง

ชุมชนบ้านนาตินมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ 5 ขั้นตอน คือ ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติตามแผน ร่วมใช้ประโยชน์ และร่วมติดตามประเมินผล ชุมชนให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี เนื่องจากชุมชนบ้านนาตินมีความสัมพันธ์กันแบบเครือญาติ ทำให้ชุมชนมีความสามัคคี เห็นคุณค่าของการรวมตัวเป็นชุมชน จึงให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนอยู่เสมอ ซึ่งทำให้กระบวนการพัฒนาดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง ชุมชนสามารถปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ประสบผลสำเร็จและเป็นไปตามแผนหรือโครงการที่วางไว้ (Sutsangaun, 2015, pp. 109-110; Aoonwijit, 2008) และนักท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 2 มีความพึงพอใจสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.06 และ 3.73) ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ

1. การจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ เป็นประโยชน์ต่อการติดตามหรือทบทวนการดำเนินงานที่ผ่านมา และเพื่อเสนอแผน โครงการฯ การท่องเที่ยวต่อหน่วยงานตามลำดับขั้นตอน

2. สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องน้ำ ห้องส้วม ศาลา หรือซุ้มที่พัก เป็นต้น ควรจัดให้มีเพียงพอ รวมทั้งความปลอดภัยในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ จุดขึ้น – ลง เรือไปยังป่าชายเลนของบ้านนาติน ชุมชนบ้านนาตินควรจัดทำ ซ่อมแซม และแก้ไข

3. การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลภายนอก และการเข้าท่องเที่ยว เรียนรู้ ได้สัมผัสสิ่งดีๆ ในพื้นที่ ควรดำเนินการทุกช่องทาง

4. การจัดตั้งศูนย์ประสานงาน หรือศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกหน่วยงานควรให้การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและการสนับสนุนส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการประยุกต์เข้ากับวิถีภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน เพื่อขับเคลื่อนพลังและความสามารถของคนในชุมชนมากขึ้น

6. การพัฒนาการเรียนรู้แก่สมาชิกในชุมชน โดยเฉพาะความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากคนในชุมชนยังไม่คุ้นเคย ดังนั้นจึงควรร่วมมือกันส่งเสริมและเพิ่มทักษะกระบวนการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ เพื่อเป็นการช่วยให้นักในชุมชนได้รู้จักและเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างแท้จริง

7. การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสร้างมัคคุเทศก์ในชุมชนให้มากขึ้น เพื่อให้ทุกคน รวมทั้งเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ และผู้อาวุโส สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ เพื่อเตรียมความพร้อมจะให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวและคณะที่เข้ามาศึกษาดูงานในชุมชน เช่น ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชน ตำนานเรื่องเล่า ภูมิปัญญาพื้นบ้าน วิถีชีวิต ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ การจัดการทรัพยากรในชุมชน และสามารถนำเที่ยวในหมู่บ้านได้

Reference

- Amphan, D. (2002). *Tourism resource management by communities*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. [In Thai]
- Aoonwijit, C. (2008). *Community development model of tourism by communities in Chiang Rai*. Chiang Rai: Chiang Rai Rajabhat University, Research and Development Institution. [In Thai].
- Ard-ah, A. (2000). Elements of Success in creating groups and organizations to make the community stronger Lesson Learned from Nan and Mahasarakham. *Research community*, 15(31), 7-8. [In Thai].
- Campbell, L. M. (1999). Ecotourism in rural developing communities. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 534-553.
- Chitthungwattana, P. (2005). *Sustainable tourism development*. Bangkok: Tourism Academic Center Thailand. [In Thai].
- Chuaybamrung, T. (2009). *Roles of local administrative organizations and tourism development sustainably based on the concept of sufficiency economy*. Bangkok: King Prajadhipok's Institute. [In Thai].
- Chunthawanit, S. (2008). *Analysis of qualitative data in qualitative research*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [In Thai].
- Ministry of Tourism and Sports. (2011). *National Tourism Development Plan 2012- 2016*. Bangkok: National Tourism Policy Committee. [In Thai].
- Ministry of Tourism and Sports. (2013). *Direction of the Andaman Tourism Development Master Plan 2014 - 2018*. Bangkok: Author. [In Thai].
- Kharel, B. P. (2007). *Sustainable tourism management Lumbini Heritage Site in Nepal*. Unpublished master's thesis, Prince of Songkla University. [In Thai].

- Khoonphalin, P. (2007). *Management of Tourism Science Development of Bangkok in a Integrated Model*. Doctor of Philosophy Dissertation. Ramkhamheang University.
- Phonsri, S. (2004). *Theories and principles of community development* (5th ed.). Bangkok: Odeon Store. [In Thai].
- Phongsapich, A. (1994). *Culture, religion and ethnicity: Analysis of Thai society Anthropology*. Bangkok: Chulalongkorn University. [In Thai].
- Sothida, S. (2013). *Community-based ecotourism management: A case study of Koh Pdao, Kratie Province, Cambodia*. Unpublished master's thesis, Prince of Songkla University. [In Thai].
- Sunyawiut, S. (2008). *Sociological theory: Content and utilization Preliminary* (13th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University. [In Thai].
- Sutsangaun, N. (2015). *Qualitative research in anthropology* (7th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University. [In Thai].
- Thongrawd, C. (2018). Agro - Tourism Management Cruise Along the Garden, Khlong Mahasawat, Phutthamonthon District, Nakhonpathom Province, Dusit Thani College Journal, 12(2), 115-131. [In Thai].
- Tourism Authority of Thailand. (2002). *Workshop documents on ecotourism Under the promotion program and eco-tourism development*. Bangkok: Author. [In Thai].

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ศักดิ์ดา ต้นคชสาร¹ สุรพล ราชภักษ์²

วิเชียร ต้นศิริมงคล³ สุขพัฒน์ อนนท์จารย์⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ประการ คือ (1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ที่ผ่าน (2) เพื่อศึกษารูปแบบการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (3) เพื่อนำเสนอแนะแนวทางการพัฒนากระบวนการเลือกตั้งที่สอดคล้องกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนให้เกิดผลสัมฤทธิ์มากยิ่งขึ้น ดำเนินการวิจัยโดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานทั้งแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มาร่วมกันในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาผสมผสานขั้นตอนของการวิจัยอย่างเป็นเหตุเป็นผลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 350 คน

ผลการศึกษานี้พบว่า ผู้เลือกตั้งมีความหวังต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองภายหลังการเลือกตั้ง ขึ้นขอบนโยบายของพรรคการเมืองกับผู้สมัครรับเลือกตั้งประกอบกันและอยากให้หัวหน้าพรรคเป็นนายกรัฐมนตรี โดยเฉพาะผู้มีการศึกษาระดับประถมศึกษาเป็นเกษตรกรซึ่งถือเป็นฐานใหญ่ที่สุด จะไปลงคะแนนเสียงโดยคำนึงประโยชน์จะได้รับจากนโยบายที่ตอบสนองความต้องการ และการนำเอากระบวนการตลาดเข้ามาใช้ในการรณรงค์หาเสียงจากพรรคการเมืองมีแนวโน้มในการเลือกพรรคนั้น อีกทั้งพบว่าความพึงพอใจผลงานของพรรคการเมืองที่หาเสียงไว้ปฏิบัติ จนแก้ปัญหาและสามารถนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างได้ผล เป็นแรงจูงใจให้ผู้เลือกตั้งมีความเชื่อมั่นและความศรัทธาได้รับความนิยมนจากประชาชนผ่านการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

คำสำคัญ: อิทธิพลต่อการเลือกตั้ง; ชื่อสิทธิขายเสียง; สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ นักศึกษาโครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ, กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: sakda170753@hotmail.com

² อาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา

⁴ คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

Major Factors Influencing the Election of Members of the House of Representatives

Sakda Tonkotchasan¹ Suraphon Rajbhandaraks²

Vichien Tansirikongkhon³ Sukkhat Pat Arnoncharn⁴

Abstract

The researcher has three objectives: (1) major factors influencing previous decisions for voting for particular candidates for membership in the House of Representatives on July 3, 2011. (2) To study the patterns of voting for the members of the House of Representatives in the northeastern region and (3) To propose guidelines for the development of the election process that is consistent with the election of members of the people of the northeastern region to achieve greater achievement. Adopting a mixed-methods research approach, the researcher employed both quantitative and qualitative research methods in collecting germane data. Data collected from 350 subjects were appropriately analyzed.

Findings are as follows:

Voters were hopeful that political change would follow the election. They embraced the policy and candidate of their favored political party and were desirous of the political party's leader becoming prime minister. Voters who were educated at the primary school level and who were agriculturalists—the largest political base for their preferred party—took into consideration the benefits to be gained from a policy responsive to their needs. Moreover, the use of marketing procedures in political party electioneering encouraged a positive electoral trend.

It was also found that these voters evinced satisfaction with the successful outcome of the election, especially with the expectation that their favored policies would be implemented. If the policies were effectively implemented, then their problems would be addressed in their view. Therefore, these voters were motivated by having trust and faith in the political party they favored and voted accordingly.

Keywords: Influencing the Election; Vote buying; the House of Representatives

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Philosophy in Social Sciences, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Hua Mak, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: sakda170753@hotmail.com

² Faculty of Political Science Ramkhamhaeng University

³ Faculty of Political Science and Law, Burapha University, Thailand

⁴ Faculty of Social Science, Mahamakut Buddhist University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การปฏิวัติ 2475 ก่อให้เกิด “ประชาธิปไตย” (Winitchakun, 2013, p. 10) ได้นำเอาระบบการเลือกตั้งและรูปแบบการปกครองมาจากประเทศอังกฤษ (Nakata, 2012, p. 4) ประชาชน จะมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ด้วยการอาศัยตัวแทนที่เรียกว่า “สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร” วิธีการสำคัญที่นำมาใช้ดำเนินการเพื่อคัดเลือกตัวแทนของประชาชนดังกล่าวคือ “การเลือกตั้ง”

ความมุ่งหวังสำคัญของการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คือ ต้องการให้การเลือกตั้งเป็นเครื่องมือสะท้อนความต้องการที่แท้จริงของประชาชน ด้วยเหตุนี้ ผลการเลือกตั้งจึงมีความสำคัญในการอธิบายปรากฏการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นๆ ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะประเทศไทย (Rutchattranon & Akhaad, 2012, p. 79) นอกจากนี้การเลือกตั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงอุดมการณ์ ความเชื่อและวิถีทางการเมืองของประชาชนในภูมิภาคที่ถูกกล่าวถึงอีกด้วย (Meechan, 2012, p. 104) การเลือกตั้งนี้ไม่เพียงแต่การเข้าถึงความต้องการของผู้เลือกตั้ง (access voter needs) เท่านั้น แต่ยังส่งผลให้รากหญ้าได้รับผลประโยชน์จากนโยบายโดยตรง โดยผู้เลือกตั้งคาดหวังว่าจะให้พรรคการเมืองกำหนดนโยบายที่ส่งผลทางการเมืองให้ไปถึงพวกเขา (Dokthaisong, 2009, pp. 3-5)

อย่างไรก็ตามการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทุกครั้งที่ผ่านมามีปัญหามากมาย เกิดเป็นมายาคติทางการเมืองของการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ที่เรียกว่าระบบการ “ซื้อสิทธิขายเสียง” จนทำให้การเลือกตั้งในการเมืองไทยกลายเป็นพิธีกรรมทางการเมืองที่ไร้ความหมาย เต็มไปด้วยการทุจริตคอร์รัปชัน เสื่อมทราม และไร้ซึ่งศีลธรรม (Kongkirati, 2015, pp. 65-67) โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (North Eastern) หรือภาคอีสาน (Isan) ถือเป็น “สนามการเลือกตั้ง” ขนาดใหญ่ที่สุดที่มี ส.ส. มากถึง 1 ใน 3 ในทางการเมืองถือว่าเป็นกลุ่มตัดสินผลการเลือกตั้ง เป็นการช่วงชิงคะแนนเสียงจากประชาชน

ของพรรคการเมืองต่างๆ ด้วยกลยุทธ์และรูปแบบการหาเสียงที่ต้องการยึดครองจำนวนที่นั่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ได้มากที่สุด การเลือกตั้งเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2544 เป็นการยืนยันการตัดสินใจของประชาชนจากนโยบาย และนโยบายนั้นเป็นนโยบายที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน แสดงให้เห็นถึงแนวคิดที่เปลี่ยนแปลงพัฒนาไปจากที่มีการซื้อสิทธิ-ขายเสียง มาเป็นการเลือกตั้งที่มีผู้มีสิทธิเลือกตั้งจะพิจารณาจากผลงานและนโยบายของพรรคการเมืองเป็นปัจจัยหลัก เงินเป็นเพียงปัจจัยจูงใจ (intensive) ไม่ใช่ปัจจัยชี้ขาด (decisive factors)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ที่ผ่านมา
2. เพื่อศึกษารูปแบบการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
3. เพื่อนำเสนอแนะแนวทางการพัฒนาระบบการเลือกตั้งที่สอดคล้องกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนให้เกิดผลสัมฤทธิ์มากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง หมายถึง ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปและมีชื่ออยู่ในบัญชีรายชื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หมายถึง การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง เมื่อวันอาทิตย์ที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2554

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน หมายถึง จังหวัดกาฬสินธุ์ ขอนแก่น นครพนม บึงกาฬ

มหาสารคาม มุกดาหาร ร้อยเอ็ด เลย หนองคาย
หนองบัวลำภู สกลนคร และจังหวัดอุดรธานี

ผู้สมัครรับเลือกตั้ง หมายถึง ผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ หมายถึง สิ่งที่เป็นองค์ประกอบตัดสินใจเลือกตั้ง ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ด้านได้แก่ ปัจจัยด้านพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด ปัจจัยส่วนบุคคลผู้สมัคร ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองต่อการเลือกตั้ง

ปัจจัยด้านพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด หมายถึง หัวหน้าพรรคการเมือง พรรคการเมืองที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งสังกัดอยู่ และผลงานการดำเนินงานของพรรคการเมือง ที่ผ่านมา

ปัจจัยด้านส่วนบุคคลผู้สมัคร หมายถึง คุณสมบัติและคุณลักษณะทั่วไปของผู้สมัครรับเลือกตั้ง เช่น การศึกษา ความรู้ ความสามารถชื่อเสียง ความซื่อสัตย์สุจริต ประสิทธิภาพการทำงาน ความเป็นบุคคลในท้องถิ่น ผลงานการประโชยน์ให้กับสังคม ชุมชน หรือท้องถิ่น สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้สมัคร ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองต่อการเลือกตั้ง หมายถึง รูปแบบ ช่องทาง การสื่อสารของพรรคการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้ง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งของประชาชนในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554

2. ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากร

2.1 เฉพาะเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 12 จังหวัด ได้แก่จังหวัดเลย หนองบัวลำภู อุดรธานี หนองคาย สกลนคร นครพนม มุกดาหาร ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ มหาสารคาม ขอนแก่น และจังหวัดบึงกาฬ

2.2 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ใช้สิทธิเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ผู้นำทางการเมือง อดีตผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ที่ได้รับการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษาระหว่างเดือน มิถุนายน 2560-ตุลาคม 2560

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. สามารถนำรูปแบบการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนไปกำหนดวิธีการและแนวทางการเลือกตั้งที่เหมาะสม

2. สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาการบริหารจัดการเลือกตั้งที่สามารถป้องกันอิทธิพลทางการเมือง และขจัดความไม่สุจริต ยุติธรรมการเลือกตั้งสำหรับใช้ในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

3. เป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานของรัฐ พรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งในการปรับ/วางแผนยุทธศาสตร์ กำหนดนโยบายการหาเสียงเลือกตั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีแรงจูงใจ (motive theory) เป็นแนวคิดทางสังคมวิทยาอธิบายถึงพฤติกรรมของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ปัจจัยสำคัญด้านต่างๆ คือ สิ่งเร้า (stimulus) หรือปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อเขามี ความเชื่อ (beliefs) หลากๆอย่างมารวมกัน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของ แรงจูงใจ (motive) เกิดขึ้นในตัวผู้ออกเสียงเลือกตั้ง เพื่อแสดงพฤติกรรมในอันที่จะบรรลุเป้าหมาย คือ การตัดสินใจ (decision-making) ออกมาในรูปแบบของการออกไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Voting) ซึ่งแรงจูงใจไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากการเรียนรู้ผ่านกระบวนการทางสังคม เช่น ความเชื่อ

วัฒนธรรม ประเพณี และค่านิยม เป็นพื้นฐานสำหรับการพิจารณาการตัดสินใจ ส่งผลให้เกิดความต้องการและแรงจูงใจ แรงจูงใจจะต้องมีเป้าหมายเสมอ Walters (1978, p. 218)

การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นการนำการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) มาผสมผสานกับเนื้อหาทางการเมืองและการสื่อสารเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในทางการเมือง ประกอบด้วย 5 หลักใหญ่ๆ ได้แก่

1) ผู้ส่งสาร หมายถึง พรรคการเมือง ผู้สมัครรับเลือกตั้ง

2) สาร หมายถึง โครงการ นโยบายต่างๆ ของรัฐบาลและโครงการที่จะดำเนินการเมื่อได้รับเลือกตั้งและจัดตั้งเป็นรัฐบาล

3) ช่องทาง หมายถึง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ สื่อออนไลน์ การส่งไปรษณูปแบบใดที่จะไปถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วและได้มากที่สุด

4) ผู้รับสาร หมายถึง ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

5) ผล หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้กลับคืนมาก็คือ ได้รับการเลือกตั้ง (Woraphan et al., 1992, Chumphon, 2007)

แนวคิดพรรคการเมืองและกลุ่มผลประโยชน์ พรรคการเมือง คือ กลุ่มของบุคคลซึ่งมีการตกลงกันในการกำหนดมาตรการทางอุดมการณ์บางประการ และได้จัดตั้งขึ้นเป็นองค์การเพื่อชนะการเลือกตั้งจัดตั้งรัฐบาลและดำเนินนโยบายสาธารณะ (Piano & Greenberg, 1967, pp. 111-112) ส่วนกลุ่มผลประโยชน์ คือ กลุ่มผู้ที่มีบทบาทในการมุ่งแสวงหาอำนาจทางการเมืองโดยตรง กล่าวคือ แม้กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อศูนย์อำนาจทางการเมือง แต่อยู่ภายนอกของศูนย์แห่งอำนาจ ความพยายามของกลุ่มอยู่ที่พยายามโน้มน้าวบุคคลที่มีอำนาจ โดยมีได้พยายามเสนอคนของกลุ่มขึ้นมามีอำนาจแทนอย่างเป็นทางการ (Duverger 1972, pp. 101-102) สำหรับประเทศไทยที่ผ่านมา กลุ่มผลประโยชน์ของไทยในอดีต มักจะเป็นกลุ่มเขตชุมชนมีอำนาจ ขาดเอกภาพเรียกร้องเคลื่อนไหว (Nimpanich, 2009)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการเมือง หมายถึง กิจกรรมทางการเมืองต่างๆ ไป ไม่ว่าจะเป็นการเลือกตั้ง การแสดงประชามติ การเดินขบวน การประท้วงเมื่อไม่พอใจกับการบริหารบ้านเมืองของรัฐบาล และเรียกร้องเมื่อมีนโยบายใดนโยบายหนึ่งมีผลกระทบกับประชาชน หรือกิจกรรมอะไรก็ตามที่มุ่งหวังจะให้เกิดผลกระทบในทางการเมือง ขณะที่ (Limmanee and Pimpisuth, 1977, pp. 20-36) ได้ชี้ให้เห็นว่าอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์มีอยู่ด้วยกัน 5 ประเภท ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมทางการเมืองคือ

1. อิทธิพลทางสังคมจากกลุ่มต่างๆ ในสังคม เช่น เพื่อน ครอบครัว 2. อิทธิพลทางสังคมจากชนชั้นในสังคม 3. อิทธิพลของบุคลิกภาพ 4. อิทธิพลของวัฒนธรรม 5. อิทธิพลของโครงสร้าง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง Snyder (2011) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของวัย การศึกษา ความรู้ทางการเมือง และบริบททางการเมืองเกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไป ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของการศึกษา ความรู้ทางการเมือง และอายุเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบให้ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียง

Chaiyawan (2011) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีอยู่สองอย่าง คือ คุณสมบัติเฉพาะตัวของผู้สมัครและพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมไปใช้สิทธิเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

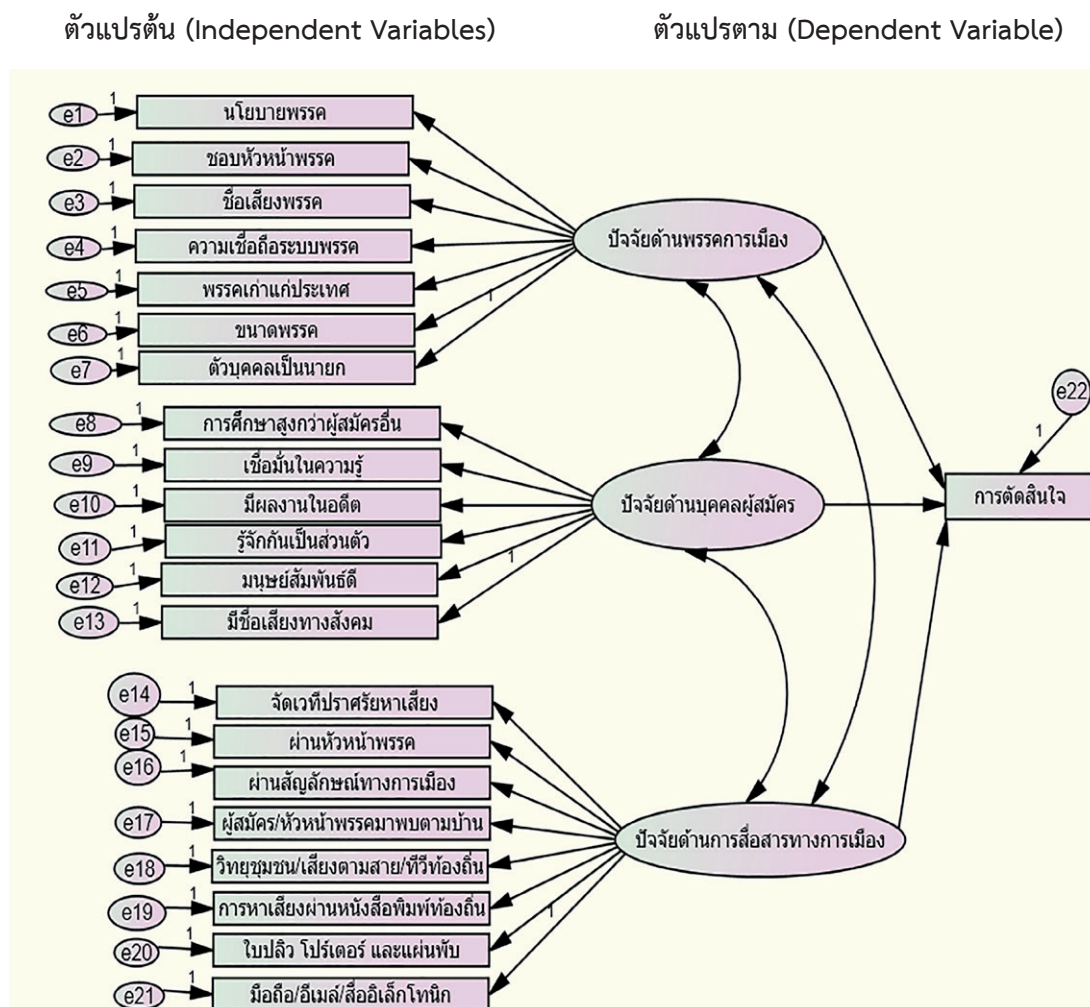
McAllister (2016) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Candidates and Voting Choice ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งมองว่าผู้สมัครสังกัด

พรรคการเมืองมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและเชื่อมโยงกันกับการสนับสนุนพรรคการเมืองอย่างมากมีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

Raccula (2016) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Single-Target Implicit Association Tests (ST-IAT) Predict Voting Behavior of Decided and Undecided Voters in Swiss Referendums ผลการวิจัยพบว่า พรรคการเมืองและผู้สมัครมีอิทธิพลต่อการสนใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งอย่างมีนัยสำคัญ

DiGrazia et al., (2013) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง More Tweets, More Votes : Social Media as a Quantitative Indicator of Political Behavior. ผลการวิจัยพบว่า สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตั้งเพิ่มขึ้น เป็นตัวบ่งชี้พฤติกรรมทางการเมืองที่สำคัญในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods research design) ตามแนวคิดของ Creswell & Plano (2011) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มาร่วมกันในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาผสมผสานขั้นตอนของการวิจัยอย่างเป็นเหตุเป็นผล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สํารวจเก็บข้อมูลย้อนหลังแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional survey study) ในกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ที่มีอายุตั้งแต่

18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป จำนวน 350 คน

แผนการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability sampling) แบบกลุ่มหลายขั้นตอน (Multistage cluster random sampling)

จังหวัด ➡ อำเภอ ➡ ตำบล ➡ หมู่บ้าน

จังหวัดขนาดเล็ก คือ จังหวัดเลย เก็บตัวอย่างในอำเภอวังสะพุง อำเภอเชียงคาน และอำเภอภูกระดึง

จังหวัดขนาดกลาง คือ ร้อยเอ็ด เก็บตัวอย่างในอำเภอธวัชบุรี อำเภอจังหาร และอำเภอศรีสมเด็จ

จังหวัดขนาดใหญ่ คือ ขอนแก่นเก็บตัวอย่างในอำเภอยุมแพ อำเภอบ้านฝาง และอำเภอพระยืน

ตาราง 1

แสดงจำนวนขนาดของจังหวัดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มจังหวัด	ผู้ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	จำนวนตัวอย่าง
ขนาดเล็ก	1,265,707	78
ขนาดกลาง	2,667,895	164
ขนาดใหญ่	1,753,293	108
รวม	5,686,895	350

การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก (In-depth interviewing) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) กลุ่มที่ 1 ผู้นำที่เป็นทางการ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ นายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มที่ 2 ผู้นำที่ไม่เป็นทางการ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ ตัวแทนคณะทำงานขับเคลื่อนกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีระดับอำเภอ ประธานเครือข่ายกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองระดับอำเภอ ประธานชมรมอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านระดับอำเภอ ประธานกลุ่มองค์กร/ชุมชน

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้สถิติสมการโครงสร้างแบบ

ไม่มีตัวแปรร่วม (Structure Equation Model) โดยโปรแกรม AMOS 18 และ สถิติ Multiple Logistic Regression

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1.1 คุณลักษณะทั่วไปของผู้ไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง จากตาราง 1 - 2 พบว่าคุณลักษณะทั่วไปของผู้ไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.9 ช่วงอายุ 46 - 60 ปี ร้อยละ

41.7 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบระดับประถมศึกษา ร้อยละ 43.7 อาชีพเกษตรกร ร้อยละ 37.4 และรายได้ในช่วงระหว่าง 2,500 - 9,000 บาท ร้อยละ 37.4 สำหรับการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า ผู้ไปใช้สิทธิเป็นสมาชิกพรรคเพียงร้อยละ 2.3 สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน ร้อยละ 8.0 อาสาสมัครมูลนิธิต่างๆ / อสม. / สมาชิกชมรม / กรรมการหมู่บ้าน ร้อยละ 22.6 และไม่ได้เป็นสมาชิกใดๆ ในท้องถิ่นร้อยละ 67.1 ไม่เคยบริจาคเงิน / สิ่งของแก่พรรคการเมือง ร้อยละ 97.7 มีส่วนร่วมไปรณรงค์เลือกตั้งกับหน่วยงานราชการ ร้อยละ 19.4 มีส่วนร่วมไปรณรงค์กับพรรคการเมือง ร้อยละ 4 และไม่เคยไปร่วมรณรงค์ ร้อยละ 76.6 สำหรับการไปใช้สิทธิลงคะแนนเลือกตั้งครั้งนี้มีผู้มาใช้สิทธิครั้งแรก ร้อยละ 5.1 นอกนั้นเป็นผู้ที่มาใช้สิทธิทุกครั้งที่มีสิทธิลงคะแนนเลือกตั้งร้อยละ 94.9

ตาราง 2

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล (n=350)

ตัวแปร		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	158	45.1
	หญิง	192	54.9
อายุ	18-24 ปี	27	7.7
	25-45 ปี	92	26.3
	46-60 ปี	146	41.7
	60 ปีขึ้นไป	85	24.3
การศึกษา	ประถมศึกษา	153	43.7
	มัธยมศึกษาตอนต้น	67	19.1
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	72	20.6
	อนุปริญญา	32	9.1
	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	26	7.4
อาชีพ	รับจ้างทั่วไป	69	19.7
	เกษตรกร	131	37.4
	ค้าขาย/อาชีพส่วนตัว/พนักงานเอกชน/งานอิสระ	60	17.1
	ราชการ/พนักงานรัฐ/พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	56	16.0
	ไม่ประกอบมีอาชีพ	34	9.7
รายได้	ต่ำกว่า 2,500 บาท	83	23.7
	2,500 – 9,000 บาท	131	37.4
	9,001 -15,000 บาท	78	22.3
	15,001 – 25,000 บาท	36	10.3
	25,000 บาท ขึ้นไป	22	6.3

ตาราง 3

การมีส่วนร่วมทางการเมือง

ตัวแปร		จำนวน	ร้อยละ
สมาชิกเครือข่ายทางสังคม	สมาชิกพรรคการเมือง	8	2.3
	สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน	28	8.0
	อาสาสมัครมูลนิธิต่างๆ/อสม/	79	22.6
	สมาชิกชมรม/กรรมการหมู่บ้าน		
	ไม่เป็นสมาชิกใดๆในท้องถิ่น	235	67.1
บริจาคเงิน/สิ่งของแก่	เคย	8	2.3
	ไม่เคย	342	97.7
มีส่วนร่วมรณรงค์ให้	มีส่วนร่วมไปรณรงค์กับหน่วยงานราชการ	68	19.4
	มีส่วนร่วมไปรณรงค์กับพรรคการเมือง	14	4.0
	ไม่เคยไปรณรงค์	268	76.6
ลงคะแนนเลือกตั้ง	ไปทุกครั้งที่มีสิทธิ์	332	94.9
	ไปปีนั้นเป็นปีที่มีสิทธิครั้งแรก	18	5.1

1.2 ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

จากตาราง 3 ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ตามปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ 1 ปัจจัยด้านพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด 2 ปัจจัยด้านส่วนบุคคลผู้สมัคร และ 3 ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองต่อการเลือกตั้ง พบว่า

1.2.1 ปัจจัยด้านพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย = 3.5, $SD = 0.6$) พบว่า องค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง คือ นโยบายพรรคการเมือง ตัวบุคคลที่พรรคเลือกเป็นนายกรัฐมนตรี ความนิยมชมชอบหัวหน้าพรรค ชื่อเสียงของพรรค และความเชื่อถือในระบบพรรค แสดงให้เห็นว่าผู้เลือกตั้งไปลงคะแนนเสียงด้วยความ มีพันธะผูกพันทางการเมืองเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ โดยมีเจตจำนงต้องการให้พรรคการเมืองที่

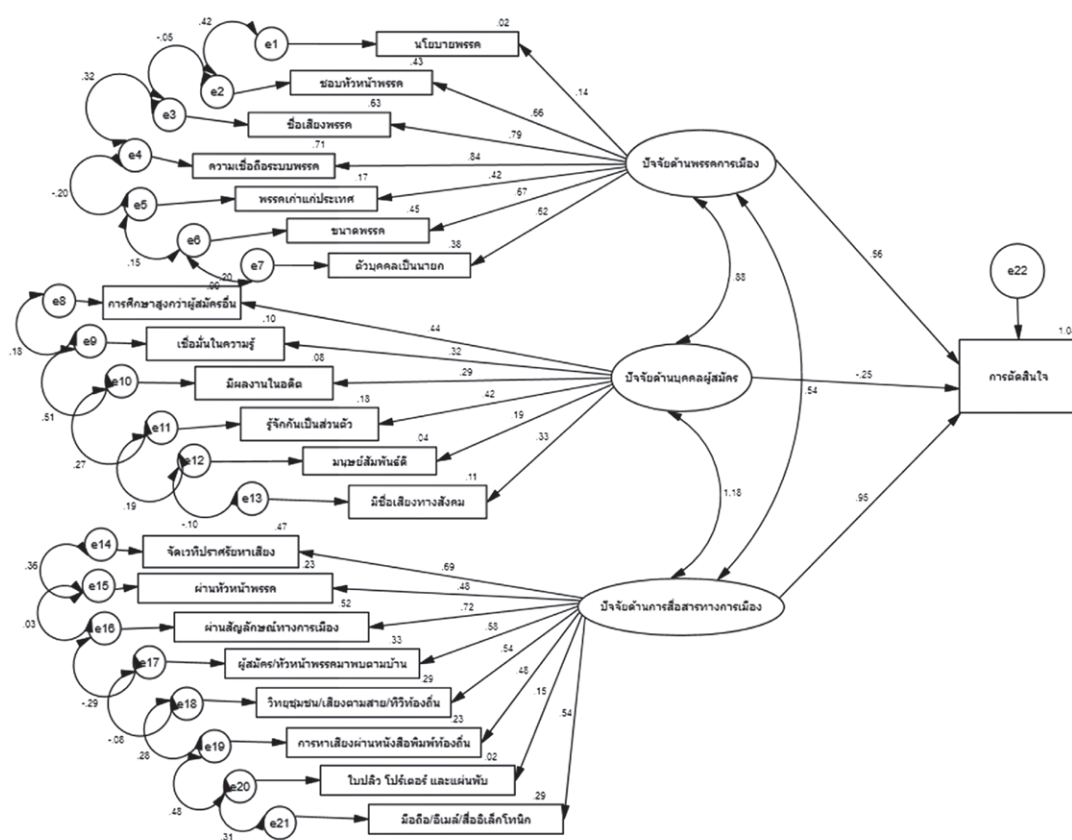
ชื่นชอบได้เป็นตัวแทนเข้าไปบริหารประเทศ โดยเฉพาะในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เพราะชื่นชอบนโยบายพรรค ซึ่งเห็นได้จากผลการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ที่ผ่านมา ผู้เลือกตั้งตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเลือกตั้งเพราะนโยบายของพรรคการเมืองมากที่สุด

1.2.2 ปัจจัยด้านส่วนบุคคลผู้สมัคร พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย = 3.2, $SD = 0.5$) พบว่า องค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง คือ ความเชื่อมั่นในความรู้/ความสามารถของผู้สมัคร ผลงานในอดีต/ทำประโยชน์ให้ท้องถิ่นไว้ การมีมนุษยสัมพันธ์/พบปะประชาชนสม่ำเสมอ เช่น มางานศพ งานวันเกิด งานกีฬา งานจัดเลี้ยงต่างๆ ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ผ่านมา พบว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งลงคะแนนเสียงด้วยตนเองในการเลือกตั้ง ไม่ได้เลือกผู้สมัครเพราะเงิน แต่เลือกจากผู้

สมัครเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ การศึกษาอยู่ในระดับดี เป็นผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ชาวบ้านเคยฟังและฝากความหวังได้ ลงพื้นที่หาเสียงออกพบปะประชาชนสม่ำเสมอ และหากสังกัดพรรคการเมืองที่มีสิทธิเลือกตั้งขึ้นช่อจะเป็นสองแรงบวกต่อการตัดสินใจให้ผู้สมัครได้รับการเลือกตั้ง

1.2.3 ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองต่อการเลือกตั้ง พบว่า มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.8, $SD = 0.6$) พบว่า องค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง คือ การหาเสียงผู้สมัคร/หัวหน้าพรรคมาพบ

ตามบ้าน การจัดเวทีปราศรัยหาเสียงการหาเสียงผ่าน
สัญลักษณ์ทางการเมือง (brand) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า บทบาทของการสื่อสารทางการเมืองมีอิทธิพล
ต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ชาวสารที่
ผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้รับเป็นการอธิบายนโยบายและ
คุณสมบัติต่างๆ ของผู้สมัครของพรรคการเมือง ทั้งนี้ผู้
มีสิทธิเลือกตั้งส่วนมากจะตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือก
ตั้งให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใดคนหนึ่งก่อนที่จะถึงวัน
เลือกตั้ง ผ่านการรับรู้ว่าการสื่อสารทางการเมืองต่อการ
เลือกตั้งของพรรคการเมือง



ภาพ 1 โมเดลสมการโครงสร้าง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน”

ค่าน้ำหนักของ Regression Weight ปัจจัยด้านพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด ประกอบด้วยตัวแปร 1) นโยบายพรรค 2) นิยมชมชอบหัวหน้าพรรค 3) ชื่อเสียงพรรค 4) ความเชื่อถือในระบบพรรค 5) พรรคเก่าแก่ของประเทศ 6) ขนาดพรรค (พรรคขนาดใหญ่ / กลาง / เล็ก) และ 7) ตัวบุคคลที่พรรคเลือกเป็นนายกรัฐมนตรี มีค่าน้ำหนักของ Regression Weight เท่ากับ 0.14 0.66 0.79 0.84 0.42 0.67 และ 0.62 ตามลำดับ ซึ่งค่าน้ำหนักของ Regression Weight ตั้งแต่ 0.6 ถือว่าอยู่ในระดับใช้ได้ ปัจจัยด้านส่วนบุคคลผู้สมัคร ประกอบด้วยตัวแปร 1) การศึกษาสูงกว่าผู้สมัครคนอื่น 2) เชื่อมั่นในความรู้ ความสามารถของผู้สมัคร 3) มีผลงานในอดีต / ทำประโยชน์ให้ท้องถิ่นไว้ 4) รู้จักกันเป็นส่วนตัว / เคยพึ่งพาอาศัยกัน 5) มนุษย์สัมพันธ์ดี / พบปะประชาชนสม่ำเสมอ เช่น มางานศพ งานวันเกิด งานกีฬา งานจัดเลี้ยงต่างๆ 6) มีชื่อเสียงทางสังคม เช่น ดารา นักร้อง นักกีฬา มีค่าน้ำหนักของ Regression Weight เท่ากับ 0.44 0.32 0.29 0.42 0.19 และ 0.33 ตามลำดับ ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองต่อการเลือกตั้ง ประกอบด้วยตัวแปร 1) การจัดเวทีปราศรัยหาเสียง 2) การหาเสียงผ่านห้วคະແນ 3) การหาเสียงผ่านสัญลักษณ์ทางการเมือง (brand) 4) การหาเสียงผู้สมัคร/หัวหน้าพรรคมาพบตามบ้าน 5) การหาเสียงผ่านวิทยุชุมชน/เสียงตามสาย/ทีวีท้องถิ่น 6) การหาเสียงผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 7) การหาเสียง ใบปลิวโปสเตอร์ และแผ่นพับและ 8) การหาเสียงผ่านทางมือถือ/อีเมล/สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าน้ำหนักของ Regression Weight เท่ากับ 0.69 0.48 0.72 0.58 0.54 0.48 0.15 และ 0.54 ตามลำดับ

ค่าน้ำหนักของ Squared Multiple Correlation ปัจจัยด้านพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด ประกอบด้วยตัวแปร 1) นโยบายพรรค 2) นิยมชมชอบหัวหน้าพรรค 3) ชื่อเสียงพรรค 4) ความเชื่อถือในระบบพรรค 5) พรรคเก่าแก่ของประเทศ 6) ขนาดพรรค (พรรคขนาดใหญ่ / กลาง / เล็ก) และ 7) ตัวบุคคลที่

พรรคเลือกเป็นนายกรัฐมนตรีเลือกตั้ง มีค่าน้ำหนักของ Squared Multiple Correlation เท่ากับ 0.02 0.43 0.63 0.71 0.17 0.45 และ 0.38 ตามลำดับ ปัจจัยด้านส่วนบุคคลผู้สมัคร ประกอบด้วยตัวแปร 1) การศึกษาสูงกว่าผู้สมัครคนอื่น 2) เชื่อมั่นในความรู้ความสามารถของผู้สมัคร 3) มีผลงานในอดีต / ทำประโยชน์ให้ท้องถิ่นไว้ 4) รู้จักกันเป็นส่วนตัว / เคยพึ่งพาอาศัยกัน 5) มนุษย์สัมพันธ์ดี / พบปะประชาชนสม่ำเสมอ เช่น มางานศพ งานวันเกิด งานกีฬา งานจัดเลี้ยงต่างๆ 6) มีชื่อเสียงทางสังคม เช่น ดารา นักร้อง นักกีฬา มีค่าน้ำหนักของ Squared Multiple Correlation เท่ากับ 0.20 0.10 0.08 0.18 0.04 และ 0.11 ตามลำดับ ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองต่อการเลือกตั้ง ประกอบด้วยตัวแปร 1) การจัดเวทีปราศรัยหาเสียง 2) การหาเสียงผ่านห้วคະແນ 3) การหาเสียงผ่านสัญลักษณ์ทางการเมือง (brand) 4) การหาเสียงผู้สมัคร/หัวหน้าพรรคมาพบตามบ้าน 5) การหาเสียงผ่านวิทยุชุมชน/เสียงตามสาย / ทีวีท้องถิ่น 6) การหาเสียงผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 7) การหาเสียง ใบปลิวโปสเตอร์ และแผ่นพับและ 8) การหาเสียงผ่านทางมือถือ / อีเมล / สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าน้ำหนักของ Squared Multiple Correlation เท่ากับ 0.47 0.23 0.52 0.33 0.29 0.23 0.02 และ 0.29 ตามลำดับ

ดังนั้นสรุปได้ว่า โมเดลสมการโครงสร้าง “ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน” เป็นโมเดลที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สำรวจมา และสามารถหาค่าน้ำหนักอิทธิพลของปัจจัยได้จากค่าน้ำหนักของ Regression Weight

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้กับพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งคือ “นโยบายพรรค”

การอภิปรายผล

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

1.1 ปัจจัยทางเพศ พบว่า เพศชายกับเพศหญิงไม่มีความแตกต่าง สอดคล้องกับการศึกษาของ Watsanawin, 2011; Supharp, 2014)

1.2 ปัจจัยทางอายุ พบว่า อายุของประชากรที่ใช้สิทธิเลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอย่างมีนัยสำคัญ ประชากรในแต่ละกลุ่มช่วงอายุมีเหตุผลต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งแตกต่างกัน โดยเฉพาะช่วงอายุ 46 - 60 ปี มีแนวโน้มไปลงคะแนนเสียงมากกว่าผู้อยู่ในวัยอื่น สอดคล้องกับ Holland & Kensinger (2012)

1.3 ปัจจัยทางการศึกษา พบว่า ผู้ไปใช้สิทธิเลือกตั้งส่วนมากจบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีสัดส่วนไปเลือกตั้งสูงสุด ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของ กนกพร เสริฐศรี (Sertsri, 2010) พบว่าผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้งส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี แต่การศึกษาของกนกพร ศึกษาในพื้นที่ภาคเหนือ และเป็นการเลือกตั้งซ่อม

1.4 ปัจจัยทางอาชีพ พบว่า ผู้ไปใช้สิทธิเลือกตั้งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม สอดคล้องกับการศึกษาของ Sertsri (2010)

1.5 ปัจจัยทางรายได้ พบว่า รายได้ส่วนมากอยู่ในช่วง 2,500 บาท - 9000 บาท ไม่ได้ทำให้เกิดความแตกต่างในการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

1.6 สมาชิกเครือข่ายทางสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิกใดๆ ในท้องถิ่น ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างในการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

1.7 การบริจาคเงิน / สิ่งของแก่พรรคการเมือง พบว่า เกือบทั้งหมดไม่เคยบริจาค การบริจาคเงิน / สิ่งของแก่พรรคการเมืองกับผู้ที่ไม่บริจาคให้กับพรรคการเมือง ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างในการไปใช้

สิทธิเลือกตั้ง

1.8 การเข้าร่วมรณรงค์ให้ประชาชนไปเลือกตั้ง พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ไม่เคยไปร่วมรณรงค์

รูปแบบการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

รูปแบบการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ 3 ตัว คือ 1. ปัจจัยด้านพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด 2. ปัจจัยด้านบุคคลผู้สมัคร 3. ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมือง ดังนี้

1. ปัจจัยด้านพรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด

ผลจากการวิจัยได้แสดงให้เห็นถึง การไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 พบว่า ผู้ไปใช้สิทธิเลือกตั้งส่วนใหญ่ ได้ให้ความสำคัญกับนโยบายของพรรคการเมืองเป็นอันดับแรก รองลงมาคือหัวหน้าพรรค และสังกัดพรรคการเมืองที่ผู้เลือกตั้งชื่นชอบเป็นสำคัญ โดยเลือกผู้สมัครจากพรรคการเมืองที่มีขนาดใหญ่ เพราะสามารถนำแนวนโยบายที่ได้หาเสียงไว้ก่อนการเลือกตั้งนำไปปฏิบัติให้เกิดเป็นผลได้จริง สอดคล้องกับการศึกษาของ อารมณ กั้นพินัย (Kanphinai, 2012); McAllister (2016) และ Raccula (2016)

2. ปัจจัยด้านส่วนบุคคลผู้สมัคร

พบว่า ประชาชนผูกพันอยู่กับผู้สมัครรับเลือกตั้งอย่างใกล้ชิดในลักษณะเครือญาติ ผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ที่ชาวบ้านฝากความหวังไว้ หรือต้องพึ่งพาอาศัยได้ ผู้เลือกตั้งจะเลือกผู้สมัครว่าจะให้ความช่วยเหลือหรือทำงานให้กับประชาชนได้อย่างไร จึงตัดสินใจไปลงคะแนนเลือกตั้งให้กับผู้สมัคร สอดคล้องกับ Chumroennitipong, 2014) และ Klofstad, Anderson & Nowickl (2015)

3. ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองต่อการเลือกตั้ง

พบว่า ส่วนใหญ่ชื่นชอบวิธีการหาเสียงของผู้สมัคร / หัวหน้าพรรคมาพบตามบ้านอยู่ในระดับมาก และมากที่สุดร้อยละ 47.1 สอดคล้องกับการศึกษาของ Chueynoo (2014) และ Pholkaset (2013)

การสื่อสารทางการเมืองต่อการเลือกตั้ง ทำหน้าทีเป็นเสมือนสะพานในการเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ ของพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งให้ประชาชนได้รับรู้และสนับสนุนให้ประชาชนได้มีโอกาสในการพิจารณาสาระต่างๆ ที่สอดคล้องกับความมุ่งหวังของผู้เลือกตั้งก่อนการตัดสินใจ

กลยุทธ์การสื่อสารของผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ออกไปเยี่ยมชาวบ้านในพื้นที่ต่างๆ งานแต่งงาน งานศพ งานวันเกิด งานวันกีฬา งานจัดเลี้ยงต่างๆ นับได้ว่าเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญของการตลาดทางการเมือง ซึ่งให้เห็นว่าประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกนั้นไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับนโยบายของพรรคการเมืองนั้นๆ แต่ยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ด้วย

แนวทางการพัฒนากระบวนการเลือกตั้งที่สอดคล้องกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนให้เกิดผลสัมฤทธิ์มากยิ่งขึ้น

ผลการวิเคราะห์ในเชิงบูรณาการทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสัมฤทธิ์ผลของการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ ปัจจัยพรรคการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้ง โดยผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องมีความตั้งใจมุ่งมั่นในการทำงาน

โดยการออกพื้นที่พบปะเยี่ยมเยียนประชาชน และให้ความรู้ทางการเมืองเศรษฐกิจและสังคมแก่ประชาชน รวมทั้งคอยช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาาร่วมกับพี่น้องประชาชน อย่างจริงใจและจริงจัง ตลอดจนการเป็นผู้แทนราษฎรในการร้องทุกข์และเรียกร้องสิทธิต่างๆ แทนประชาชน ที่ส่งผลต่อความสัมฤทธิ์ผลของการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นอย่างมากยิ่งกว่าปัจจัยอื่นๆ คือ การนำนโยบายที่ได้หาเสียงไว้ก่อนการเลือกตั้งไปปฏิบัติ ได้แก่ นโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรค นโยบายกองทุนหมู่บ้านละ 1 ล้านบาท เป็นต้น การที่พรรคการเมืองนำเอานโยบายที่หาเสียงไว้ไปปฏิบัติ จนแก้ปัญหาของชาวบ้านได้จริง นำมาซึ่งความเชื่อมั่น พร้อมกับความคาดหวังนั้นคือความคาดหวังที่จะได้รับประโยชน์จากนโยบาย อันเป็นส่วนสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่ชัยชนะในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ข้อเสนอแนะ

1. พรรคการเมืองต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเป็นตัวแทนทางการเมืองของประชาชนอย่างแท้จริง นโยบายเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือก แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงผู้สมัคร แต่ประชาชนก็ยังเลือกพรรคการเมืองนั้นอยู่
2. ปัจจัยทางด้านผู้สมัครรับเลือกตั้ง ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องดำเนินการทางการเมืองในระดับพื้นที่เพื่อสร้างความใกล้ชิดผูกพันกับประชาชน ออกพบปะเยี่ยมเยียนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อของคนอีสาน (culture)

Reference

- Chaiyawan, N. (2011). *Member of the House of Representatives election behavior Chonburi province*. Master of Arts Burapa University.
- Chueynoo, W. (2014). *Political communication and strategies of Mr. Chuwit Kamol Wisit*. Master of Political Science, Chulalongkorn University Printing House.
- Chumphon, P. (2007). *Political system: Introduction* (9th Edition). Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Chumroennitipong, C. (2014). *Factors affecting the election of members of the House of Representatives People in the constituency 1, Chonburi Province*. Master of Arts, Burapa University.
- Creswell, J. W., & Plano. C. V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research*. Los Angeles: Sage.
- DiGrazia, J., & Other. (2013). More Tweets, More Votes: Social Media as a Quantitative Indicator of Political Behavior. *America Journal of Political Behavior*, 8(11), e79449
- Dokthaisong, B. (2009). *Democracy ... Grass roots*. Bangkok: Intellectual Publishing. [In Thai].
- Duverger, M. (1972). *Political Parties*. Great Britain: Cambridge University Press.
- Holland, A. C., & Kensinger, E. A. (2012). Younger, middle-aged, and older adults' memories for the 2008 U.S. Presidential Election. *Journal of Psychology*, 1(3), 163-170.
- Kanphina, A. (2012). *Public opinion on election results of members of the Council Representatives in the Bang Nam Piao district area Chachoengsao Province: A Case Study of Election, July 3, 2011*. Master of Political Science, Burapha University.
- Klofstad, C. A., Anderson, R. C., & Nowicki, S. (2015). Perceptions of Competence, Strength, and Age Influence Voters to select Leaders with Lower-Pitched Voices. *America Journals of Political Science*. 10(8), e0133779
- Kongkirati, P. (2015). *Democracy in the Transition Period: Article on Democracy, Violence and Justice*. Nonthaburi: Samesky. [In Thai].
- Limmanee, A., & Pimpisuth, T. (1977). *Political behavior*. Bangkok: Ramkhamhaeng University Press.
- McAllister, I. (2016). *Candidates and Voting Choice*. Oxford Reseracch Encyclopedias.
- Meechan, S. (2012). Election behavior and attitudes towards the vote buying in elections of the eastern provinces: A case of Mahasarakham province. *Journal of King Prajadhipok's Institute*, 11(3), 110-128. [In Thai].

- Nakata, T. (2012). *Thai politics: A system that does not have a formula for solving problems*. Bangkok: S. Asia Press (1989). [In Thai].
- Nimpanich, C. (2009). *Policy analysis, scope, concepts, theories and example cases* (8th edition). Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Pholkaset, T. (2013). *Voting behavior of members of the House of Representatives in Bangkok: Case study of the electoral district of Don Mueang, 16 June 2013*. Master of Political Science, Ramkhamhaeng University.
- Plano, J. C., & Greenberg. (1985). *The American Political Dictionary* (7th Ed.). Host: Rinehart and Winston .
- Raccuia L (2016) Single-Target Implicit Association Tests (ST-IAT) Predict Voting Behavior of Decided and Undecided Voters in Swiss Referendums. *PLOS ONE*, 11(10), e0163872.
- Rutchattranon, W. & Akhaad, N. (2012). The popularity of Isaan people towards the Phuea Thai Party: A case study of Khon Kaen province. *Journal of Political Science Review*, 1(1), 76-78. [In Thai].
- Sertsri, K. (2010). *Comparison of voting behavior between voters in general election and re-election: Case study Mae Tha district Lamphun Province*. Master of Arts, Chiang Mai University.
- Snyder, R. E. (2011). *The impact of age, education, political Knowledge and political context on voter turnout*. Las Vegas: University of Nevada.
- Supharp, S. (2014). *Factors affecting the decision to vote for election of members of the Representatives Council: Case study of the 1st constituency, Sisaket Province*. Master of Public Administration, Sisaket Rajabhat University.
- Walter, K. (1978). *The Working Class in Welfare Capitalism*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Watsanawin, S. (2011). *The opinion of public about factors affecting the Voting for the House of Representatives, District 1, Chanthaburi Province on July 3, 2011*. Master of Public Administration, Burapa university.
- Winitchakun, T. (2013). *Democracy with a king over politics*. Nonthaburi: Samesky. [In Thai].
- Woraphan, D., & Others. (1992). *Political parties and communication behavior during General election campaign 1992*. Bangkok: Thammasat University.

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพ ของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย

ชลกนก โฆษิตคณิน¹ พงษ์เทพ ศรีโสภกิจ²

ณัชชา กริมใจ³ ชนิดาภา ดีสุขอนันต์⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย 2) เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทยที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 3) เพื่อศึกษาขนาดอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่มีต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย และ 4) เพื่อนำโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทยที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มสมรรถนะทางวิชาชีพเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย จำนวน 400 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM)

ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมส่วนบุคคล สมรรถนะทางวิชาชีพและความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ โดยตัวแปรความยึดมั่นทางวิชาชีพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพสอบบัญชีมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยสมรรถนะทางวิชาชีพ และปัจจัยสภาพแวดล้อมส่วนบุคคลตามลำดับ หลังจากใช้โปรแกรมสำเร็จรูปตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้าง ปรากฏว่าดัชนีทุกตัวผ่านเกณฑ์มาตรฐาน คือ ค่าดัชนี Chi-Square=94.327, df=84, p-value=0.207, GFI=0.938, CFI=0.992, AGFI=0.911, RMR=0.030, RMSEA=0.026 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์ที่ได้ครั้งนี้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และจากการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมส่วนบุคคล ปัจจัยสมรรถนะทางวิชาชีพและปัจจัยความยึดมั่นผูกพันต่อวิชาชีพ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการเข้าสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับกับผู้สอบบัญชีรับอนุญาต รวมถึงผู้มีความเชี่ยวชาญ สามารถสรุปได้ว่าโมเดลที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสู่ความสำเร็จในวิชาชีพสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีในประเทศไทย

คำสำคัญ: รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ; ความสำเร็จในวิชาชีพ; ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
16/10 ถ.เลียบคลองทวีวัฒนา เขต/แขวงทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170, ประเทศไทย
อีเมล: chonkanok_ple@hotmail.com

^{2,3,4} คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Influential Factors in Causal Model for Professional Achievement of Certified Public Accountants in Thailand

Chonkanok Kositkanin¹ Phongthep Srisopachit²

Natcha krimjai³ Chanidapa Deesukanan⁴

Abstract

This research aims to 1) to study on influential factors in causal model for professional achievement of certified public accountants in Thailand; 2) to examine the relationship of causal model for professional achievement of certified public accountants in Thailand with empirical data 3) to study the size of direct, indirect, and total influences towards professional achievement of certified public accountants in Thailand 4) To apply the finding from Influential factors in causal model for professional achievement of certified public accountants in Thailand to be used as a guideline to develop and to enhance of professional competence for the successful completion of the auditor's profession. The data was collected from 400 certified public accountants in Thailand and analyzed by the Structural Equation Model (SEM).

The results found that personal environmental factors, professional competence and professional commitment, the success of the audit profession can be ranged from the highest on Professional commitment variables, professional competence, and personal environment factors respectively. The finding after package program processing found that the consistency of the structural equation model of Chi-square criteria were 94.327, $df = 84$, $p\text{-value} = 0.207$, $GFI = 0.938$, $CFI = 0.992$, $AGFI = 0.911$, $RMR = 0.030$, $RMSEA = 0.026$. The results of this analysis are consistent with the empirical data and path analysis found that personal environment factors, professional capacity factor and professional commitment factor influence to direct positive influence on auditors' professional achievement at statistically significant. The interview with semi-structured questions from the authorized auditors and experts. It can be concluded that the model can be used as a guideline to develop the auditor's professional success in Thailand.

Keywords: causal model; professional achievement; certified public accountant in Thailand.

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Business Administration Faculty of Business Bangkokthonburi University

16/10 Thawi Watthana Road, Thawi Watthana District, Bangkok 10170, Thailand

E-mail: chonkanok_ple@hotmail.com

^{2,3,4} Faculty of Business Bangkokthonburi University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิชาชีพสอบบัญชีถือเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถเฉพาะทาง เนื่องจากวิชาชีพสอบบัญชีเป็นวิชาชีพที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และในฐานะผู้ให้บริการความเชื่อมั่นแก่ข้อมูลในรายงานการเงินซึ่งจะทำให้ข้อมูลเชิงเศรษฐกิจมีความถูกต้องและเชื่อถือได้ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ใช้ข้อมูลทางการเงิน (Watts & Zimmerman, 1983) ซึ่งปัจจุบันวิชาชีพสอบบัญชีเป็นที่ยอมรับในระดับสากลแล้วว่าเป็นวิชาชีพ (Professionalism) ในการพิจารณาความเป็นวิชาชีพสอบบัญชีสามารถสรุปลักษณะเฉพาะของวิชาชีพสอบบัญชีได้ ดังนี้ 1) ความซื่อสัตย์และศักดิ์ศรีของอาชีพ 2) มีมนุษยสัมพันธ์และการเป็นผู้นำ 3) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและการรายงานข้อเท็จจริง ตามหลักวิชาชีพบัญชี 4) มีการศึกษาและฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชีอยู่เสมอ 5) เขียนรายงานการสอบบัญชีมีคุณภาพอย่างมืออาชีพ 6) มีความแม่นยำในเรื่องภาษีอากร สามารถให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง 7) มีความรู้ความเข้าใจในกฎหมายธุรกิจเป็นอย่างดี 8) มีความรู้กว้างขวางชัดเจนในธุรกิจระหว่างประเทศ 9) ทำระบบรายงานและประเมินผล รวมทั้งข้อเสนอแนะตามหลักวิชาการ และตามข้อบังคับ ก.บ.ช. ด้วย 10) รู้จักสรรหาใช้ และนำระบบสารสนเทศเข้ามาใช้ในการบริหารงาน และ 11) มีความรู้ในด้านการบริหารจัดการเป็นอย่างดี ในการเลือกวิชาชีพผู้สอบบัญชีมักมาจากความเชื่อมั่นในการยอมรับคุณค่าในอาชีพที่เลือกทำ และมีความเต็มใจที่จะรักษาความเป็นสมาชิกภาพในอาชีพนั้นและปรารถนาที่จะอยู่ในอาชีพนั้น แม้ว่าจะมีทางเลือกอื่นที่มีความเป็นไปได้ที่จะไปซึ่งคุณลักษณะตามที่กล่าวนั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดความยึดมั่นผูกพัน (Engagement)

ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2546 คณะกรรมการ (International Federation of Accountants: IFAC)

ได้อนุมัติมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี (International Education Standards for Professional Accountants: IES) เพื่อกำหนดเป็นมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพ ซึ่งนำมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาหลักสูตรการศึกษาของวิชาชีพบัญชีของประเทศต่างๆ รวมทั้งประเทศไทยด้วย ซึ่งสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์เป็นหนึ่งในสมาชิกของ IFAC หรือสหพันธ์นักบัญชีสากล จึงทำให้นักบัญชีไทยและการศึกษาวิชาการบัญชีในประเทศไทยได้รับผลกระทบและหลีกเลี่ยงได้ยากจากการที่ IFAC ได้ออกมาตรฐานการศึกษาวิชาการบัญชีและพัฒนาคุณภาพของนักบัญชี (International Education Standards: IES) จำนวน 8 ฉบับ เพื่อยกระดับมาตรฐานการศึกษาวิชาการบัญชีและพัฒนาคุณภาพของนักบัญชีในประเทศที่เป็นสมาชิกให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

การทดสอบแต่ละวิชาโดยในปัจจุบันมีผู้เข้าทดสอบเพื่อสอบเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้เข้าทดสอบความรู้เพื่อการเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตมีแนวโน้มสอบผ่านเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี แต่เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้เข้าทดสอบในปีนั้นแล้วนับเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยโดยในปี พ.ศ. 2559 จากผู้เข้าทดสอบความรู้เพื่อการเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจำนวน 12,798 ราย พบว่ามีผู้สอบผ่านทุกรายวิชาและขึ้นทะเบียนเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเพียง 285 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 2.23 และเมื่อเปรียบเทียบกับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่ขึ้นทะเบียนกับสภาวิชาชีพบัญชีจำนวนกว่า 10,000 ราย (Federation of Accounting Professions, 2011, p. 91) แต่มีผู้สอบบัญชีที่ปฏิบัติงานสอบบัญชีในบั้นน้อยกว่าร้อยละ 50 สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของ บุญเลิศ กมลชนกกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต จากสำนักงานตรวจสอบบัญชีระดับโลก PricewaterhouseCoopers (PWC) ประเทศไทย ที่มีประสบการณ์มากกว่า 25 ปี

ที่ได้ให้ความเห็นว่าปัจจุบันประเทศไทยมีผู้สอบบัญชีอยู่ประมาณหนึ่งหมื่นกว่าคน แต่ในจำนวนนี้ มีไม่ถึงครึ่งที่ทำงานในวิชาชีพผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ดังนั้นประเทศไทยจึงมีผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่ปฏิบัติงานในวิชาชีพสอบบัญชีอยู่ประมาณไม่เกิน 5 พันคนเท่านั้น เมื่อเทียบกับจำนวนบริษัทในประเทศไทยที่มีจำนวนมาก เพราะฉะนั้นผู้สอบบัญชีจึงเป็นวิชาชีพที่มีความต้องการสูง

จากที่มาและความสำคัญข้างต้นนี้ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาความรู้และทักษะทางวิชาชีพสำหรับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย จะเห็นได้จากการเป็นสาขาวิชาที่มีความต้องการที่เข้าศึกษาและเป็นสายอาชีพที่ได้รับการจัดลำดับเป็นอันดับต้นในความต้องการทางธุรกิจอีกด้วยโดยในปี 2017 พบว่า งานในสายอาชีพบัญชีและการเงินเป็นที่ต้องการเป็นอันดับต้นๆ และเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นผูกพันในวิชาชีพดังกล่าวให้ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีสามารถปฏิบัติงานสอบบัญชีด้วยความสุข มีสมรรถนะทางวิชาชีพที่เพิ่มขึ้นในตัวบุคคลภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง สามารถตอบรับและเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มทวีและการแข่งขันในยุคปัจจุบัน ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพผู้สอบบัญชีและก้าวไปสู่การสร้างความเป็นเลิศและได้รับรองคุณภาพในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย
2. เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบ

บัญชีรับอนุญาตในประเทศไทยที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. เพื่อศึกษาขนาดอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่มีต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย

4. เพื่อนำโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทยที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มสมรรถนะทางวิชาชีพเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย

นิยามศัพท์

ความเป็นมืออาชีพของผู้สอบบัญชี หมายถึง มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน ความรู้ ความสามารถที่มีคุณภาพ มีความเป็นอิสระในการดำเนินงาน ไม่เกิดความผิดพลาดในการปฏิบัติงานที่เป็นสาระสำคัญ ยึดถือในจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพอย่างเคร่งครัด

สภาพแวดล้อมส่วนบุคคล หมายถึง สาเหตุภายนอกตัวบุคคลที่ส่งผลต่อการเกิดความเชื่อมั่นผูกพันในวิชาชีพ สมรรถนะทางวิชาชีพ และความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย ประกอบด้วย ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับวิชาชีพ และความยุติธรรมในองค์การ

สมรรถนะทางวิชาชีพของผู้สอบบัญชี หมายถึง ความรู้และความสามารถ ทักษะและคุณค่าและทัศนคติทางวิชาชีพ

ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ หมายถึง ความมั่นคงทางสัมพันธภาพของบุคคลกับวิชาชีพ สภาวะของจิตใจทางบวกที่แสดงออกถึงความตั้งใจ เต็มใจที่จะใช้พลังทางด้านร่างกาย อารมณ์ ความคิด เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในวิชาชีพสอบบัญชีให้บรรลุผลตามเป้าหมายของวิชาชีพ และมีพฤติกรรมการตั้งใจและเต็มใจที่จะทำงานเพื่อวิชาชีพ

ความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชี หมายถึง ผลลัพธ์ที่ทำให้แน่ใจว่ามีหลักฐานทางการสอบบัญชีที่เพียงพอ จะทำให้ได้ผลงานที่ได้รับการยอมรับว่าได้มาตรฐานตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป รวมถึงได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการสอบบัญชีตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาตัวแปรสาเหตุและผลลัพธ์ของความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย โดยเป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) ซึ่งเป็นการผสมระดับกลยุทธ์แบบนำ – แบบรอง (Dominant-less Dominant Design) คือใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นหลัก แล้วนำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาเสริมเพื่อช่วยอธิบายผลการวิจัยเชิงปริมาณ (Cresswell, 2003) เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความครบถ้วนสมบูรณ์และมีความลึกซึ้งมากยิ่งขึ้นซึ่งมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยเหตุที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมส่วนบุคคล ประกอบด้วย 1) ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับวิชาชีพ และ 2) ความยุติธรรมในองค์การ ปัจจัยด้านสมรรถนะทางวิชาชีพ ประกอบด้วย 1) ความรู้และความสามารถทางเทคนิค 2) ความถนัดและทักษะทางวิชาชีพและ 3) คุณค่าจริยธรรม และทัศนคติต่อวิชาชีพ ปัจจัยด้านความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ ประกอบด้วย 1) พลังการทำงาน 2) การอุทิศตน และ 3) ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ปัจจัยด้านความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชี ประกอบด้วย 1) การบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย 2) การจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร 3) กระบวนการปฏิบัติการสอบบัญชี 4) ความพึงพอใจของ

ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง 5) ผลการดำเนินงานด้านการสอบบัญชี 6) การวินิจฉัยในการสอบบัญชี และ 7) คุณภาพงานสอบบัญชี

2. ขอบเขตด้านประชากร

2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย จำนวน 1,384 คน ที่มีรายชื่อเปิดเผยในเว็บไซต์ของสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ (Federation of Accounting Professions (2011) ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการใช้เครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน ตามข้อเสนอของ Schumacker & Lomax (1996) เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล เพื่อเป็นการสำรองหรือลดความคลาดเคลื่อนจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง กรณีที่มีการส่งแบบสอบถามคืนค่อนข้างต่ำและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน น่าเชื่อถือมากขึ้นจากกรณีความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์ ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวน 1,154 ตัวอย่าง ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับคืน รวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ราย

2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการเข้าทำการสัมภาษณ์ กับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่มีประสบการณ์ทางด้านสอบบัญชีมากกว่า 15 ปี รวมถึงผู้มีความเชี่ยวชาญด้านวิชาชีพบัญชี โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ทั้งนี้เพื่อมุ่งหวังให้ได้มาซึ่งความเข้าใจในค่าคะแนนต่างๆ ที่ได้พร้อมกับผลการทดสอบจากแบบสอบถามที่ลึกซึ้ง และให้มุมมองที่เป็นประโยชน์ต่อความสำเร็จในวิชาชีพสอบบัญชีอย่างแท้จริง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลแก่หน่วยงานที่เป็นผู้กำกับดูแลวิชาชีพนำไปใช้เพื่อการพัฒนาวิชาชีพสอบบัญชีให้เกิดประสิทธิผล และเป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตรในคณะบัญชีให้มีความทันสมัย
2. สามารถเพิ่มสมรรถนะทางวิชาชีพเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย
3. สามารถใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางวางแผนในการพัฒนา สนับสนุน ส่งเสริม ธุรกิจให้บริการด้านการสอบบัญชี หรือธุรกิจสำนักงานบัญชีได้ถูกทิศทาง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ในโอกาสต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สภาพแวดล้อมส่วนบุคคล

ในความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับวิชาชีพนั้น มีนักวิชาการให้นิยามความหมายคือ ความเหมาะสม ความเข้ากันได้ของแต่ละบุคคลกับวิชาชีพ (Kennedy, 2005) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวิชาชีพ (Rogelberg, 2007) หรือเป็นความสอดคล้องระหว่างความสนใจ ความสามารถ ค่านิยม และบุคลิกภาพส่วนบุคคลกับวิชาชีพ (Phillips & Gully, 2012) ส่วน ความยุติธรรม เป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจ ศึกษามาเป็นระยะเวลายาวนาน Colquitt et al. (2001) ได้กล่าวไว้ว่า ความยุติธรรมมีความหมายอย่างไม่เป็นทางการว่า สิ่งที่ควร หรือความถูกต้องแต่หากพิจารณาภายใต้ขอบเขตทางจริยธรรม การกระทำใดๆ ที่สามารถระบุว่ามี ความยุติธรรมต้องอาศัยการเปรียบเทียบการกระทำนั้นๆ กับหลักเกณฑ์ทั่วๆ ไปที่อยู่ในระบบปรัชญาสอดคล้องกับ Naami (2011) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงานกับความยึดมั่นผูกพันในงานผลการศึกษาพบความสัมพันธ์ทางบวกของความสอดคล้อง

ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม ในด้าน Saks (2006) ได้ศึกษาตัวแปรปัจจัยเชิงเหตุและผลที่ตามมาของความยึดมั่นผูกพันของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่า ความยุติธรรมในองค์กรเชิงกระบวนการทำนายความยึดมั่นผูกพันในองค์กร และความยึดมั่นผูกพันในงาน จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพบว่าในสาเหตุภายนอกตัวบุคคลที่ส่งผลต่อการเกิดความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ สมรรถนะทางวิชาชีพ และความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับวิชาชีพ และ 2) ความยุติธรรมในองค์กร

สมรรถนะทางวิชาชีพ

สมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชี หมายถึงขีดความสามารถที่แสดงถึงการทำหน้าที่หรืองานที่เกี่ยวข้องให้ได้ระดับตามที่มาตรฐานกำหนดไว้ ประกอบด้วย ความรู้อย่างพอเพียงเกี่ยวกับการตรวจสอบข้อมูลทางการเงินในอดีต การบัญชีและรายงานทางการเงิน และระบบสารสนเทศสำหรับการบัญชี และรายงานทางการเงิน ความสามารถในการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพที่ในสภาพแวดล้อมการสอบบัญชีเกี่ยวกับการใช้แนวทางปฏิบัติและมาตรฐานการตรวจสอบที่เกี่ยวข้อง การประเมินการใช้มาตรฐานการนำเสนอรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง การแสดงถึงขีดความสามารถในการสอบถาม การคิดในเชิงทฤษฎี และการวิเคราะห์อย่างระมัดระวังการแสดงความสงสัยทางวิชาชีพ และการตัดสินใจทางวิชาชีพ การอดทนและการแก้ปัญหาเกี่ยวกับความขัดแย้งและค่านิยม จรรยาบรรณ และทัศนคติของในวิชาชีพระดับสูง ซึ่งหมายถึงความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการทางวิชาชีพที่จะนำไปสู่จรรยาบรรณ การนำไปใช้ในทางปฏิบัติของหลักการพื้นฐาน ผลของความประพฤติที่ไม่มีจรรยาบรรณและคำตอบในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ด้านจรรยาบรรณที่ลำบาก โดยสหพันธ์นักบัญชีนานาชาติได้กำหนดหลัก

การพื้นฐานดังกล่าวไว้ซึ่งประกอบด้วย ความซื่อสัตย์ ความเป็นรูปธรรมสมรรถนะทางวิชาชีพ และให้ความใส่ใจ การรักษาความลับ ความประพฤติทางวิชาชีพ และมีความเป็นอิสระกับลูกค้า ในการศึกษาที่ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดในการกำหนดสมรรถนะทางวิชาชีพ (Professional Competency) ของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตามมาตรฐาน IES 3 ฉบับ ตามกรอบแนวคิดของนักวิชาชีพบัญชีจากมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพบัญชีระหว่างประเทศ (International Education Standards for Professional Accountants: IES) ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการกำหนดสมรรถนะทางวิชาชีพ เป็นกรอบในการศึกษา ประกอบด้วย 1) ด้านความรู้และความสามารถทางเทคนิค 2) ด้านความถนัดและทักษะ และ 3) ด้านคุณค่า จริยธรรม และทัศนคติต่อวิชาชีพ

ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ

เนื่องจากแนวคิดความผูกพันในวิชาชีพ เกิดจากการต่อยอดองค์ความรู้ของแนวคิดความผูกพัน ซึ่งยังไม่มีการศึกษาการท่านใดได้ระบุองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพไว้ แต่เนื่องจากความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพเป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจากแนวคิดความยึดมั่นผูกพัน ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนองค์ประกอบภายใต้แนวคิดนี้ เพื่อนำมาสร้างเป็นองค์ประกอบของความยึดมั่นในวิชาชีพ Schaufeli et al. (2002) ได้ระบุองค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในงานมี 3 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ด้านพลังการทำงาน 2) ด้านการอุทิศตน และ 3) ด้านความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับงาน โดยผู้วิจัยเลือกใช้องค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในงานตามแนวคิดของ Schaufeli et al. (2002) เนื่องมาจากองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในงานตามแนวคิดนี้ โดยส่วนใหญ่แล้วมีการนำมาใช้ศึกษากับบริบทในด้านของวิชาชีพกันอย่างแพร่หลาย ตลอดจนสามารถกล่าวถึงการสร้างความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพสอบบัญชีได้อย่างครอบคลุม

ความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชี

ความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชี หมายถึง ผลลัพธ์ที่ทำให้แน่ใจว่ามีหลักฐานทางการสอบบัญชีที่เพียงพอ สำหรับการแสดงความคิดเห็นในรายงานการสอบบัญชีและมีการควบคุมคุณภาพที่แน่ใจได้ว่าการปฏิบัติงานสอบบัญชานั้น จะทำให้ได้ผลงานที่ได้รับการยอมรับว่าได้มาตรฐานตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป รวมถึงได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการสอบบัญชี จึงนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ (Uachanachit et al., 2012) ประสิทธิภาพของงานสอบบัญชีที่ผู้สอบบัญชีได้มีการลงมือกระทำใดๆ ที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจโดยตั้งใจและทำให้เสร็จตามจุดมุ่งหมาย และเมื่อทำเสร็จแล้วได้รับความพึงพอใจหรือมีความสุขในงานที่ทำนั้น และเป็นที่ยอมรับของผู้ที่เกี่ยวข้อง ถือว่าประสบความสำเร็จในการสอบบัญชี (Henchokchaichana, 2005; Srijunpetch, 2002) จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพบว่าในความสำเร็จในการทำงานของผู้สอบบัญชี (Auditors Work Success) ซึ่งผู้วิจัยจึงกำหนดตัวแปรผลในการศึกษานี้ได้แก่ 1) การบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย 2) การจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร 3) กระบวนการปฏิบัติการสอบบัญชี 4) ความพึงพอใจของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง 5) การวินิจฉัยในการสอบบัญชี 6) คุณภาพการรายงานการสอบบัญชี และ 7) ด้านผลการดำเนินงานด้านการสอบบัญชี

งานวิจัยนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชี ปัจจัยสำหรับการวิจัยนี้ เป็นตัวแปรอิสระ มี 1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ สภาพแวดล้อมส่วนบุคคล และตัวแปรคั่นกลาง 2 ตัวแปร คือ สมรรถนะทางวิชาชีพ ตัวแปรคั่นกลางตัวที่สอง คือ ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ มีอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรผลคือ ความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย จากการทบทวนวรรณกรรม ได้ตั้งสมมุติฐานการวิจัย ทั้งหมด 5 สมมุติฐานด้วยกัน สรุปได้ดังตาราง 1 ดังนี้

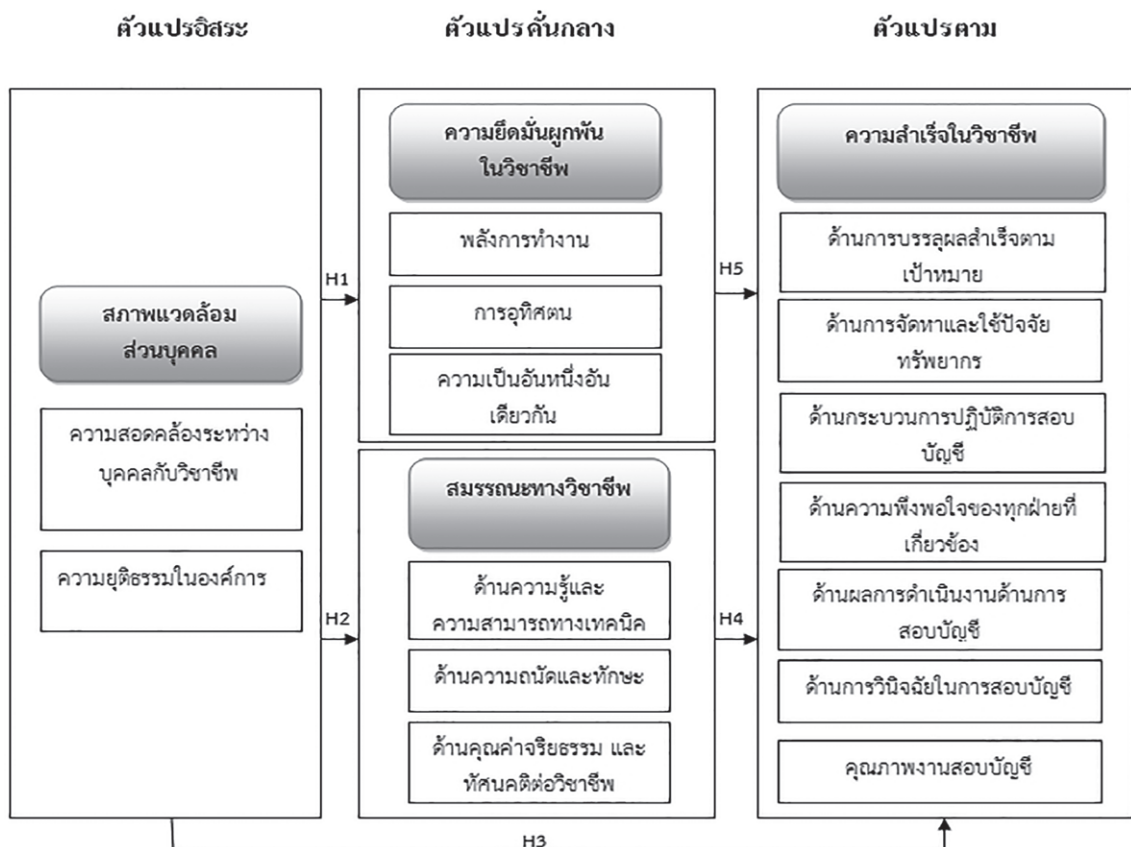
ตาราง 1

สมมุติฐานการวิจัยและคำอธิบายความสัมพันธ์

สมมุติฐานการวิจัย	คำอธิบายความสัมพันธ์ของสมมุติฐานการวิจัย
H1	สภาพแวดล้อมส่วนบุคคลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะทางวิชาชีพ
H2	สภาพแวดล้อมส่วนบุคคลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ
H3	สภาพแวดล้อมส่วนบุคคลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในวิชาชีพ
H4	สมรรถนะทางวิชาชีพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในวิชาชีพ
H5	ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในวิชาชีพ

ผู้วิจัยจึงนำมาสร้างเป็นรูปแบบสมการโครงสร้างที่ตามเส้นทางอิทธิพลของปัจจัยสภาพแวดล้อมส่วนบุคคล ปัจจัยสมรรถนะทางวิชาชีพ ปัจจัยความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ และปัจจัยความสำเร็จในวิชาชีพของ

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศ ที่จะใช้เป็นกรอบแนวคิดเพื่อการวิจัย (conceptual framework) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดังที่ได้แสดงไว้ในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย จำนวน 1,384 คน ที่มีรายชื่อเปิดเผยในเว็บไซต์ของสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ (Federation of Accounting Professions (2011) ทั้งนี้ในการวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อความเพียงพอของจำนวนที่เพียงพอและมากกว่าขนาดกลุ่มข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ขั้นต้นที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดตามกฎแห่งความชัดเจน ตามข้อเสนอของ Schumacker & Lomax (1996) ที่นักสถิติวิเคราะห์ตัวแปรพหุนิยมใช้คือ ใช้ขนาดกลุ่มของตัวอย่างหรือประชากร 10 - 20 คนต่อตัวแปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลองจำนวน 15 ตัวแปร ความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย $20 \times 15 = 300$ ตัวอย่าง ซึ่งผลจากการคำนวณดังกล่าวเป็นจำนวนขั้นต้นที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) อย่างไรก็ตามการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางไปรษณีย์ มีข้อจำกัดในเรื่องอัตราการตอบกลับจำนวนน้อยอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์โดยทั่วไปถ้าไม่ทวงแบบสอบถาม ประมาณร้อยละ 26 จึงถือว่ายอมรับได้ (Styles & Ambler, 2007) ผู้วิจัยจึงเลือกส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) จำนวนอย่างน้อย 1,154 ราย เพื่อให้ได้อัตราการตอบรับกลับมา จำนวน 300 ตัวอย่างเป็นอย่างน้อยเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ

วิจัยครั้งนี้ คือ จำนวน 1,154 ตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต้นที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เมื่อได้ผลวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการเข้าทำการสัมภาษณ์โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) คือ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่มีประสบการณ์ทางด้านสอบบัญชีมากกว่า 15 ปี จำนวน 3 ท่าน รวมถึงผู้มีความเชี่ยวชาญด้านวิชาชีพบัญชีจำนวน 2 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรื่อง รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย สามารถจำแนกได้ 2 กลุ่มตามวิธีการวิจัย ได้แก่ 1) วิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และ 2) วิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) รายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามซึ่งได้สร้างตามความมุ่งหมายของการวิจัย กรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้น และนิยมปฏิบัติการเพื่อให้ได้ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการ โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อคำถาม 5 ข้อ ตอนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย 1. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมส่วนบุคคล 2. ปัจจัยด้านสมรรถนะทางวิชาชีพ 3. ปัจจัยด้านความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ 4. ปัจจัยด้านความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชี

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participate Observation) กับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่มีประสบการณ์ทางด้านสอบบัญชีมากกว่า 15 ปี รวมถึงผู้มีความเชี่ยวชาญด้านวิชาชีพบัญชี โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ทั้งนี้เพื่อมุ่งหวังให้ได้มาซึ่งความเข้าใจในค่าคะแนนต่างๆ ที่ได้พร้อมกับผลการทดสอบจากแบบสอบถามที่ลึกซึ้ง และให้มุมมองที่เป็นประโยชน์ต่อความสำเร็จในวิชาชีพสอบบัญชีอย่างแท้จริงซึ่งแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์สถิติพรรณนาขั้นพื้นฐาน (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ในการวัดคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ในส่วนสถิติพรรณนา

ตรวจสอบแบบจำลองสมมติฐานความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ (Structural Model) เพื่อทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป วิเคราะห์ความกลมกลืนของแบบจำลอง (Goodness of Fit) ซึ่งประกอบด้วยค่า $P\text{-Value} > 0.05$, $GFI \geq 0.90$, $AGFI \geq 0.90$, $CFI \geq 0.90$, $RMR < 0.05$ และ $RMSEA < 0.05$ (Hair et al., 2010; Diamantopoulos & Sigua, 2000)

ในส่วนสถิติสรุปอ้างอิง เพื่อตอบสมมติฐาน ด้วย การวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) โดยอาศัยรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น โดยใช้หลักการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ หากค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) ค่าอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และ

ค่าอิทธิพลรวม (Total Effect) มีการค้นหาปัจจัยของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ในตัวแปรแต่ละตัว

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

2.1 การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) เพื่อให้ข้อมูลเป็นระเบียบและสะดวกในการนำมาใช้งานโดยการถอดเทปการสัมภาษณ์เชิงลึกตามแนวคำถามในแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

2.2 การแสดงข้อมูล (Data Display) โดยเขียนในรูปแบบเชิงพรรณนาความที่มาจากการเชื่อมโยงข้อมูลที่ถูกรวบรวมตามกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อบรรยายถึงเรื่องราวอย่างมีความหมายและตรงประเด็นกับสิ่งที่ผู้วิจัยได้ศึกษา ด้วยการนำข้อมูลที่ได้ออกถอดเทปสนทนาคำต่อคำ (Verbatim) และนำข้อมูลมาจัดกลุ่ม โดยใช้หัวข้อย่อยในแบบสัมภาษณ์มาเป็นแนวทางสำหรับการจัดกลุ่มและเปรียบเทียบข้อมูลในเรื่องเดียวกันที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลที่ต่างกันเพื่อแสดงสาระสำคัญ

2.3 การสรุป การตีความและตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการวิจัย (Conclusion, Interpretation and Verification) โดยวิธีการวิเคราะห์ตีความเปรียบเทียบข้อมูล สังเคราะห์ข้อมูลและนำมาสร้างข้อสรุปเพื่ออธิบายให้เห็นถึงผลลัพธ์

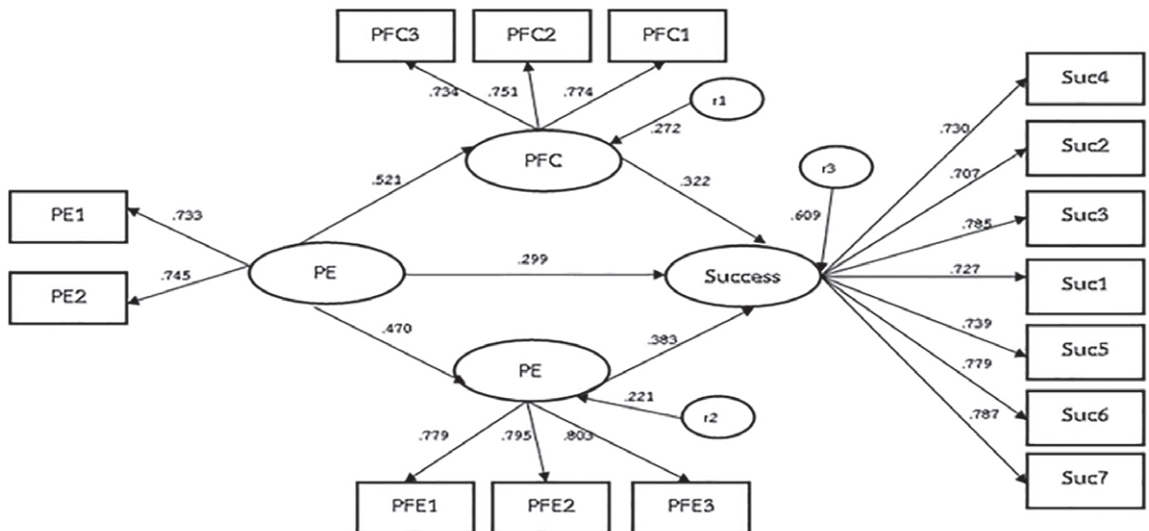
ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทยสามารถอธิบายได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. สมรรถนะทางวิชาชีพและความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ โดยตัวแปรความยึดมั่นทางวิชาชีพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพสอบบัญชีมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยสมรรถนะทางวิชาชีพ และปัจจัยสภาพแวดล้อมส่วนบุคคลตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์โมเดลพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์ทั้งหมดคือค่าดัชนี p -value=0.207, GFI=0.938, CFI=0.992, AGFI=0.911, RMR=0.030, RMSEA=0.026 ดังนั้น จึง

สรุปได้ว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทยสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังภาพ 2



ภาพ 2 ผลการทดสอบการวิเคราะห์เส้นทาง

3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมส่วนบุคคล ปัจจัยสมรรถนะทางวิชาชีพและปัจจัยความยึดมั่นผูกพันต่อวิชาชีพ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชี ในขณะที่ปัจจัยสภาพแวดล้อม

ส่วนบุคคล ยังมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะทางวิชาชีพ และความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงรายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous)	ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous)								
	PFC			PFE			Success		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
PE	.521**	-	.521	.470**	-	.470	.299**	.348	.647
PFC	-	-	-	-	-	-	.322**	-	.322
PFE	-	-	-	-	-	-	.383**	-	.383

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

DE = เส้นอิทธิพลทางตรง, IE = เส้นอิทธิพลทางอ้อม, TE = เส้นอิทธิพลรวม

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

4. จากการเข้าทำการสัมภาษณ์ กับผู้สอบบัญชีรับอนุญาต รวมถึงผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยได้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีกึ่งโครงสร้างสามารถสรุปได้ว่าโมเดลที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสู่ความสำเร็จในวิชาชีพสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีในประเทศไทย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ทั้งนี้จากผลการสัมภาษณ์พบว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย นั้นประกอบด้วยปัจจัยสภาพแวดล้อมส่วนบุคคล ปัจจัยสมรรถนะทางวิชาชีพและปัจจัยความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพและได้พัฒนาโมเดลรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทยเพื่อนำไปใช้สร้างความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้ในการอภิปรายผลในการวิจัยได้โดยแยกอธิบายปัจจัยด้านต่างๆได้ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสมรรถนะทางวิชาชีพ ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพและความสำเร็จในวิชาชีพ สามารถสรุปได้ว่าเมื่อผู้สอบบัญชีรับอนุญาตให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านสภาพแวดล้อมส่วนบุคคล อันประกอบด้วย ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับวิชาชีพ และความยุติธรรมในองค์กร ในระดับสูง จะทำให้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตมีสมรรถนะทางวิชาชีพ ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพ และความสำเร็จในวิชาชีพในระดับที่สูงขึ้น ทั้งนี้ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของโวลเกิล และ

เฟรดแมน (Vogel & Feldman, 2009) ที่บูรณาการความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม: ในความสอดคล้องของอาชีพและกลุ่มเพื่อนร่วมงาน ผลการศึกษาพบว่า ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับอาชีพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร และความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน ในขณะที่ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร และความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานเป็นตัวแปรต้นกลางโดยสมบูรณ์ระหว่างความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับอาชีพ และตัวแปรผล ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานในบทบาท และความตั้งใจในการออกจากงาน จากข้อค้นพบนี้จึงเป็นหลักฐานที่ช่วยสนับสนุนว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับวิชาชีพเป็นตัวแปรเชิงสาเหตุด้านสภาพแวดล้อมส่วนบุคคลที่ส่งผลการปฏิบัติงานในขณะที่ (Naami, 2011) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงานกับความยึดมั่นผูกพันในงาน ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์ทางบวกของความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงาน ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับองค์กร ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับหัวหน้า ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับกลุ่ม และความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับวิชาชีพกับความยึดมั่นผูกพันในงาน และภายใต้ความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม ยังพบว่าความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับวิชาชีพ และความสอดคล้องระหว่างบุคคลกับงานสามารถพยากรณ์ความยึดมั่นผูกพันในงานได้

2. สมรรถนะทางวิชาชีพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในวิชาชีพ แสดงว่าเมื่อผู้สอบบัญชีรับอนุญาตมีพัฒนาสมรรถนะทางวิชาชีพในด้านความรู้และความสามารถทางเทคนิค ด้านความถนัดและทักษะทางวิชาชีพ ด้านคุณค่าจริยธรรม และทัศนคติต่อวิชาชีพในระดับที่สูงขึ้นย่อมส่งผลให้ความสำเร็จ

ในวิชาชีพเพิ่มสูงขึ้นด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Krootboonyong (2014) ระบุว่า คุณสมบัติหรือผู้สอบบัญชีมืออาชีพ ควรประกอบด้วย การมีความรู้ทางวิชาชีพ จรรยาบรรณทางวิชาชีพและการพัฒนาทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในงานวิจัยของ Gaivong (2010) พบว่า ความสัมพันธ์ทักษะความเป็นมืออาชีพนั้นต้องประกอบไปด้วย ความรู้ทางวิชาชีพ ประสบการณ์ทางวิชาชีพและการพัฒนาทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง ในงานวิจัยของ Kaiyaphan et al., (2014) พบว่า การมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานทางด้านสอบบัญชีมาแล้ว 5-10 ปี จะสามารถทำให้เกิดทักษะความเป็นมืออาชีพของผู้สอบบัญชีมากขึ้นเพราะระยะเวลาดังกล่าวจะช่วยพัฒนาความรู้ในการตรวจสอบบัญชีได้จากประสบการณ์จริงและมีอิทธิพลมากในการตัดสินใจตรวจสอบ (Bonner, 1997) และงานวิจัย Gaivong (2010) ยังพบว่าจะต้องมีประสบการณ์ด้านความรู้ในการตรวจสอบ ความหลากหลายของธุรกิจที่ตรวจสอบ จำนวนธุรกิจที่ทำการตรวจสอบ และระยะเวลาที่ทำงานด้านตรวจสอบบัญชีที่จะแสดงให้เห็นว่าเป็นผู้สอบบัญชีที่มีความรู้ความสามารถและมีทักษะทางวิชาชีพ ซึ่งในการสะสมประสบการณ์มีผลต่อคุณภาพงานสอบบัญชีและทักษะความเป็นมืออาชีพของผู้สอบบัญชี

3. ความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในวิชาชีพ แสดงว่าเมื่อผู้สอบบัญชีรับอนุญาตมีความยึดมั่นผูกพันในวิชาชีพในด้านพลังการทำงาน การอุทิศตน และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่สูงขึ้นในวิชาชีพ ย่อมส่งผลให้ความสำเร็จในวิชาชีพ เพิ่มสูงขึ้นสอดคล้องกับ (Bakker & Demerouti, 2008) ศึกษาแบบจำลองความยึดมั่นผูกพันในงาน ผลการศึกษาพบว่า ความยึดมั่นผูกพันในงานมีผลกระทบทางด้านบวกกับผลการปฏิบัติงาน และการศึกษาของริช เลอปิน และครอว์ฟอร์ด (Rich, Lepine & Crawford, 2010) ที่ศึกษาความยึดมั่นผูกพันใน

งาน: ปัจจัยเชิงเหตุ และอิทธิพลที่เกิดขึ้นกับผลการปฏิบัติงาน ศึกษาในพนักงานดับเพลิงและผู้บริหาร ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสอดคล้องในค่านิยมมีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันในงาน และความยึดมั่นผูกพันในงานคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องในค่านิยม การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร การประเมินตนเองของตนเอง และผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ด้านสภาพแวดล้อมส่วนบุคคล ผู้บริหารสำนักงานสอบบัญชี หัวหน้าสำนักงานสอบบัญชีการและผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชีควรพัฒนาทักษะทางด้านจิตวิทยาและพฤติกรรม รวมถึงความสามารถในการใช้ดุลยพินิจและความสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพจะเป็นกุญแจนำไปสู่ความสำเร็จในการตรวจสอบ ซึ่งผู้สอบบัญชีจะได้รับจากประสบการณ์โดยตรง และการฝึกอบรมที่เหมาะสม

2. ด้านสมรรถนะทางวิชาชีพผู้สอบบัญชีในอนาคต ควรได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการตรวจสอบบัญชีอย่างเหมาะสม เพื่อช่วยสร้างองค์ความรู้และเพิ่มศักยภาพให้แก่สมาชิกในทีม

3. ทักษะด้านเทคโนโลยีและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้สอบบัญชีควรมีทักษะในการนำเสนองาน เพราะผู้สอบบัญชีมีหน้าที่นำเสนอผลการตรวจสอบให้กับผู้บริหารและคณะกรรมการตรวจสอบทราบการปรับตัวให้เร็ว ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของธุรกิจ ความรู้ มาตรฐานบัญชีและมาตรฐานการสอบบัญชี เพราะสภาพแวดล้อมรอบตัวเรามันปรับเปลี่ยนไปเร็วมาก

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการนำแบบจำลองและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ไปทำการวิจัยซ้ำในการ

วัดความสำเร็จในวิชาชีพอื่นๆ เพื่อทำการตรวจสอบ
โมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัจจัย
เหตุด้านอื่นๆที่เป็นปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อความสำเร็จ
ในวิชาชีพเพิ่มเติมในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อ

สอดคล้องกับนโยบายสนับสนุนของหน่วยงานอื่นๆ
ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย เช่น การศึกษาถึงการสร้างนวัตกรรม
ของการบริการสอบบัญชี ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง
ของสำนักงานสอบบัญชี เป็นต้น

Reference

- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2008). Towards a Model of Work Engagement. *Career Development International*, 13(3),209-223.
- Bonner, S. E. (1997). Accounting, Audit category knowledge as a precondition to learning from experience. *Organizations and Society*, 22(5), 387-410
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O. L. H., & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 425-445.
- Creswell, J. W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Gaivong, S. (2010). Factors Affecting the Professional Skills of Certified Public Accountants and Tax Auditors. *Bangkok: Pacific Institute of Management Science*, 4(1), 51-68 [In Thai]
- Federation of Accounting Professions. (2011). *Accounting standards, Issue 18, Income*. Retrieved from <http://www.fap.or.th>. [In Thai]
- Hair, J. F., Tatham, R. L., Anderson, R. E., & Black, W. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Prentice-Hall: London
- Henchokchaichana, N. (2005). *Auditing*. Bangkok : T.P.N. Place. [In Thai]
- Kaiyaphan, P., & Hemmant, N. (2014). Thai Accountant for ASEAN Economic Community. *WMS Journal of Management Walailak University*, 3(3), 14-21. [In Thai]
- Kennedy, M. (2005). *An Integrative Investigation of Person-vocation fit, Person Organization fit, and Person-job fit Perceptions*. Dissertation, Ph. D. (Philosophy). Denton: Graduate School The University of North Texas at Denton. Photocopied.
- Krootboonyong, C. (2014). Desirable Characteristics of Accountant for Japanese Manufacturing Companies in Thailand. *Panyapiwat Journal*, 6(1), 77-85. [In Thai]
- Naami, A. (2011). Relationship between Person-Environment Fit and Job Engagement in Nurses of Ahvaz Hospitals. *International Journal of Psychology*, 5(1), 119-134.

- Phillips, J. M., & Gully, S. M. (2012). *Organizational Behavior: Tools for Success*. New York: South-Western, Cengage Learning.
- Rich, B. L., Lepine, J. A., & Crawford, E. R. (2010). Job Engagement: Antecedents and Effects on Job Performance. *Academy of Management Journal*, 53(3), 617-635.
- Rogelberg, S. G. (2007). *Encyclopedia of Industrial and Organizational Psychology*. Thousand Oaks: Sage.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and Consequences of Employee Engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., Gonzalez-Roma, V., & Bakker, A. B. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A Two-sample Confirmatory Factor Analytic Approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71-92.
- Schumacker, E. R., & Lomax, G. R. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Srijunpetch, S. (2002). Definition and Scope of Accounting. *Journal of Accounting Profession*, 12(34), 12-19. [In Thai]
- Uachanachit, D., Ussahawanitchakit, P., & Pratoom, K. (2012). Audit Competency and Audit Survival of CPAs in Thailand: An Empirical Investigation of The Antecedents and Consequences. *Review of Business Research*, 12(3), 105-132. [In Thai]
- Vogel, R. M., & Feldman, D. C. (2009, August). Integrating the levels of Person Environment. Fit: The Roles of Vocational Fit and Group Fit. *Journal of Vocational Behavior*, 75(1), 68-81.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1983). Agency Problems, Auditing, and the Theory of the Firm: Some Evidence. *Journal of Law and Economics*, 26(3), 613-633.

ความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย

ประวิทย์ สระแก้ว¹ พงษ์เทพ ศรีโสภาคี²

ณัฏชา กริมใจ³ ชนิตาภา ตีสุขอนันต์⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและเล็กในประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษา อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็ก จำนวน 390 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การมุ่งเน้นการตลาด นวัตกรรมบริการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า หลังจากใช้โปรแกรมสำเร็จรูปตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้าง ปรากฏว่าดัชนีทุกตัวผ่านเกณฑ์มาตรฐาน โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับคือ ค่าดัชนี Chi-square/df = 1.048 GFI=0.976 AGFI=0.963 CFI=0.998 RMSEA=0.011 และRMR=0.021 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์ที่ได้ครั้งนี้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และจากผลการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด มีอิทธิพลทางตรงต่อ นวัตกรรมบริการและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยทั้งสองยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่วนปัจจัยนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงสาเหตุ; การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน; ธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พัก

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

16/10 ถ.เลียบคลองทวีวัฒนา เขต/แขวงทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170, ประเทศไทย

อีเมล: Pawin-foam@hotmail.com

^{2,3,4} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Relationship of Causal Factors Toward Competitive Advantage of Small and Medium-Size Hotel Business in Thailand

Prawit Srakaew¹ Phongthep Srisopachit²

Natcha krimjai³ Chanidapa Deesukanan⁴

Abstract

This research aims: 1) to examine the consistency of model with the empirical data that influence to competitive advantage of small and medium-size hotel business in Thailand 2) to study the influence factors of direct, indirect and total toward the competitive advantage of small and medium size hotel business in Thailand. Data was collected from 390 medium- and small-size hotel entrepreneurs. The statistical used to analyze the data was Structural Equation Model (SEM).

The result found that the hotel business group indicated their opinions at high level on transformational leadership, marketing concept, service innovation, and competitive advantage.

After software package processing found that the consistency of the structural equation model were related. All criteria indicated above the benchmark. (Chi-square/df=1.048, GFI=0.976, AGFI=0.963, CFI=0.998, RMSEA=0.011, RMR=0.021) Therefore, it can be concluded that the results of this analysis are consistent with the empirical data. The results of path analysis found that the factors of transformational leadership, marketing concept performed with the direct influential factors to the service innovation, and competitive advantage. And also found that both factors performed with the indirect influential factors to competitive advantage whereas service innovation performed direct influential factors to the competitive advantage at statistical significantly.

Keywords: causal factors; competitive advantage; Hotel Business Group

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Business Administration Faculty of Business, Bangkokthonburi University
16/10 Thawi Watthana Road, Thawi Watthana District, Bangkok 10170, Thailand
E-mail: Pawin-foam@hotmail.com

^{2,3,4} Faculty of Business Bangkokthonburi University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมบริการมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญอีกธุรกิจหนึ่ง เนื่องจากทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด ซึ่งธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถจำแนกออกเป็นธุรกิจต่างๆ มากมาย เช่น ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร ธุรกิจการค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจบริการท่องเที่ยว ธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และธุรกิจท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เป็นต้น ทั้งนี้ประเทศไทยถือเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมแห่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนหนึ่ง เป็นผลจากความได้เปรียบในการแข่งขันด้านราคาห้องพักและความคุ้มค่าเงิน (Value for money) แทบจะเรียกได้ว่าแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมเป็นอะไรที่เติบโตแบบก้าวกระโดดเป็นอย่างมาก อุตสาหกรรมโรงแรมจึงมีการปรับตัวอย่างเห็นได้ชัด เนื่องด้วยตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในไทยที่เพิ่มสูงขึ้นในทุกๆ ปี (Tourism Industry Council of Thailand, 2017)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่กำลังมีแนวโน้มเติบโต เทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้า และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเดินทางที่เปลี่ยนไปจนทำให้เกิดเทรนด์การท่องเที่ยวใหม่ๆ มากมายทำให้โรงแรมและที่พักขนาดเล็กกลายเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ เพราะด้วยขนาดเล็กกว่าโรงแรมในเครือใหญ่ๆ ใช้พนักงานไม่มากและเงินลงทุนน้อยเจ้าของกิจการยังสามารถควบคุมดูแลและออกแบบสิ่งปลูกสร้างและออกแบบการบริการได้ตั้งใจ เห็นได้จากในช่วงสิบปีที่ผ่านมา นอกจากโรงแรมที่มีขนาดใหญ่ที่ค่อนข้างหุหุราแล้ว ยังมีนักลงทุนรายย่อยและนักธุรกิจหน้าใหม่หันมาเปิดกิจการโรงแรมและที่พักขนาดเล็กมากมายกลายเป็นทางเลือกใหม่ๆ ให้กับนักเดินทางที่มองหาประสบการณ์ที่แตกต่างออกไป แต่ธุรกิจ

โรงแรมก็ยังเผชิญแรงกดดันจากจำนวนผู้ประกอบการโรงแรมที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ที่ลงทุนก่อสร้างโรงแรม ซึ่งมองเห็นโอกาสในการลงทุนธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ต่างๆ เนื่องจากการลงทุนในโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยการลงทุนดังกล่าวอาจมาจากผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กทั้งในและนอกพื้นที่ ซึ่งสะท้อนจากข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคลรายใหม่และทุนจดทะเบียน พบว่า ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นและเติบโตสูงในปี 2559 เป็นบริษัทจำกัด ซึ่งไม่ใช่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เนื่องจากมีทุนจดทะเบียนเฉลี่ยประมาณ 6 ล้านบาท นอกจากนี้ในส่วนของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ก็ได้ขยายการลงทุนมายังธุรกิจโรงแรมขนาดกลางด้วยเช่นกัน ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงเนื่องจากการช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดและเพื่อเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวระดับกลางจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกที่นิยมเที่ยวจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญของไทย ทำให้การลงทุนขยายธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กมีการกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นหลัก รวมทั้งการขยายตัวของที่พักทดแทนในพื้นที่ทำให้มี จำนวนที่พักเกินกว่าความต้องการและส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง โดยเฉพาะด้านราคา การขึ้นราคาที่พักและบริการจึงทำได้ยาก ส่งผลเสียต่ออัตราการเข้าพักและการยกระดับการให้บริการของกิจการ ผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กจึงจำเป็นต้องสร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเน้นความสะอาดสบายเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มตลอดจนทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น เพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวแบบเป็นกลุ่มเล็กๆ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วยตนเอง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในอนาคต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ (Chalong, 2017)

จะเห็นได้ว่าการทำโรงแรมและที่พักขนาดเล็กก็มีทั้งความเสี่ยงและความท้าทาย ที่ผู้ประกอบการต่างต้องแสวงหาความรู้ และทำความเข้าใจเทคนิคต่างๆ เพื่อบริหารจัดการให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน และสร้างจุดเด่นเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งที่มีอยู่มากมายให้ได้ในขณะเดียวกันดูเหมือนว่าจะยังไม่มีข้อมูลเรื่องการบริการโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กมากพอ และคู่มือธุรกิจเอสเอ็มอีที่มีมากมายในท้องตลาดดูจะเป็นเพียงข้อมูลพื้นฐานกว้างๆ และไม่ได้เจาะเบื่องลึกธุรกิจการโรงแรมที่มีปัญหาและข้อจำกัดเฉพาะตัวด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย ซึ่งผลจากการวิจัยในครั้งนี้ จะช่วยให้การบริหารงานของธุรกิจโรงแรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถช่วยลดค่าใช้จ่าย จะมีกำไรมากขึ้น ลดเวลาในการดำเนินการ ในขณะเดียวกันสามารถเพิ่มคุณภาพการบริการ ซึ่งจะส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษา อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและระดับการสนับสนุนของผู้บริหาร รวมถึงความร่วมมือของผู้บริหารเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างนวัตกรรมขององค์กรให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งผู้นำจะแสดงบทบาททั้งในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ในรูปแบบของการกระตุ้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการคิดค้นกลยุทธ์ในการทำงานให้ได้มากที่สุด (Damanpour, 1991) ในขณะที่ Oke, Munshi & Walumbwa (2009) ได้พัฒนากรอบความคิดหลักขององค์ประกอบของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ (1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (2) การสร้างแรงบันดาลใจ (3) การกระตุ้นทางปัญญา และ (4) การคำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์บุคคล ทั้งนี้ Sarros, Cooper & Santora (2008) ยังได้ศึกษาผลกระทบจากมุมมองด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อนวัตกรรมองค์กร ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลโดยตรงทางบวกต่อการพัฒนานวัตกรรม และยังมีส่วนวิจัยที่เกี่ยวกับผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินธุรกิจขององค์กรได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง ผู้นำองค์กรต่างๆ ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร (Hancott, 2005)

การมุ่งเน้นการตลาด

การมุ่งเน้นการตลาดเป็นแนวคิดที่มีแนวทางในการมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า โดยการสร้างพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กร เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า ตลอดจนผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่งที่สามารถทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรและนำไปสู่การมีผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในระดับที่สูงขึ้น Sin et al. (2005) กล่าวว่า การนำเอาการมุ่งเน้นการตลาดมา

ใช้ในธุรกิจโรงแรมสามารถช่วยทำให้ธุรกิจโรงแรม ออกแบบและนำเสนอส่วนผสมทางด้านการบริการที่มีคุณภาพที่ดีเยี่ยมให้กับลูกค้า และทำให้ธุรกิจโรงแรมมีผลกำไรที่ดีได้ เช่นเดียวกับ Oktem (2000) ที่กล่าวว่า การมุ่งเน้นการตลาดก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความจงรักภักดีของลูกค้า การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า และนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีของธุรกิจ (Kumar, Jones, Venkatesan & Leone, 2011) ได้ศึกษาการมุ่งเน้นตลาด 3 ด้าน คือ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานงานระหว่างการทำงาน และจากการศึกษาของ Sheppard (2005) พบว่าธุรกิจใช้กลยุทธ์การมุ่งเน้นการตลาดเป็นเครื่องมือสำหรับจัดการกับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันและอนาคตที่มีความเหมาะสม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจกับคู่แข่งในการแย่งชิงโอกาสเพื่อการเข้าถึงและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า สำหรับ Hooley et al. (1999) ได้ให้ความสำคัญกับการประสานงานของฝ่ายต่างๆ ภายในองค์กร เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

นวัตกรรมบริการ

นวัตกรรมบริการเป็นแนวคิดที่ตั้งใจบริการลูกค้า เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่และเพื่อเป็นการปรับปรุงและเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจบริการสามารถอธิบายเป็นกระบวนการที่ถูกโอนย้ายไปยังลูกค้า และเป็นการโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าซึ่งลูกค้ามีอิทธิพลมากต่อการปรับปรุงกระบวนการ (Jiyaworanan & Thamsatitdej, 2012) ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้นในการที่มีคู่แข่งสูงจำเป็นต้องอย่างมากที่เราต้องนำเอานวัตกรรมใหม่มาปรับใช้เพื่อลดต้นทุนเพื่อความอยู่รอดในโรงแรมแต่ละแห่ง หรือไม่ก็ต้องนำเอาแนวคิดของนวัตกรรมการปฏิวัติรูปแบบโรงแรมใหม่เข้ามาเป็นตัวช่วยต่อไป

De Jong, Bruin, Dolfma and Meijaard (2003) ได้พัฒนาองค์ประกอบและเครื่องมือในการวัดนวัตกรรมบริการที่เหมาะสมกับบริบทของธุรกิจโรงแรม ซึ่งพบว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 ประการด้วยกัน ได้แก่ นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการองค์กร และนวัตกรรมด้านทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้ นวัตกรรมทางการบริการ Santos-Vijandea & Álvarez-González (2007) ได้กล่าวไว้ว่าเป็นตัวแปรสำคัญในการศึกษาและการทำนายการดำเนินงานของโรงแรมในอนาคต กระแสแห่งความคิดซึ่งมีบทบาทอย่างมากต่อการตลาด ซึ่งปัจจุบันได้กล่าวถึงหลายแนวความคิดที่เกี่ยวกับนวัตกรรม และเชื่อว่า นวัตกรรมเป็นปรากฏการณ์ทางความคิดที่มุ่งหมายสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่ถือเป็นกลยุทธ์ของโรงแรมในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Porter (1985) ได้เสนอองค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้ 3 ประการ คือ (1) ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง (2) ความได้เปรียบด้านต้นทุนและ (3) ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการมุ่งเน้นเฉพาะ ซึ่งงานวิจัยของ Leonidou et al. (2013) ก็ได้ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้หลายทฤษฎี ทั้งทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการตลาด ทฤษฎีฐานทรัพยากรและได้ค้นพบว่า องค์ประกอบทางด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นประกอบด้วยการมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง การสร้างความแตกต่างและการมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้ Koseoglu et al. (2013) ยังได้นำองค์ประกอบดังกล่าวมาใช้ในการวิจัยด้วยเช่นกัน และพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ได้ระบุถึงองค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้สามองค์ประกอบ (Nayyar, 1993) คือ ความได้เปรียบทางด้าน

ต้นทุน โดยที่ธุรกิจมีการดำเนินการโดยการใช้ต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมและสามารถแข่งขันด้านต้นทุนได้ ด้านการสร้างความแตกต่าง เป็นการที่ธุรกิจมีการวิจัยและพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ๆ และมีเอกลักษณ์เฉพาะที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง (Koseoglu, et al., 2013) และความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการ เป็นการที่ธุรกิจมีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หยุดนิ่ง รวมถึงมีระบบการจัดส่งสินค้าหรือบริการให้ทันกับความต้องการที่เกิดขึ้น (Anatan, 2014) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้ง 3 ด้าน ที่ประกอบไปด้วยความได้เปรียบด้านต้นทุน ความได้เปรียบด้านการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมตามที่ Porter (1985); Leonidou et al. (2013); Koseoglu et al. (2013) และ Anatan (2014) ได้นำองค์ประกอบความได้เปรียบทางด้านต้นทุนและความได้เปรียบทางการสร้างความแตกต่าง และ Anatan (2014) ได้นำความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ไปทำการวิจัยจนได้ข้อสรุปว่าองค์ประกอบทั้งสามด้านดังกล่าว เป็นความได้เปรียบของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กในประเทศไทย งานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดทฤษฎีของ Porter (1985); Leonidou et al. (2013); Koseoglu et al. (2013) และ Anatan (2014) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ จากตัวแปรความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ประกอบ

ด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความได้เปรียบด้านต้นทุน 2) ความได้เปรียบด้านการสร้างความแตกต่าง และ 3) ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการ

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถพัฒนาขึ้นเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยดังรูป 1 และมีสมมุติฐานการวิจัย ดังนี้

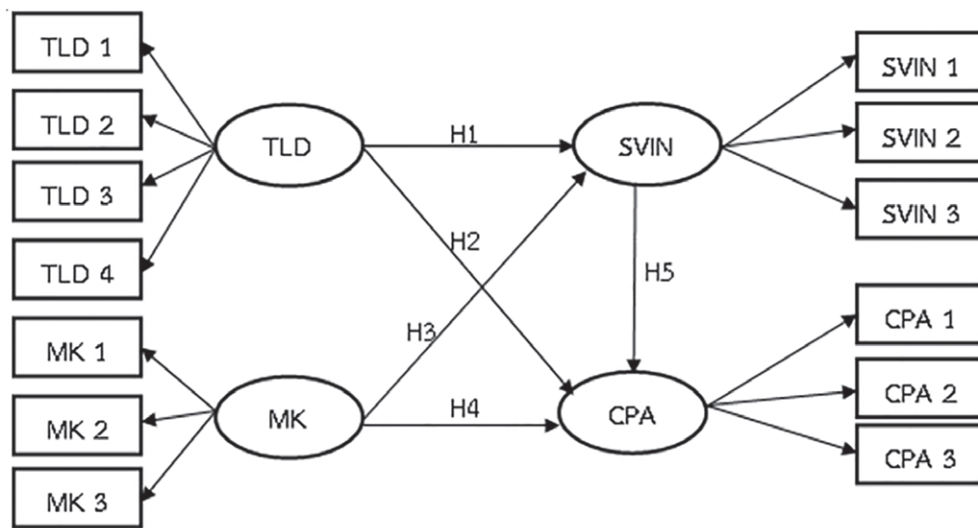
สมมุติฐานข้อที่ 1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมการบริการของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย

สมมุติฐานข้อที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย

สมมุติฐานข้อที่ 3 การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมการบริการของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย

สมมุติฐานข้อที่ 4 การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย

สมมุติฐานข้อที่ 5 นวัตกรรมการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

***หมายเหตุ TLD=ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง, MK=ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด, SVIN=ปัจจัยนวัตกรรมบริการ, CPA=ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบวิธีดำเนินการวิจัย โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยหลัก 2 ช่วง คือ 1) การศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างรูปแบบสมการโครงสร้างที่เป็นรูปแบบการวิจัย หรือรูปแบบสมมุติฐาน โดยผลลัพธ์จะได้รูปแบบสมมุติฐานที่ประกอบด้วยรูปแบบการวัด และ รูปแบบสมการโครงสร้าง และ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ วิเคราะห์รูปแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรม Amos เพื่อตอบคำถามการวิจัยว่า 1) รูปแบบสมการโครงสร้างที่สร้างขึ้นโดยมีทฤษฎีและงานวิจัยสนับสนุนนั้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ และ 2) ปัจจัยเชิงสาเหตุใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยผู้

วิจัยได้กำหนดแนวทางขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยต้องการศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย โดยประชากรที่ศึกษาคือผู้ประกอบการโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็ก จำนวน 16,399 ราย (National Statistical Office, 2017) ทั้งนี้ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ตัวแปรพหุนามที่ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรแฝงในแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) นั้น ซึ่งผู้วิจัยคำนวณขนาดตัวอย่างตามเทคนิคการวิเคราะห์สถิติประเภท

พหุตัวแปร กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Observed variables) 13 ตัวแปร ดังนั้นจึงคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 260 ราย (Vanichbuncha, 2014)

จากการศึกษาในอดีตที่มีการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการจัดส่งทางไปรษณีย์พบว่า มีอัตราการตอบกลับต่ำประมาณร้อยละ 26 (Styles & Ambler, 2000) เพื่อให้ข้อมูลเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของตัวอย่างโดยคำนึงถึงอัตราการตอบกลับที่ประมาณการไว้ จึงเลือกส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์จำนวน 500 กิจการ และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (email) จำนวน 500 กิจการ เพื่อให้ได้อัตราการตอบรับกลับมา จำนวน 260 ตัวอย่างเป็นอย่างน้อย ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 1,000 ตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) อันประกอบด้วยกรรมการเจ้าของกิจการ ทายาทกิจการ ตัวแทนผู้บริหาร ผู้จัดการผู้จัดการระดับสูง หรือที่อยู่ในระดับเดียวกันกับตำแหน่งดังกล่าวเป็นตัวแทนของหน่วยวิเคราะห์ทั้งหมด 1 ตัวอย่างต่อ 1 กิจการ ซึ่งขั้นตอนนี้ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย โดยจับสลากรายชื่อโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กเพื่อให้ได้ตัวอย่างในสัดส่วนตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มในสัดส่วนที่เท่ากันคือโรงแรมขนาดกลางจำนวน 500 กิจการและโรงแรมขนาดเล็กจำนวน 500 กิจการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น สอดคล้องกับกรอบแนวคิด โดยสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ในการศึกษา ซึ่งข้อคำถามเป็นมาตรวัด 5 ระดับ จากนั้นทำการตรวจสอบคุณภาพ

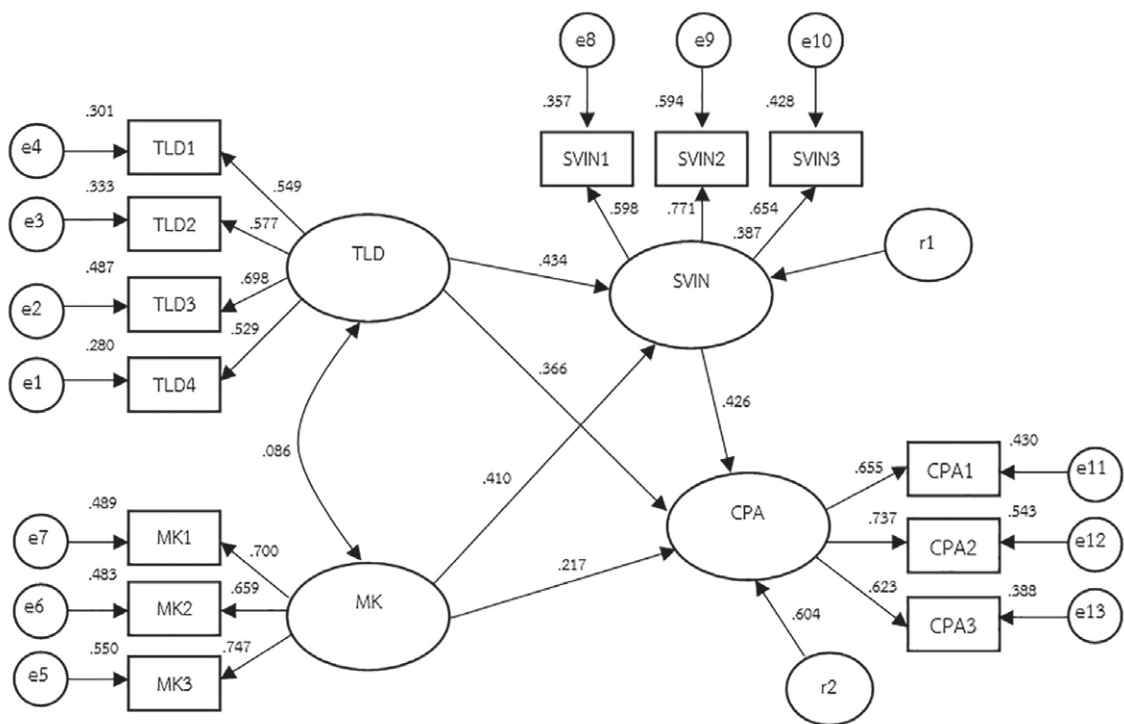
ของเครื่องมือในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยผลจากการวิเคราะห์แต่ละข้อคำถามพบว่ามีความสอดคล้อง 0.6 ถึง 1.00 แสดงว่าข้อคำถามในการศึกษานี้มีคุณภาพที่เหมาะสม มีความถูกต้องด้านโครงสร้างเนื้อหา ภาษา และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ หลังจากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 แห่ง ซึ่งไม่ใช่ตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อดำเนินการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการตรวจสอบความสัมพันธ์ของแต่ละข้อคำถามกับคะแนนรวมของแบบสอบถาม (Item-total Correlation) และค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยเกณฑ์มาตรฐานกำหนดค่า Item-total Correlation ควรมากกว่า 0.3 (Field, 2005) และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแต่ละตัวแปรควรมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair et al., 2010) ซึ่งผลการทดสอบพบว่าตัวแปรทุกตัวล้วนมีค่าสัมประสิทธิ์ที่อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ทั้งสิ้น มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคเท่ากับ 0.892, 0.888, 0.909 และ 0.870 ตามลำดับ และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคของเครื่องมือทั้งฉบับ เท่ากับ 0.977 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์หาค่าประกอบ (Exploratory Factor Analysis) รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นสถิติประเภทพหุตัวแปร (Multivariate Statistics) ที่บูรณาการเทคนิคการวิเคราะห์ 2 อย่างเข้าด้วยกัน คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กในประเทศไทยที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการ

แข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย ด้วยวิธีการ Maximum Likelihood ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Amos เพื่อทำการเปรียบเทียบถึงความกลมกลืนระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอภาพ 2 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวม และตาราง 1



ภาพ 2 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวม

การวิเคราะห์โมเดล พบว่า โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับคือ ค่าดัชนี Chi-square/df=1.048, GFI=0.976, AGFI=0.963

CFI=0.998, RMSEA=0.011 และ RMR=0.021 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตาราง 1

แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวม

ดัชนี	เกณฑ์การพิจารณา	โมเดล	
		ค่าสถิติ	สรุปผล
p-value	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	0.376	ผ่านเกณฑ์
Chi-square/df	<2.00	1.048	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥0.95	0.976	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥0.95	0.963	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥0.95	0.998	ผ่านเกณฑ์
RMR	<0.05	0.021	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	<0.05	0.011	ผ่านเกณฑ์

และนอกจากนี้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง(Path Coefficient) ในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ เพื่อศึกษา อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 โดยการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) และอิทธิพลรวม (Total Effect: TE) ของตัวแปรต่างๆ ภายในโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย พบว่า ปัจจัย

ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นการตลาด และปัจจัยด้านนวัตกรรมบริการ โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.550 0.392 และ 0.426 ตามลำดับ และพบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นการตลาด และปัจจัยด้านนวัตกรรมบริการ สามารถร่วมกันอธิบายการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยได้ร้อยละ 60.4 ($R^2=0.604$) รายละเอียดน้ำหนักค่าอิทธิพลของตัวแปรต่างๆแสดงไว้ดังตาราง 2

ตาราง 2

ตารางแสดงค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างแต่ละตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous)	ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous)					
	SVIN			CPA		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
TLD	.434**	-	.434	.366**	.185	.550
MK	.410**	-	.410	.217**	.175	.392
SVIN	-	-	-	.426**	-	.426
สมการโครงสร้างของตัวแปร(SEM)			TLD	MK	SVIN	CPA
(R-Square: R ²)			-	-	.387	.604

หมายเหตุ** p -value < 0.01

DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, TE = อิทธิพลรวม

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) ยังสามารถสรุปผลการวิจัย ตามสมมุติฐานในการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีอิทธิพลทางบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.434 นั่นคือ ถ้าธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ย่อมส่งผลให้นวัตกรรมบริการของธุรกิจมีประสิทธิภาพที่เพิ่มสูงขึ้น สรุปได้ว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย จึงยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้

เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโดยผ่านนวัตกรรมบริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีอิทธิพลทางบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.550 (TE = 0.550; DE = 0.366, IE = 0.185) นั่นคือ ถ้าธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นย่อมส่งผลให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่สูงขึ้น สรุปได้ว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยและมีอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านนวัตกรรมบริการ จึงยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 3 การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กใน

ประเทศไทย พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่ออัตราการบริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีอิทธิพลทางบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient)=0.410 นั่นคือ ถ้าธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยมีการพัฒนาทางด้านการมุ่งเน้นการตลาดให้ดีขึ้นย่อมส่งผลให้อัตราการบริการมีประสิทธิภาพที่เพิ่มสูงขึ้น สรุปได้ว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่ออัตราการบริการของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย จึงยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 4 การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดของธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโดยผ่านอัตราการบริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีอิทธิพลทางบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.392 (TE = 0.392; DE = 0.217, IE = 0.175) นั่นคือ ถ้าธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยมีการพัฒนาทางด้านการมุ่งเน้นการตลาดให้ดีขึ้นย่อมส่งผลให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นตาม สรุปได้ว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยและมีอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านอัตราการบริการ จึงยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 5 อัตราการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย พบว่า อัตราการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการ

แข่งขัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient)=0.426 นั่นคือ ถ้าธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศมีการบริหารด้านอัตราการบริการให้ดีขึ้นย่อมส่งผลให้กิจการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน สรุปได้ว่า อัตราการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย จึงยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

(1) ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่ออัตราการบริการและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 และข้อที่ 2 แสดงว่า เมื่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา และด้านการคำนึงถึงความเป็นเอกัตถะบุคคล ในระดับสูง ย่อมทำให้ธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย มีอัตราการบริการ ด้านเทคโนโลยี ด้านการบริหารจัดการองค์การ และด้านทรัพยากรมนุษย์ในระดับที่สูงขึ้นด้วยเช่นกันอีกทั้งมีผลทำให้ธุรกิจโรงแรมเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุน ด้านการสร้างแตกต่าง และด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องจากสาเหตุที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย มีการสร้างและแสดงสิ่งที่ต้องการได้อย่างชัดเจนถึงเป้าหมายในการดำเนินกิจการ สร้างเป้าหมายในการดำเนินงานและหากกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของโรงแรมได้เมื่อ

สถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป กำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แสดงออกถึงความมั่นใจ ช่วยสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกันเพื่อการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการและพึงพาได้ระหว่างบุคลากรในโรงแรม ซึ่งผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ Suwancharoen et al. (2016) ที่พบว่า ตัวแปรของตัวแบบผู้นำการเปลี่ยนแปลง และนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจ และมีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวกับผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินธุรกิจขององค์กรได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง ผู้นำองค์กรต่างๆ ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร (Hancott, 2005) ผู้นำการเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นผู้ให้การสนับสนุนและกระตุ้นให้ ผู้ใต้บังคับบัญชาพัฒนาความสามารถและศักยภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถด้านการสร้างนวัตกรรม ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร (Koech & Namusonge, 2012) ทั้งที่เกี่ยวกับการเงินและไม่เกี่ยวกับการเงิน (Patiar & Mia, 2009) และการวัดผลการดำเนินงานทางธุรกิจเกี่ยวกับอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจอันนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน (Patiar & Mia, 2009, p. 256; Hancott, 2005)

(2) ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด

การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมบริการและรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 และข้อที่ 4 แสดงว่า เมื่อธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย มีการมุ่งเน้นการตลาดในด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ด้าน การมุ่งเน้นคู่แข่ง และด้านการมุ่งเน้นด้านการประสานงานภายในองค์กรในระดับสูง ย่อมทำให้ธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย มีนวัตกรรมบริการ

ด้านเทคโนโลยี ด้านการบริหารจัดการองค์การ และด้านทรัพยากรมนุษย์ในระดับที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน อีกทั้งมีผลทำให้ธุรกิจโรงแรมเกิดรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากสาเหตุที่ธุรกิจโรงแรมมีการให้ข้อมูลในการติดต่อภายในห้องพักกับลูกค้าเพื่อความสะดวก ให้ความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นลำดับแรก ให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายมีการวิเคราะห์และติดตามแผนการดำเนินงานของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้มีคุณภาพการบริการที่ดีกว่าคู่แข่ง ซึ่งผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ Zhou- Zheng et al. (2009) ที่พบว่า ระบบการมุ่งเน้นการตลาดด้วยการมุ่งเน้นลูกค้า มีผลต่อการได้มาซึ่งรายได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Morgan et al. (2009) ที่พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีผลกระทบต่อผลกำไรต่อสินทรัพย์ โดยระบบการมุ่งเน้นการตลาดเป็นแหล่งของรายได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการที่องค์กรสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและการพัฒนามากกว่าคู่แข่ง และงานวิจัยของ Kumar et al. (2011) ที่กล่าวว่า การมุ่งเน้นการตลาดทำให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดี ทำให้ธุรกิจสามารถบรรลุถึงความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสูงสุดนำไปสู่ความสามารถในการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งในบริบทของธุรกิจโรงแรมนั้น การมุ่งเน้นการตลาดจะช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ตามข้อมูลของลูกค้า เพื่อเป็นการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และในขณะเดียวกันก็จะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาด อันจะนำมาซึ่งผลประโยชน์ที่ดีของธุรกิจ (Wang, Chen & Chen, 2012) นอกจากนี้ในด้านนวัตกรรมบริการยังสอดคล้องกับ Chunnapiya (2009) กล่าวว่า การมุ่งเน้นตลาดมีความสัมพันธ์ ทางตรงและทางอ้อมกับผล

การดำเนินงานผ่านกลยุทธ์นวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sin et al. (2005); Leo et al. (2005) การมุ่งเน้นตลาดเป็นสิ่งสำคัญเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาดที่เฉพาะเจาะจง และนำไปสู่กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจ (Atuahene-Gima & Li, 2002)

(3) ปัจจัยนวัตกรรมบริการ

นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 5 แสดงว่า เมื่อธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย มีนวัตกรรมบริการด้านเทคโนโลยี ด้านการบริหารจัดการองค์กร และด้านทรัพยากรมนุษย์ในระดับสูง ย่อมทำให้ธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย มีความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง และ ด้านความเร็วในการตอบสนองความต้องการในระดับที่สูงขึ้นด้วยเช่นกันทั้งนี้อาจเนื่องจากสาเหตุที่ธุรกิจโรงแรม ได้นำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาในการให้บริการ มีกระบวนการทางข้อมูลสารสนเทศ มีกระบวนการบริหารจัดการใหม่ๆ มีแนวคิดด้านการบริหารจัดการต้นทุน มีจุดมุ่งหมายในการนำประสิทธิภาพมาสู่กิจการ อีกทั้งสารสนเทศยังทำให้พนักงานทำงานง่ายขึ้นมีงบประมาณในการส่งเสริมพนักงานเพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมด้านการบริการ ผู้บริหารยอมรับและสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร และโรงแรมมีการเปิดกว้างให้พนักงานในการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร มีการรับข้อมูลข่าวสารจากภายนอกซึ่งมีความสอดคล้องกับ Ho and Chang (2015) ที่พบว่าความสามารถด้านนวัตกรรมส่งผลกระทบบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในอุตสาหกรรมบริการ โดยความสามารถด้านนวัตกรรมยังทำให้ความสามารถด้านการบริการเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย Morgan ที่พบว่าทั้งนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากการประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่

และนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากการประยุกต์ใช้ความรู้ที่มีอยู่เดิม ต่างส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทเพิ่มสูงขึ้นและเมื่อพิจารณาตามหลักขีดความสามารถในการดูดซับความรู้ตามโมเดลของ Zahra and George (2002) งานวิจัยของ Jia-Sheng Lee, Chia-Jung Hsieh (2010) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะการประกอบความสามารถทางการตลาด ความสามารถนวัตกรรมและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน พบว่า ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรกเป็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ และส่วนที่สองเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

(1) ธุรกิจโรงแรมควรมีการพัฒนากระบวนการข้อมูล และอัปเดตข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการให้ทันสมัยและเปิดช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการของตนเองให้อยู่ในมาตรฐานสากล โดยเฉพาะด้านความสะอาด ความปลอดภัย และด้านราคา เพื่อสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจและประเทศไทยทั้งยังควรมีการพัฒนาและสร้างบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างจุดขายของธุรกิจให้มากยิ่งขึ้น และช่วยให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของตนเองให้ได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ให้เกิดประโยชน์

(2) เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ผู้บริหารซึ่งมีหน้าที่ในการจัดการธุรกิจควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหตุด้านการมุ่งเน้นการ

ตลาดเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับผลการดำเนินงานให้สูงขึ้น โดยผู้บริหารควรมีการประชุมเพื่อปรึกษาหารือเกี่ยวกับกลยุทธ์ของคู่แข่ง ส่งเสริมให้แผนกงานทุกฝ่ายภายในธุรกิจมีการแบ่งปันการใช้ทรัพยากรร่วมกันและร่วมมือกันทำงาน มีการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลลูกค้า และแบ่งปันข้อมูลคู่แข่งระหว่างเพื่อนร่วมงานภายในธุรกิจ ดังนั้น การที่ธุรกิจมีการมุ่งเน้นการตลาดจะช่วยให้สามารถเข้าใจลูกค้าและสภาพแวดล้อมภายนอก รวมถึงมีความสามารถในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับแต่ละเหตุการณ์และแนวโน้มในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับทางการตลาดได้เพื่อการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ยั่งยืน

(3) ใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมมีผลการดำเนินงานที่ดี ผู้บริหารซึ่งมีหน้าที่ในการจัดการธุรกิจควรให้ความสำคัญเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยผู้บริหารควรมีการจัดรูปแบบของธุรกิจโรงแรมให้มีโครงสร้างของธุรกิจในแต่ละแผนกงานที่มีความสอดคล้องเป็นหนึ่งเดียว และมีการลงทุนในทรัพยากรที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนต่อนวัตกรรมบริการที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ธุรกิจสามารถนำฐานข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งเป็นพื้นฐานของความยั่งยืนในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้มา

ได้มาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปดังรายละเอียด ดังนี้

(1) การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการนำแบบจำลองและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ไปทำการวิจัยซ้ำในธุรกิจบริการอื่นๆ ในบริบทของประเทศไทยหรือในประเทศอื่นๆ เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

(2) การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุด้านอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย เช่น คุณภาพการบริการ ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

(3) การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษเพิ่มเติมด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจโรงแรมของกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยและค้นหาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยควรให้ความสำคัญในการพิจารณาและใช้เป็นเครื่องมือในการการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมกลุ่มที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทย

(4) การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษเปรียบเทียบรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมที่มีขนาดแตกต่างกัน

Reference

- Anatan, L. (2014). Factors Influencing Supply Chain Competitive Advantage and Performance. *International Journal of Business and Information*, 9(3), 311-334.
- Atuahene-Gima, K., & Li, H. (2002). When Does Trust Matter? Antecedents and Contingent Effects of Supervisee Trust on Performance in Selling New Products in China and the United States. *Journal of Marketing*, 66(3), 61-81
- Chalong, S. (2017). *Hotel business. Service sector economic analysis unit Economic section of the Economic. Business and Economic Research Center Branch, Government Savings Bank.* [In Thai]
- Chunnapiya, N. (2009). *The relationship model of market-oriented strategy Marketing innovation strategies and awareness Changes in the marketing environment towards the increase of Marketing performance in four and five star hotels in Thailand.* Doctor of Business Administration Program, Siam University. [In Thai]
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- De Jong, J.P.J., Bruin, A., Dolfma, W., & Meijaard, J. (2003). *Innovation in service firms explored: what, how and why.* EIM Report, Zoetermeer
- Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS (2nd ed.)*. London: Sage.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R.E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*, 7th edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Hancott, E. (2005). *The Relationship between Transformational Leadership and Organizational Performance in the Largest Public Companies in Canada*, Unpublished Ph.D Thesis, Capella University.
- Hayton, J., George, G., & Zahra, A. S. (2002). National Culture and entrepreneurship: A Review of Behavioral Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 33-49.
- Ho. T. F., & Chang, C. C. (2015). Exploring the repurchase intention of smart phones. Modelling, computation and optimization in information systems and management sciences. *Springer International*, 360, 189-196.
- Hooley, G., Fahy, J., Cox, T., Berace, J., Fonfara, K., & Snoj, B. (1999). Marketing capabilities and firm performance: A hierarchical model. *Journal of Marketing Focused Management*, 4, 259-278.
- Jiyaworanan, N., & Thamsatitdej, P. (2012). *Education, magazine service business. And delivered to the point of view of service innovation.* Master of Science thesis, Thammasat University. [In Thai]

- Jia-Sheng Lee & Chia-Jung Hsieh. (2010). *A Research in Relating Entrepreneurship, Marketing Capability, Innovative Capability and Sustained Competitive Advantage*. EABR & ETLC Conference Proceedings Dublin, Ireland.
- Koech, P. M., & Namusonge, G. S. (2012). The effect of leadership styles on Organizational performance at state corporations in Kenya. *International Journal of Business and Commerce*, 2(1), 1–12.
- Koseoglu, M. A., & Other (2013). Linkages among business strategy, uncertainty and performance in the hospitality industry: Evidence from an emerging economy. *International Journal of Hospitality Management*, 34(1), 81-91.
- Kumar, V., Jones, E., Venkatesan, R., & Leone, R. (2011). Is market orientation a source of sustainable competitive advantage or simply the cost of competing?. *Journal of Marketing*, 75(1), 16-30.
- Leo, C., Bennett, R., & Hartel, C. E. (2005). Cross-Cultural Differences in Consumer Decision-Making Styles. *Cross Cultural Management*, 12(3), 32-61.
- Leonidou, L. C., Leonidou, C. N., Fotiadis, T. A., & Zerti, A. (2013). Resources and capabilities as drivers of hotel environmental marketing strategy: Implications for competitive advantage and performance. *Tourism Management*, 35, 94-110.
- Mathis, R. J., & Jackson, J. H. (2003) *Human Resource Management* (10th ed.). Mason, Ohio: Thomson Learning South Western
- National Statistical Office. (2017). *Survey of hotel and guesthouse operations in 2016*. Retrieved from <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/servstat.html>. [In Thai]
- Nayyar, P. R. (1993). On The Measurement of Competitive Strategy Evidence from A Large Multiproduct U.S. Firm. *Academy of Management Journal*, 36(6), 1652 –1669
- Offredy, M., Bunn, F., & Morgan, J. (2009). Case management in long term conditions: An inconsistent journey? *British Journal of Community Nursing*, 14(6), 252-257.
- Oktem, S. V. (2000). *Market orientation and business performance in hotel industry*. Retrieved from <http://www.opf.slu.cz/vvr/akce/turecko/pdf/Oktem.pdf>
- Oke, A., Munshi, N., & Walumbwa, F. O. (2009). The Influence of Leadership on Innovation Processes and Activities. *Organizational Dynamics*, 38(1), 64-72.
- Patiar, A., & Mia, L. (2009). Transformational Leadership Style, Market Competition and Departmental Performance: Evidence from luxury hotels in Australia. *International Journal of Hospitality Management*, 28(2), 254-262.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.

- Rhee, J., Park, T., & Lee, D. H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. *Technovation*, 30, 65-75.
- Sarros, J. C., Cooper, B. K., & Santora, J. C. (2008). Building a climate for innovation through transformational leadership and organizational culture. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 15(2), 145-158.
- Santos-Vijandea, M. L., & Álvarez-González, L. I. (2007). Innovativeness and organizational innovation in total quality oriented firms: The moderating role of market turbulence. *Journal of Technovation*, 27(9), 514-532.
- Sin et al, Y. M., Tse, C. B., Yau, H. M., Lee, S. Y., Chow, R., & Lau, B.Y. (2005) "Market orientation and business performance: an empirical study in Mainland China" *Journal of Global Marketing*, 14(3), 5-29.
- Sheppard, R. (2005). Market orientation and parsimonious scale development—tools for improving firm performance, longevity and rejuvenation. *Journal of the Canadian Institute of Marketing*, 1(3), 1-5
- Styles, C., & Ambler, T. (2000). The Impact of Relationship Variables on Export Performance: An Empirical Investigation in Australia and the UK. *Australian Journal of Management*, 25(3); 261 –281.
- Suwancharoen, W., & Other. (2016). Development of Transformational Leadership and Innovation Model Influencing Business Performance of Food Exporting Companies in Thailand. *Modern Management Journal* 14(2), 129-143
- Tourism Industry Council of Thailand. (2017). *Tourism Business Confidence Index in Thailand* (2nd Quarter 2017). Retrieved from <http://www.thailandtourismcouncil.org/wpcontent.pdf>. [In Thai]
- Vanichbuncha, K. (2014). *SEM structural equation analysis with AMOS*. Type 1. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Wang, C.-H., Chen, K.-Y., & Chen, S.-C. (2012). Total quality management, market orientation and hotel performance: the moderating effects of external environmental factors. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 119-129.
- Zhou, K. Z., Brown, J. R., & Dev, C. S. (2009). Market orientation, competitive advantage, and performance: A demand-based perspective. *Journal of Business Research*, 62(11), 1063-1070.

อิทธิพลของการดูแลเชิงจิตวิญญาณและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ บนพื้นฐานวัฒนธรรมอิสลามต่อการเป็นแบรนด์แอดไวเคอร์

วิทยา มุงอินทร์¹ ระพีพรรณ พิริยะกุล² วงศ์ธีรา สุวรรณิน³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยบริการทางการแพทย์เชิงวัฒนธรรมมุสลิมของโรงพยาบาลเอกชน (2) เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในการออกแบบบริการเชิงวัฒนธรรมของโรงพยาบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (3) เพื่อค้นหาแบบจำลองอิทธิพลของบริการทางการแพทย์บนพื้นฐานทางวัฒนธรรมอิสลามต่อการเป็นแบรนด์แอดไวเคอร์ โดยประกอบด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้ประชากรผู้รับบริการชาวมุสลิมที่รับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์ มาอย่างยาวนาน หรือมีพฤติกรรมแสดงออกถึงความภักดีต่อโรงพยาบาลชั้นสูงสุด ขนาดตัวอย่างที่ใช้ จำนวน 287 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้หน่วยตัวอย่างคือผู้รับบริการของโรงพยาบาลที่เป็นมุสลิมและมีความเชี่ยวชาญในหลักศาสนาอิสลามจำนวน 10 ท่าน นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยวิธีการเชิงปริมาณด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์แห่งความผันแปรและการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ Factor Analysis และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ด้วยคำถามเชิงลึกในการลงพื้นที่จริงและการสังเกตการณ์

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ปัจจัยการดูแลเชิงจิตวิญญาณมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นและการเป็นแบรนด์แอดไวเคอร์ของผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความพึงพอใจของผู้รับบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยความเชื่อมั่นของผู้รับบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อแบรนด์แอดไวเคอร์ของผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างยิ่ง และผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

คำสำคัญ: การดูแลเชิงจิตวิญญาณ; สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ; ความเชื่อมั่น; แแบรนด์แอดไวเคอร์

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: jalalthailand@hotmail.com

² คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

The Effect of Spiritual Care and Physical Environment in Islamic Culture on Brand Advocacy

Witthaya Mung-In¹ Rapepun Piriyakul² Wongtheera Suwannin³

Abstract

The research objectives were (1) to study the effect of medical service factors in Islamic culture of private hospital (2) To apply the Study results to design of cultural service of Hospital (3) to fine the effect of medical services model in Islamic culture on brand advocacy

In this research consists of the quantitative and qualitative researches. The quantitative research sampled 287 Muslim clients who received the medical services from Phyathai Nawamin Hospital in long term or the clients with the brand advocacy behavior. On the other hand, qualitative research sampled 10 Muslim clients who are the experts of Islamic Principles. The data were analyzed, summarized, and discussed quantitatively, using mean percentile Standard Deviation Coefficient of Variance and structural equation modeling (SEM) by factor analysis technique. The qualitative approach implemented by in-depth interviews and observation was used to support the findings of this study. The results were as follows.

The result of quantitative research reveals that the spiritual care tends to have direct effect on satisfaction, trust, and brand advocacy of the clients significantly. The satisfaction of clients has a positive effect towards trust and clients' trust has a positive effect towards brand advocacy in terms of statistical significance. It was also found that the result of qualitative research is accordingly to the result of quantitative research as aforesaid.

Keywords: spiritual care; physical environment; Trust; brand advocacy

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Business Administration Program in Business Administration, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Rd., Hua Mak, Bangkok, 10240, Thailand
Email: jalalthailand@hotmail.com

² Faculty of Science, Ramkhamhaeng University

³ Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเป็นธุรกิจที่สามารถคงอัตราการเติบโตของรายได้จากการรักษาพยาบาลอย่างต่อเนื่อง จากสถิติพบว่า ประเทศไทยมีผู้ป่วยเข้ามารักษาในโรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชนทั่วประเทศทั้งสิ้นจำนวน 46.3 ล้านราย ในจำนวนนี้เป็นผู้ป่วยชาวต่างชาติจำนวนทั้งสิ้น 3 ล้านราย ผลประกอบการของโรงพยาบาลเอกชนมีรายได้ประมาณ 119,448 ล้านบาท (National statistical office, 2013) ธุรกิจโรงพยาบาลจึงเป็นธุรกิจที่ภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญเป็นอันดับๆ เพื่อเป็นการสร้างรายได้และให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์แห่งเอเชีย ทั้งสองประเด็นนี้จึงเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญสู่การขยายตลาดออกสู่ภายนอกประเทศที่มีตลาดความต้องการทางการแพทย์ขนาดใหญ่ ซึ่งตลาดต่างประเทศที่มีขนาดใหญ่ทำให้มีอุปสรรคในการใช้เม็ดเงินมหาศาลในการลงทุนด้านการตลาดทั้งหมด ดังนั้นการพิจารณาเจาะจงเลือกกลุ่มลูกค้าของโรงพยาบาลเอกชน จึงนับว่ามีความสำคัญในการลงทุนทางการตลาด เนื่องจากความกว้างของตลาด การเลือกตลาดที่มีจำนวนประชากรมากและมีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกันจะทำให้ประหยัดการลงทุนในหลายด้าน

การพิจารณากลุ่มลูกค้าโดยมุ่งวัฒนธรรมที่มีความคล้ายคลึงกัน พบว่า มุสลิมเป็นกลุ่มลูกค้าที่ได้รับความสนใจทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนหลายแห่ง เนื่องจากมุสลิมเป็นกลุ่มทางวัฒนธรรมขนาดใหญ่ มีจำนวนประชากรมากและกระจายตัวอยู่ในทุกทวีปทั่วโลก จึงนับเป็นโอกาสในการขยายตลาดที่สำคัญของโรงพยาบาลเอกชน เนื่องจากประชากรมุสลิมทั่วโลกมีจำนวนมากถึง 2,142 ล้านคน โดยทวีปเอเชียมีจำนวนประชากรมุสลิมมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับทวีปอื่น คือมีจำนวนประชากรมุสลิมประมาณ 1,439 ล้านคน (Muslimpopulation, 2017) แต่เพียงกลุ่มสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN)

พบว่า มีจำนวนประชากรมุสลิมมากถึง 240 ล้านคน (Yusuf, 2016) จากจำนวนดังกล่าว น่าจะสร้างเม็ดเงินให้กับประเทศได้อย่างมาก เป็นโอกาสที่ดีของโรงพยาบาลเอกชนและของประเทศไทยที่จะก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางทางแพทย์แห่งเอเชีย

การศึกษาการมุ่งบริการทางการแพทย์เชิงวัฒนธรรมอิสลามนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการให้บริการของโรงพยาบาล นวมิตร ที่ให้ความสำคัญกับการดูแลเชิงจิตวิญญาณตามหลักศาสนาและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพควบคู่กัน โดยพบว่า ทางโรงพยาบาลมีการฝึกฝนอบรมบุคลากรของโรงพยาบาลให้มีความเข้าใจลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของลูกค้า การสร้างทีมประสานงานและให้บริการที่เข้าใจวัฒนธรรม การจัดเตรียมสถานที่ประกอบพิธีละหมาดและสถานที่อาบน้ำละหมาดแยกชายและหญิง การออกแบบสถานที่ต้อนรับตามรูปแบบทางวัฒนธรรม การอนุญาตให้พนักงานหญิงมุสลิมแต่งกายตามหลักศาสนา การเยี่ยมเยียนชุมชนเพื่อให้ความรู้ทางการแพทย์ การพบปะผู้นำศาสนา การจัดกิจกรรมทางสุขภาพร่วมกับมูลนิธิที่ช่วยเหลือสังคมและบริการอาหารฮาลาลแก่ผู้ป่วยนอกและผู้ป่วยในและผู้ใช้บริการมุสลิมที่เป็นญาติผู้ป่วย เหล่านี้

เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้โรงพยาบาลมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากรายได้และจำนวนผู้รับบริการที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาที่เน้นการให้บริการดังกล่าว

การดูแลเชิงจิตวิญญาณและการออกแบบสิ่งแวดล้อมทางกายภาพบนพื้นฐานทางวัฒนธรรมของผู้รับบริการนั้น จะนำไปสู่ความพอใจ ความเชื่อมั่น และการภักดีระดับสูงที่เรียกว่า แอดไวเคซี ซึ่งเป็นการแสดงพฤติกรรมภักดีที่สูงมากกว่าความภักดีทั่วไป โดยการสร้างการรับรู้ด้วยการทุ่มเทสนับสนุนสินค้าหรือบริการผ่านเพื่อนหรือบุคคลอื่นที่ตนไม่รู้จักอย่างเต็มกำลัง เป็นการพัฒนาสัมพันธ์ภาพที่แนบแน่นระหว่างองค์กรกับลูกค้าที่มีความสำคัญมาก เป็น

ความภักดีที่อยู่ชั้นสูงสุดของปิรามิดแห่งความภักดี จึงเป็นเรื่องที่ทำหายความสามารถของโรงพยาบาล เอกชน ที่มักพบเพียงการมุ่งเน้นเครื่องหมายรับรอง มาตรฐานทางการแพทย์ เช่น HA และ JCI เป็นต้น หรือมุ่งเน้นกิจกรรมทางการตลาดด้านการลดราคา นำเสนอสิทธิพิเศษต่างๆ และนวัตกรรมที่แปลกใหม่ ทางการแพทย์มากกว่าการนำเสนอรูปแบบการบริการ เชิงวัฒนธรรม หรืออาจพบการเอาใจใส่ทางวัฒนธรรม เพียงการนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ เท่านั้น ส่วนการปลูกฝัง สร้างการเรียนรู้และความ เข้าใจทางวัฒนธรรมของลูกค้ายให้กับพนักงาน ยังไม่ พบการเอาใจใส่จากผู้ให้บริการอย่างเห็นได้ชัด จึงอาจ เป็นสาเหตุให้โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งไม่สามารถ ตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีวัฒนธรรม เฉพาะได้ จากการขาดความเข้าใจว่า วัฒนธรรม และกระบวนการออกแบบบริการให้สอดคล้องตาม วัฒนธรรมเฉพาะของผู้รับบริการนั้นมีความสำคัญมาก ต่อการให้บริการ

วัฒนธรรมของผู้รับบริการมีความสำคัญอย่างมาก ในธุรกิจบริการทางการแพทย์ โดยเฉพาะผู้รับบริการ มุสลิมที่เป็นกลุ่มวัฒนธรรมขนาดใหญ่ มีหลักปฏิบัติ ศาสนกิจที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตในแต่ละวันอย่าง ชัดเจน แต่ปัญหาที่พบคือ การขาดความเอาใจใส่ด้าน บริการที่ยึดโยงกับหลักศาสนาของผู้รับบริการอย่าง แท้จริง ดังนั้นเพื่อยืนยันอิทธิพลของบริการทางการแพทย์บนพื้นฐานทางวัฒนธรรมอิสลาม จึงมุ่งศึกษา ประเด็นการดูแลเชิงจิตวิญญาณตามหลักศาสนาที่ ถูกพบน้อยมากในบริการของโรงพยาบาลเอกชนและ ประเด็นการออกแบบสิ่งแวดล้อมทางกายภาพบน พื้นฐานทางวัฒนธรรมที่มักพบเห็นได้ในโรงพยาบาล เอกชนส่วนใหญ่ เพื่อทดสอบอิทธิพลเชิงประจักษ์ใน ประเด็นดังกล่าว (Boonmalert & Phoothong, 2017)

ฉะนั้นผลการศึกษาของงานวิจัยนี้จึงเป็นประโยชน์ อย่างยิ่งต่อโรงพยาบาลเอกชนในการออกแบบพัฒนา

บริการให้สอดคล้องตามความต้องการทางวัฒนธรรม ของผู้รับบริการอย่างแท้จริง โดยการนำเอารูปแบบการ ดูแลเชิงจิตวิญญาณตามหลักศาสนาและการออกแบบ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพมาปรับใช้ในการบริการเพื่อ ให้เกิดประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยบริการทางการแพทย์เชิงวัฒนธรรมมุสลิมของโรงพยาบาลเอกชน
2. เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในการออกแบบ บริการเชิงวัฒนธรรมของโรงพยาบาลได้อย่างมี ประสิทธิภาพ
3. เพื่อค้นหาแบบจำลองอิทธิพลของบริการ ทางการแพทย์บนพื้นฐานทางวัฒนธรรมอิสลามต่อการ เป็นแบรนด์แอดไวเคซี

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การดูแลเชิงจิตวิญญาณ (spiritual care) หมายถึง บริการของบุคลากรภายในโรงพยาบาลผู้รับ บริการมุสลิมโดยยึดหลักศาสนาอิสลามและความ ต้องการทางด้านจิตใจ
2. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical environment) หมายถึง การออกแบบบริการภายใน โรงพยาบาลที่ผู้รับบริการสามารถมองเห็นได้และสัมผัส ได้ โดยยึดพื้นฐานทางวัฒนธรรมอิสลามเป็นหลัก
3. ความพอใจ (satisfaction) หมายถึง ความ รู้สึกทางจิตใจของผู้รับบริการทางการแพทย์ที่เป็น บวกจากความชอบใจ ความสบายใจ หรือความสุขใจ ในบริการด้านต่างๆ ของโรงพยาบาลที่โรงพยาบาลได้ นำเสนอ
4. ความเชื่อมั่น (trust) หมายถึง ความเชื่อถือ มั่นใจ และไว้วางใจของผู้รับบริการต่อบริการต่างๆ ที่ ตนได้รับจากการให้บริการของโรงพยาบาล

5. แบรินด์แอตวอคซี่ (Brand Advocacy)

หมายถึง การแสดงออกถึงความภักดีระดับสูงสุดของผู้รับบริการ ด้วยการชื่นชอบ ชื่นชม คลั่งไคล้ต่อโรงพยาบาลอย่างมากและทุ่มเทในการแนะนำ บอกต่อ และชักชวนผู้อื่นให้มาใช้บริการในโรงพยาบาล หรือคอยปกป้องโรงพยาบาลจากความรู้สึกด้านลบของผู้อื่น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา บริการทางการแพทย์บนพื้นฐานวัฒนธรรมของกลุ่มผู้รับบริการที่มีลักษณะเฉพาะ ทำให้โรงพยาบาลในฐานะผู้ให้บริการต้องค้นหารูปแบบบริการที่ผู้รับบริการมุ่งหวังเพื่อนำมาออกแบบบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการที่มีลักษณะเฉพาะของผู้รับบริการได้อย่างแท้จริง ผู้วิจัยเลือกศึกษาด้านการดูแลเชิงจิตวิญญาณและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพบนพื้นฐานทางวัฒนธรรม ความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นและแบรินด์แอตวอคซี่ โดยมีรูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ผู้รับบริการที่เป็นมุสลิมที่ใช้บริการทางการแพทย์โรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์ อย่างยาวนานหรือมีพฤติกรรมแสดงออกถึงความภักดีขั้นสูง และประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่มุสลิมผู้รับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์ ที่มีความรู้ความและความเข้าใจในบริการและหลักศาสนาอิสลาม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับด้านวิชาการ

1. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับด้านวิชาการ ได้แก่ การขยายวรรณกรรมที่เกี่ยวกับบริการเชิงวัฒนธรรมและการจัดการจัดการทรัพยากรภายในองค์กร เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้รับบริการที่มีความ

แตกต่างด้านวัฒนธรรม

2. สนับสนุนยืนยันแนวคิด ทฤษฎีที่นำมาอธิบายในการศึกษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเชิงบริหาร

ได้แก่ การนำผลวิจัยมาปรับใช้ในการออกแบบบริการทางการแพทย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการที่มีลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ที่มีคุณค่ายิ่งต่อธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีการดูแลเชิงวัฒนธรรม (cultural care theory)

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการทฤษฎีการดูแลเชิงวัฒนธรรมและแบบจำลองพระอาทิตย์ขึ้น (Leininger's sunrise model to discover culture care) ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับพยาบาลหรือบุคลากรทางการแพทย์ในการตัดสินใจและปฏิบัติแก่ผู้รับบริการทางการแพทย์ที่มีความต่างวัฒนธรรม โดยผ่านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการดูแลตามวัฒนธรรม ซึ่งสรุปประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องได้ 3 ประเด็น (Leininger, 2002) คือ (1) การดำรงดูแลรักษาตามวัฒนธรรม (cultural care preservation) หมายถึงทีมดูแลสุขภาพจะต้องดูแลผู้รับบริการทางการแพทย์ โดยยอมรับความต่างทางวัฒนธรรมในการบริการ (2) การอำนวยความสะดวกการดูแลด้านวัฒนธรรม (cultural care accommodation) คือการช่วยให้ผู้รับบริการทางการแพทย์สามารถต่อรองกับทีมดูแลสุขภาพในเรื่องของการรักษาพยาบาลและความต้องการทางจิตใจได้ (3) การปรับโครงสร้างการดูแลรักษาตามวัฒนธรรม (cultural care restructuring) คือกระบวนการที่เน้นให้ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในการร่วมมือกันเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตของตนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและ

รูปแบบของการดูแลสุขภาพจากทีมสุขภาพ โดยทีมดูแลสุขภาพยังคงยอมรับวัฒนธรรม ความเชื่อ และค่านิยมของผู้รับบริการเหมือนเดิม

2. ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร (resource base view theory-- RBV)

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร ที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากร (resources) และศักยภาพ (capabilities) ที่มีอยู่ในองค์กรเพื่อให้สามารถตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมภายนอกได้ แทนที่จะพิจารณาในการแข่งขันด้านต้นทุนกับผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง (Wernerfelt, 1984) แนวคิดของทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร ได้เน้นถึงความแตกต่างของทรัพยากรที่เป็นปัจจัยสำคัญทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และจะทำให้องค์กรมีผลประโยชน์ที่ดีกว่าคู่แข่ง ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ดังนั้นการสร้างคุณลักษณะเฉพาะให้เกิดขึ้นกับทรัพยากรขององค์กรจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบคุณลักษณะ 4 ประการคือ (1) ความมีคุณค่า (Value) (2) การหาได้ยาก (Rarity) (3) ต้นทุนลอกเลียนแบบสูง (Imitability) (4) การทดแทนไม่ได้ (Non-substitutable) (Barney, 1991) หากขาดอย่างใดอย่างหนึ่งในองค์ประกอบนี้จะทำให้องค์กรเป็นได้เพียงความเท่าเทียมกันหรือความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ไม่ถาวร

3. ทฤษฎีความต้องการ (Hierarchy of needs Theory)

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีความต้องการ ของ Maslow (1943, 1970) ที่ได้กล่าวถึงระดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (the need – hierarchy conception of human motivation) โดยจะเริ่มจากความต้องการพื้นฐานไปสู่ความต้องการสูงสุดตามลำดับขั้น คือ (1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการของทุกคนทั่วไป เกี่ยวกับ

อาหาร อากาศ เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค (2) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นการดูแลสุขภาพ ป้องกันโรค และการเข้าสู่การรักษาพยาบาล เมื่อเจ็บป่วย (3) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (belongingness and love needs) คือความต้องการการดูแลเอาใจใส่ด้วยความรักจากผู้เกี่ยวข้อง ในกระบวนการดูแล (4) ความต้องการได้รับความนับถือ ยกย่อง (Esteem needs) คือความต้องการในการมีส่วนร่วมในการรักษา สามารถออกความคิดเห็นปรึกษาหารือและการได้รับเกียรติจากผู้ดูแลรักษาคุณภาพ (5) ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (self-actualization needs) คือ ความต้องการส่วนลึกของผู้ป่วยด้านการดูแลเชิงจิตวิญญาณ จากทฤษฎีนี้ จะเห็นว่าคนเรานั้น มีความต้องการสูงขึ้นจากความต้องการทางด้านร่างกายสู่ความต้องการด้านจิตใจ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องสนับสนุนให้ผู้รับบริการได้ปฏิบัติตามหลักวัฒนธรรม ความเชื่อ และความสุจริตใจที่เป็นความต้องการทางจิตวิญญาณที่แท้จริงของแต่ละบุคคล

4. ทฤษฎีอรรถประโยชน์คาดหวัง (Expected utility theory)

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีอรรถประโยชน์คาดหวังของ Von Neuman and Morgenstern (1947) ที่นำมาใช้อธิบายการตัดสินใจของบุคคลทั่วไป ภายใต้สภาวะความเสี่ยงและความไม่แน่นอน โดยจะจัดลำดับความสำคัญของความคาดหวังในแต่ละทางเลือก และเลือกทางเลือกที่ให้ค่าอรรถประโยชน์คาดหวังสูงสุด ซึ่งคุณค่าบริการทางการแพทย์จะต้องออกแบบให้มีคุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากที่สุดทั้งคุณค่าที่สัมผัสได้จากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพหรือคุณค่าที่รับรู้ได้แต่ไม่มีตัวตน เช่น การดูแลเชิงจิตวิญญาณ

5. ทฤษฎีปัจจัยจูงใจ 2 ปัจจัย (two factor theory)

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีปัจจัยจูงใจ 2 ปัจจัยของ Herzberg et al. (1959) ที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้คนรู้สึกพอใจและไม่พอใจในการทำงาน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้คนรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจเป็นปัจจัยคนละประเภทกัน โดยมีอยู่สองแนวคิด คือ แนวคิดที่มีขอบเขตจากความพึงพอใจไปสู่ความพึงพอใจโดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยจูงใจ (motivation factor) ที่เป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจในบริการ และหากขาดปัจจัยนี้จะทำให้เกิดความไม่พอใจ ซึ่งปัจจัยจูงใจเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบริการหลักของโรงพยาบาลที่เป็นปัจจัยกระตุ้นให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ อาทิ การมีแพทย์ พยาบาล พนักงานของโรงพยาบาลและเครื่องมือทางการแพทย์ ซึ่งหากบริการมีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมก็จะทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากขึ้น และแนวคิดที่มีขอบเขตจากความไม่พึงพอใจไปยังความไม่มีความไม่พอใจ มีปัจจัยค้ำจุน (maintenance factors) หรือปัจจัยสุขอนามัย (hygiene factors) เป็นปัจจัยเสริมที่ช่วยลดความรู้สึกไม่พอใจลง ซึ่งหากขาดปัจจัยนี้ไป ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกไม่พอใจและการมีปัจจัยนี้จะลดความไม่พึงพอใจลงได้ ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับบริการหลักของธุรกิจแต่เป็นบริการเสริมที่ช่วยในการอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเข้ารับบริการ เช่น การมีร้านสะดวกซื้อ การมีป้ายบอกทาง และการบริการน้ำดื่มในโรงพยาบาล เป็นต้น

6. ทฤษฎีความเชื่อมั่นและความผูกพันทางการตลาดแบบมุ่งความสัมพันธ์ (commitment & trust theory of relationship marketing)

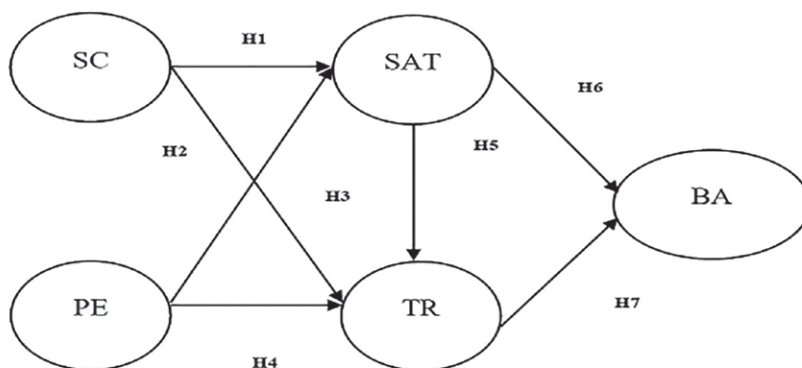
งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีความเชื่อมั่นและความผูกพันทางการตลาดแบบมุ่งความสัมพันธ์ของ Hunt & Morgan (1994) ที่ให้ความสำคัญกับการ

ปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนของการตลาดแบบมุ่งความสัมพันธ์ จากการมีมุมมองใหม่ที่ว่า ความเชื่อมั่นไว้วางใจและความผูกพันเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญ และเป็นสื่อกลาง (key mediating variables-- KMV) ของการตลาดแบบมุ่งความสัมพันธ์ไม่ใช่อำนาจและความสามารถที่จะบังคับผู้อื่น ความเชื่อมั่นและความผูกพันเป็นการสร้างสัมพันธ์ที่แนบแน่นทางการตลาด เป็นสัมพันธ์ภาพที่มีคุณค่า อันก่อให้เกิดความร่วมมือ การคำนึงถึงผลประโยชน์ที่มั่นคงและลดความหวาดระแวงระหว่างกัน ดังนั้นการสร้าง ความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นในบริการ จะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีทางการตลาด

7. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางพฤติกรรม (Norm-activation theory)

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีบรรทัดฐานทางพฤติกรรม ของ Schwartz (1977) ที่มีสมมุติฐานว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นไปเพื่อสิ่งที่ดีขึ้น โดยจะแสดงพฤติกรรมหรือเปลี่ยนพฤติกรรมไปในแนวทางที่สนับสนุนเป้าหมายที่ตนเองคาดหวังไว้ และเมื่อคิดว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องที่ควรได้รับ ก็จะเชื่อมโยงไปถึงความคาดหวังถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมา ซึ่งเป็นผลมาจากคุณค่าที่มีอยู่ในสิ่งที่บุคคลและคนส่วนใหญ่ในสังคมให้ความสำคัญ ความเชื่อ หรือการรับรู้ในคุณค่าของสิ่งนั้น จากบรรทัดฐานของบุคคลเกี่ยวกับคุณค่าในเรื่องดังกล่าว การออกแบบบริการที่สามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้รับบริการจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมาสู่การยอมรับบริการที่มีคุณค่าที่ได้รับจนกลายเป็นผู้มี ความรักติดต่อกันในระดับแอตไคซีได้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้วรรณกรรมในการเชื่อมโยง ตัวแปรทั้งหมดเข้าด้วยกัน และสรุปเป็นภาพของกรอบแนวความคิดการวิจัย ดังนี้



SC = spiritual care, PE = physical environment, SC = satisfaction, TR = trust, BA = brand advocacy

ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม

สมมุติฐานงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ตั้งสมมุติฐานจากการทบทวนวรรณกรรมไว้ 7 สมมุติฐาน ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยการดูแลเชิงจิตวิญญาณ (SC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (SAT)

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยการดูแลเชิงจิตวิญญาณ (SC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ (TR)

สมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (PE) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (SAT)

สมมุติฐานที่ 4 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (PE) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ (TR)

สมมุติฐานที่ 5 ปัจจัยความพึงพอใจ (SAT) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ (TR)

สมมุติฐานที่ 6 ปัจจัยความพึงพอใจ (SAT) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเป็นแบรนด์แอดไวเคซี (BA)

สมมุติฐานที่ 7 ปัจจัยความเชื่อมั่น (TR) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเป็นแบรนด์แอดไวเคซี (BA)

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้รับบริการทางการแพทย์ชาวมุสลิมที่ใช้บริการทางการแพทย์โรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้รับบริการทางการแพทย์ชาวมุสลิมที่ใช้บริการทางการแพทย์โรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์ มาอย่างยาวนาน และมีพฤติกรรมความจงรักภักดีสูงต่อโรงพยาบาล จำนวน 287 ท่าน และกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้รับบริการของโรงพยาบาลที่เป็นมุสลิม และมีความเชี่ยวชาญในหลักศาสนาอิสลามจำนวน 10 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณของงานวิจัยนี้ ได้ใช้แบบสอบถาม (questionnaires) ที่ดัดแปลงจากคำถามของวรรณกรรมที่ได้ศึกษาแล้วเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของงานวิจัยชิ้นนี้ โดยมุ่งเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของการดูแลเชิงจิตวิญญาณ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นและการเป็น

แบรนด์แอตวเคซีของผู้รับบริการ โดยการดูแลเชิงจิตวิญญาณ มีค่าที่ 0.901 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าที่ 0.873 ความพึงพอใจมีค่าที่ 0.903 ความเชื่อมั่นมีค่าที่ 0.897 และ การเป็นแบรนด์แอตวเคซี มีค่าที่ 0.895 ซึ่งเกณฑ์การทดสอบ มากกว่า 0.7 ทั้งหมดถือว่าเชื่อถือได้ (Cortina, 1993; Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2006)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลตามความเหมาะสมของคุณลักษณะของข้อมูล และวัตถุประสงค์สำหรับงานวิจัย ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เป็นสถิติที่ใช้บรรยายคุณลักษณะของประชากร ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์แห่งความผันแปร ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ เพื่อสรุปและอธิบายตัวแปร

2. สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (inferential statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานของการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยการตรวจสอบยืนยันผลความสัมพันธ์ของตัวแปรและหาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยรวม ทั้งทางตรงและทางอ้อมของแต่ละตัวแปร ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling--SEM) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ Factor Analysis เพื่อทำการลดรูปสมการในกรณีการวิเคราะห์สมการโครงสร้างที่เป็น Second Order แล้นำไปวิเคราะห์ด้วย Co-variance based

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการทางการแพทย์ชาวมุสลิมที่ใช้บริการในโรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์ จำนวน 278 คน เป็นหญิงคิดเป็นร้อยละ 58 ชายคิดเป็นร้อยละ 42 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี

คิดเป็นร้อยละ 37 สถานภาพส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 64 และการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57

2. พฤติกรรมการรับบริการของผู้รับบริการทางการแพทย์ชาวมุสลิมที่ใช้บริการ ในโรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์ มีความถี่ในการรับบริการทางการแพทย์ 1 - 2 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 39 สถานะผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นผู้ป่วยนอก คิดเป็นร้อยละ 56 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการทางการแพทย์ต่อครั้ง 1,001 - 5,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 48

3. การดูแลเชิงจิตวิญญาณตามหลักศาสนาอิสลามของบุคลากรภายในโรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.969 ประเด็นเรื่องบุคลากรในโรงพยาบาลเข้าใจหลักศาสนาในการดูแลผู้ป่วยได้อย่างถูกต้อง มีค่าสูงที่สุดคือค่าเฉลี่ย 4.056 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.697 และค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรเพียง 0.172 แสดงถึงความสามารถขององค์การด้านการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลภายในองค์กรให้มีทักษะในด้านบริการที่สอดคล้องตามวัฒนธรรมของผู้รับบริการอย่างแท้จริง

4. การออกแบบสิ่งแวดล้อมทางกายภาพภายในโรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.227 ประเด็นภายในโรงพยาบาลแห่งนี้มีสถานที่ปฏิบัติละหมาด และสถานที่อาบน้ำละหมาดแยกเป็นสัดส่วนสำหรับชายและหญิง มีค่าสูงที่สุดคือค่าเฉลี่ย 4.387 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.690 และค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรเพียง 0.1572 แสดงถึงความสำคัญของการมีสถานที่ในการปฏิบัติศาสนกิจตามข้อบังคับของศาสนาในโรงพยาบาล เนื่องจากว่า ในบริบทของมุสลิมนั้น การทำละหมาดเป็นศาสนกิจที่สำคัญมาก มีช่วงเวลาที่กำหนดและไม่มีข้อยกเว้นสำหรับผู้ป่วย ดังนั้นการได้ปฏิบัติละหมาดในเวลาที่กำหนด จึงเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับมุสลิม

5. ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.979 ประเด็นเรื่องบริการของโรงพยาบาล สามารถตอบสนองตามความคาดหวังของคนที่ป่วยได้อย่างสมบูรณ์มีค่าสูงสุดคือค่าเฉลี่ย 3.979 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.694 และค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรเพียง 0.174 แสดงถึงความสำคัญของบริการด้านจิตวิญญาณผ่านบุคลากรของโรงพยาบาล โดยยึดการออกแบบบริการที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของผู้รับบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการมุสลิมเป็นอย่างมาก

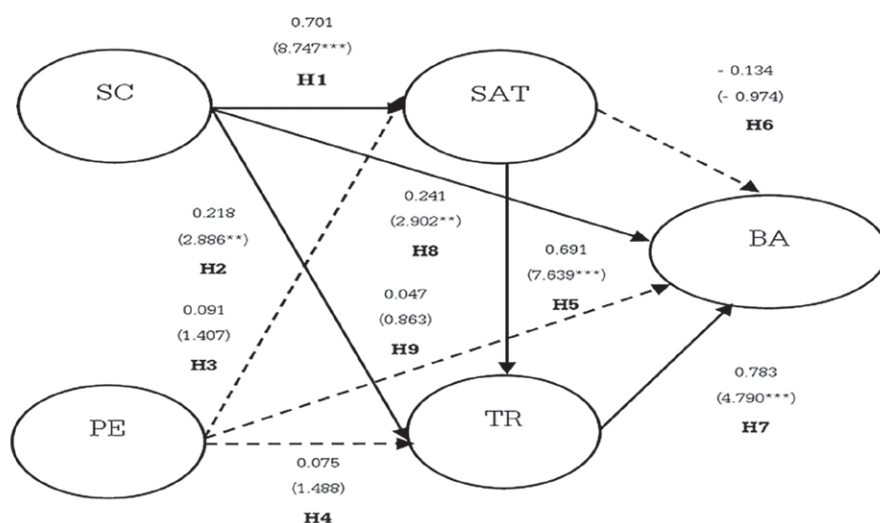
6. ความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.939 ประเด็นเรื่องโรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือในการดูแลรักษามีค่าสูงสุด คือค่าเฉลี่ย 3.979 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.699 และค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรเพียง 0.176

แสดงให้เห็นว่า การออกแบบบริการดูแลทางการแพทย์ที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของผู้ป่วยสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการดูแลรักษาผู้ป่วยอย่างมาก

7. การแสดงออกของผู้รับบริการถึงการเป็นแอตโมสเฟียร์ของโรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.029 ประเด็นเรื่องการช่วยเหลือ โดยใช้ประสบการณ์ที่ได้รับ หากมีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องกับโรงพยาบาลมีค่าสูงสุดคือค่าเฉลี่ย 4.066 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.719 และค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรเพียง 0.177 แสดงให้เห็นว่าการดูแลด้านจิตวิญญาณที่สอดคล้องกับศาสนาและวัฒนธรรมของผู้รับบริการอย่างแท้จริง จะก่อให้เกิดความภักดีขั้นสูงสุด ด้วยการปกป้องโรงพยาบาลจากการพุดในแง่ลบ โดยใช้ประสบการณ์จริงในการตอบโต้และทำตัวเสมือนว่าตนเป็นเจ้าของโรงพยาบาล

การตอบสมมุติฐานด้วยตัวแบบสมการโครงสร้าง

กรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมี 7 สมมุติฐาน (H1-H7) และได้มีการขยายกรอบแนวคิดวิจัยเพื่อเพิ่มการทดสอบและตรวจสอบตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) จึงเพิ่มสมมุติฐานขึ้นอีก 2 สมมุติฐาน (H8 และ H9) ด้วยตัวแบบสมการโครงสร้างดังภาพ 2



ภาพ 2 ผลการวิเคราะห์เส้นอิทธิพลของตัวแปรและการทดสอบตัวแปรส่งผ่าน

จากภาพ 2 สมมุติฐานทั้งหมดของงานวิจัยได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น 4 สมมุติฐานที่ไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ

1. สมมุติฐานที่ 3 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (PE) ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (SAT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.091

2. สมมุติฐานที่ 4 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (PE) ไม่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ (TR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.075

3. สมมุติฐานที่ 6 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (SAT) ไม่มีอิทธิพลต่อการเป็นแบรนด์แอดไวเซอร์ (BA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์ - 0.134

4. สมมุติฐานที่ 9 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (PE) ไม่มีอิทธิพลต่อการเป็นแบรนด์แอดไวเซอร์ (BA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.047

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการของโรงพยาบาลและวัฒนธรรมอิสลาม 10 ท่าน ในองค์ประกอบการดูแลเชิงจิตวิญญาณตามหลักศาสนาอิสลาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า การดูแลเชิงจิตวิญญาณ (spiritual care) ตามหลักศาสนาอิสลามและเป็นการบริการที่เกินความหวัง เป็นการเข้าถึงแก่นแท้ของความต้องการที่ผู้รับบริการไม่คาดคิดว่าจะได้รับบริการเหล่านั้นในโรงพยาบาล จึงเป็นการบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และจะทำให้ลูกค้า muslim บอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการได้ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical environment) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น สถานที่ละหมาด สถานที่อาบน้ำละหมาดเป็นสิ่งสำคัญพื้นฐานที่จะต้องมีการให้บริการลูกค้า muslim อย่างขาดไม่ได้โดยเด็ดขาด เพราะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเหล่านี้เป็นสิ่ง

ที่ทุกธุรกิจที่ให้บริการลูกค้า muslim จะต้องต้องมีในการบริการ การไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติศาสนกิจเหล่านี้ จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พึงพอใจและขาดความเชื่อมั่นได้ ซึ่งมีความไม่สอดคล้องกับผลที่ได้รับจากการวิจัยเชิงปริมาณ อาจเนื่องมาจากประเด็นที่เกี่ยวกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่วนใหญ่มีอายุไม่มาก และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการในช่วงระยะเวลาสั้นๆ ไม่เกิน 1 ชั่วโมงจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านศาสนามากนัก

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยต้นคือ การดูแลเชิงจิตวิญญาณตามหลักศาสนาอิสลามมีค่าอยู่ในระดับมาก เฉลี่ยคือ 3.969 และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีค่าอยู่ในระดับมาก เฉลี่ยคือ 4.227 ส่วนปัจจัยส่งผ่าน คือความพึงพอใจของผู้รับบริการมีค่าอยู่ในระดับมาก เฉลี่ยคือ 3.979 และความเชื่อมั่นของผู้รับบริการมีค่าอยู่ในระดับมาก เฉลี่ยคือ 3.93

และสุดท้ายปัจจัยตาม คือการแสดงออกของผู้รับบริการถึงการเป็นแอดไวเซอร์มีค่าอยู่ในระดับมาก เฉลี่ยคือ 4.029 จึงสรุปได้ว่า ทุกปัจจัยของงานวิจัยนี้มีค่าอยู่ในระดับมาก

การดูแลเชิงจิตวิญญาณมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.701 ที่ระดับนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Clark et al. (2003) พบว่า ระดับการตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์ หรือจิตวิญญาณของพนักงาน มีความสัมพันธ์ที่แน่นหนาต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย และการดูแลเชิงจิตวิญญาณมีผลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.218 ที่ระดับนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zarei, et al. (2014) ที่พบว่า การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ป่วยแบบใส่ใจความเชื่อและอารมณ์ของผู้ป่วย การเอาใจใส่ต่อความรู้สึกในใจของผู้ป่วย การทำความเข้าใจกับ

ความต้องการเฉพาะของผู้ป่วยมีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ป่วย

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.091 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yang and Yoon (2015) ที่พบว่า สิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีผลต่อความพึงพอใจ แต่ผลงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sathiyaseelan and Gnanapala (2015) ที่พบว่า คุณภาพการให้บริการของสถาบันการแพทย์อายุรเวทมีส่วนสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยทุกข้อยกเว้นองค์ประกอบด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่มีผลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.075 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Al-Debil and Al-Waely (2015) ที่พบว่า ลักษณะทางกายภาพสามารถสร้างความเชื่อมั่นไว้ใจต่อกันได้

ความพึงพอใจของผู้รับบริการมีผลเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.691 ด้วยระดับนัยสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alrubaiee and Alkaaida (2011) พบว่าการตอบสนองความต้องการ การสร้างความมั่นใจ การดูแลเอาใจ และความพึงพอใจมีผลต่อความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้รับบริการไม่ส่งผลต่อแบรนด์แอดไวเคซี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.134 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Susanta et al. (2013) ที่พบว่า ความพึงพอใจมีผลกระทบโดยตรงต่อแบรนด์แอดไวเคซี แต่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Souar et al. (2015) ที่พบว่า ความพึงพอใจจะส่งผลผ่านความเชื่อมั่นและความผูกพันไปสู่การรักดีมากกว่าการส่งผลโดยตรงสู่การรักดี

ความเชื่อมั่นของผู้รับบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อแบรนด์แอดไวเคซี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.783 ด้วยระดับนัยสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ Afridi and Khattak (2015) เกี่ยวกับผลกระทบของความเชื่อมั่นต่อแอดไวเคซีของลูกค้า พบว่า ความเชื่อมั่นมีผลต่อแอดไวเคซีของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

1. การนำผลการศึกษาไปใช้

จากข้อมูลเชิงประจักษ์ของงานวิจัย พบว่าการจัดการทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ โดยผ่านกระบวนการฝึกฝนอบรม เรียนรู้และสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะของลูกค้า สามารถสร้างให้ลูกค้าเกิดความภักดีในระดับสูงได้ ในบริบทของโรงพยาบาลที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม การให้บริการเชิงจิตวิญญาณตามหลักศาสนาของผู้ป่วย ส่งผลต่อการเป็นแบรนด์แอดไวเคซีที่เป็นความภักดีระดับสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาประเด็นกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญของแพทย์ ค่าใช้จ่ายในการรักษา สถานที่ตั้งโรงพยาบาล การจัดโปรแกรมชั้นตามช่วงฤดูกาล กิจกรรมทางสังคมในการจัดหน่วยแพทย์และพยาบาลเข้าไปให้ความรู้ตามชุมชนและชื่อเสียงของโรงพยาบาล เหล่านี้เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นส่วนประกอบทางการตลาดที่สำคัญที่อาจส่งผลต่อผลลัพธ์ที่ดีขององค์กร จึงควรนำปัจจัยเหล่านี้มาศึกษาควบคู่กับปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากร

2.2 ควรศึกษาในธุรกิจอื่นที่ประเด็นทางศาสนามีความอ่อนไหวต่อผู้บริโภคชาวมุสลิมมากกว่าประเด็นบริการทางการแพทย์ และเป็นประเด็นที่อาจมีผลโดยตรงต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่ข้องเกี่ยวและไม่เลือกใช้บริการ เช่น ธุรกิจผลิตอาหาร ยารักษาโรค และเครื่องดื่ม เป็นต้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตในการใช้ข้อมูลการวิจัยตอบโจทย์ผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มได้อย่างแท้จริง

Reference

- Afridi, S. A., & Khattak, A. (2015). Impact of trust on customer advocacy: A study regarding health sector of Peshawar. *Abasyn University Journal of Social Sciences*, 8(2), 355-362.
- Al-Debil, H., & Al-Waely, D. F. J. (2015). The effect of services marketing mix dimensions on attracting customers and retaining them: The case of Jordanian insurance companies. *International Journal of Marketing Studies*, 7(5), 132-146.
- Alrubaiee, L., & Alkaaida, F. (2011). The mediating effect of patient satisfaction in the patients perceptions of healthcare quality-patient trust relationship. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1), 103-127.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Boonmalert, W., & Phoothong, B. (2017). Patterns and Strategies of Halal Food Retail Business: A Case Study of Bangkok Metropolitan. *Dusit Thani College Journal*, 11(Special Issue), 267-280. [In Thai]
- Clark, P. A., Drain, M., & Malone, M. P. (2003). Addressing patients emotional and spiritual needs. *Joint Commission Journal on Quality and Safety*, 29(12), 659-670.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha?: An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98-104.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. T., (2006). *Multivariate data analysis*. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work* (2nd ed.). New York: Wiley.
- Hill, S., Provost, F., & Volinsky, C. (2006). Network based marketing: Identifying likely adopters via consumer networks. *Statistical Sciences* 21(2), 256-276.
- Hunt, S. D., & Morgan, R. M. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Leininger, M. (2002). Culture care theory: A major contribution to advance transcultural nursing knowledge and practices. *Journal of Transcultural Nursing*, 13(3), 189-192.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Originally Published in Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality* (2nd ed.). New York: Harper & Row.
- Muslimpopulation. (2017). *World Muslim population*. Retrieved from <http://www.muslimpopulation.com/World/>

- National Statistical Office. (2013). *The 2012 private hospital survey*. Ministry of digital economy and society, Bangkok, Thailand. [In Thai]
- Sathiyaseelan, T., & Gnanapala, W. K. A. C. (2015). Service quality and patients' satisfaction on ayurvedic health services. *American Journal of Marketing Research*, 1(3), 158-166.
- Schwartz, S. H. (1977). Normative influence on Altruism. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 10, pp. 221-279). New York: Academic.
- Souar, Y., Cherifi, D., & Benhabib, A. (2015). The impact of customer satisfaction for their loyalty with the existence of trust and commitment as intermediate variables: The case study of the Algerian Mobilis Telecom. *Management*, 5(1), 1-5.
- Susanta, A. T., Idrus, M. S., & Nimran, U. (2013). The effect of relationship quality on customer advocacy: The mediating role of loyalty. *IOSR Journal of Business and Management*, 10(4), 41-52.
- Von Neuman, J., & Morgenstern, O. (1947). *Theory of games and economics behavior*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Yang, J.-H., & Yoon, J.-A. (2015). Factors affecting the customer satisfaction of cancer patient. *Advanced Science and Technology Letters*, 88, 176-180.
- Yusuf, I. (2016). *The Middle East and Muslim Southeast Asia: Implications of the Arab Spring*. Retrieved from http://www.oxfordislamicstudies.com/Public/focus/essay1009_southeast_asia.html
- Zarei, E., Daneshkohan, A., Khabiri, R., & Arab, M. (2014). The effect of hospital service quality on patient's trust. *Iranian Red Crescent Medical Journal*, 17(1), 2-5.

แนวทางการใช้ประโยชน์จากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด เป็นเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ย : กรณีศึกษาอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี

วิลาสินี หอมระรื่น¹ วิชาชา ภูจินดา²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์การใช้ประโยชน์ และการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ยจากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด และ 2) นำเสนอแนวทางการส่งเสริมการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ยของกลุ่มเกษตรกร เป็นงานวิจัยเชิงผสมผสาน โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด 2 กลุ่ม คือ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน และเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน จำนวน 200 คน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาตามหลัก Triple Bottom Line ครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเกษตรกรมีการใช้ประโยชน์หลักจากเปลือกทุเรียนและมังคุด โดยการนำไปทำเป็นปุ๋ย มีการนำเปลือกมังคุดมาใช้เป็นยารักษาโรค มากไปกว่านั้นมีการนำไปทำเป็นเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งแทนถ่านอัดแท่ง ซึ่งเมื่อได้วิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง โดยใช้ Triple Bottom Line พบว่า คุ้มค่าต่อการลงทุน ซึ่งมีระยะเวลาคืนทุน 46 วัน ทั้งนี้งานวิจัยนี้ได้นำเสนอแนวทางในการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเปลือกทุเรียนและมังคุดเป็นเชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง 3 ด้าน คือ 1) ด้านเศรษฐกิจ ด้วยการทดแทนการซื้อเชื้อเพลิงที่ใช้ในครัวเรือนและผลิตเพื่อจำหน่ายเชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างเสริมรายได้ให้กับครัวเรือนและชุมชน 2) ด้านสังคม ส่งเสริมการพัฒนาคนและสังคมในชุมชนโดยการให้เกษตรกรในพื้นที่มีส่วนร่วมและทำให้เกิดการสร้างงานและอาชีพ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยการกำจัดขยะและเศษเปลือกผลไม้เหลือทิ้ง โดยใช้การเปลี่ยนรูปชีวมวลด้วยความร้อน ลดการใช้ก๊าซ LPG ที่ใช้ในการหุงต้มภายในครัวเรือน (ก๊าซ LPG 1 ถัง (15 กิโลกรัม)) สามารถทดแทนได้โดยใช้เชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกทุเรียน 47.10 กิโลกรัม และเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกมังคุด 39.75 กิโลกรัม ตามลำดับ

คำสำคัญ: เชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง; ปุ๋ย; เปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด; อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
118 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: estrellas_jw@hotmail.com

² ผู้อำนวยการสำนักวิจัย, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Utilization of Durian Shell and Mangosteen Shell as Fuel Briquette and Fertilizer: A Case Study of Kaeng Hang Maeo District, Chanthaburi Province

Wilasinee Homrarueng¹ Wisakha Phoochinda²

Abstract

The purposes of this study were to study the situations, the demand and the feasibility to utilize durian and mangosteen shells and to recommend guidelines to promote the production of fuel briquettes and fertilizers for farmers. Research is the mixed method using the semi-structured interview. The purposively sampling was used with three government officials and the accidental sampling with 200 farmers and entrepreneurs of community enterprises. The results are analyzed by using the descriptive method namely, the Triple Bottom Line was used in three dimensions: economic, social and environmental dimensions.

The study finding revealed that for the farmers, the main utilization of durian and mangosteen shells was for fertilizers and medicine, moreover they use them as fuel briquettes replacing charcoal briquettes. The return on investment by the payback period to produce fuel briquettes by using the Triple Bottom Line is 46 days. Guidelines to promote the utilization of durian and mangosteen shells as fuel briquettes consisted of three dimensions 1) for the economic dimension, the fuel briquettes was used instead of the purchasing the household fuel and produced for commercial purposes was an opportunity to generate income for the households and the community 2) for the social dimension, it promoted the development of people and society in the community by involving the local farmers and providing employment and 3) for the environmental dimension, fruit shell waste was eliminated by changing the form of biomass with heat and reduced the use LPG in households. With one LPG tank (15 kg), it could be replaced by using fuel briquettes produced from 47.10 kg of durian shells and 39.75 kg of mangosteen shells, respectively.

Keywords: Fuel Briquettes; Fertilizers; Durian Shells and Mangosteen Shells; Kaeng Hang Maeo district, chanthaburi Province

Type of Article: Research Article

¹ Science Program in Environmental Management, National Institute of Development Administration
118 Moo 3, Seri Thai Rd., Khlong Chan, Bang Kapi, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: estrellas_jw@hotmail.com

² Director of Research, National Institute of Development Administration

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พลังงานนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาประเทศในทุกๆ ด้าน อาทิ ภาคธุรกิจ ภาคขนส่ง ภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคสังคม เป็นต้น ทั้งนี้ทุกหน่วยงานจึงพยายามหามาตรการในการลดการใช้พลังงานโดยเฉพาะ เชื้อเพลิงจากน้ำมัน จึงมีการสนับสนุนให้ใช้เชื้อเพลิงจากก๊าซธรรมชาติ และการหาแหล่งพลังงานทดแทน ปัจจุบันรัฐบาลมีการส่งเสริมและกำหนดเป้าหมายตามนโยบายที่จะเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนทั้งในรูปของพลังงานไฟฟ้า ความร้อน และเชื้อเพลิงชีวภาพ ภายใต้แผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก พ.ศ. 2558-2579 (Alternative Energy Development Plan: AEDP 2015) คิดเป็นร้อยละ 30 ของการใช้พลังงานขั้นสุดท้ายในปี พ.ศ. 2579 เทียบเท่ากับการลดใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลได้ราว 39,388 ktoe (Kilogram Ton Oil Equivalent : หน่วยพลังงาน) ซึ่งประเมินเป็นมูลค่าการลดใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลได้ 590,820 ล้านบาท (ราคาน้ำมันดิบ 1 ktoe = 15 ล้านบาท) หรือประเมินเป็นก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล เพื่อผลิตพลังงานได้ราว 140 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (Tonnes of Carbon Dioxide Equivalent: tCO₂e) โดยชีวมวลในแผน AEDP 2015 อยู่ในระดับต้นๆ ของ Merit Order (Department of Alternative Energy Development and Efficiency, 2015) สำหรับประเทศเกษตรกรรม พลังงานชีวมวลเป็นพลังงานทางเลือกหนึ่งที่สำคัญในลำดับต้นๆ เนื่องจากชีวมวลเป็นแหล่งพลังงานหมุนเวียน ซึ่งมาจากการสังเคราะห์แสง และเกิดขึ้นหมุนเวียนซ้ำแล้วซ้ำอีกได้ในธรรมชาติ สามารถนำมาใช้ผลิตพลังงาน เพื่อใช้ทดแทนพลังงานที่ได้จากแหล่งพลังงานฟอสซิล ซึ่งมีอยู่อย่างจำกัด และอาจหมดลงได้ อีกทั้งพลังงานชีวมวลยังเป็นการนำเชื้อเพลิงที่มีอยู่ในประเทศมาเพิ่มมูลค่า ซึ่งเป็นการเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมให้ภาคอุตสาหกรรม และชุมชนอีกด้วย

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลกนับตั้งแต่อดีตโดยประชาชนมากกว่าร้อยละ 50 ประกอบอาชีพเกษตรกรรมมีผลผลิตทางการเกษตรหลากหลายชนิดที่มีศักยภาพสูง เศษเหลือใช้สามารถใช้เป็นพลังงานทดแทนได้ เช่น แกลบ ฟาง ชานอ้อย ยอดใบอ้อย เหง้ามัน ช้างข้าวโพด ทะลายปาล์ม เป็นต้น และในปัจจุบันมีการทำอุตสาหกรรมแปรรูปทางการเกษตรแบบครบวงจร เพื่อจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรส่งออกสู่ตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ทั้งนี้จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ในด้านของทรัพยากรดินและแร่ธาตุ จึงทำให้เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของผลไม้ที่ขึ้นชื่อของประเทศไทย เช่น ทุเรียน ลำไย มังคุด เงาะ ลองกอง เป็นต้น ส่งผลให้อาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพหลักที่สำคัญของชาวจังหวัดจันทบุรี และในปัจจุบันได้มีการส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ในจังหวัดจันทบุรี เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ๆ และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลไม้ได้จำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผลไม้ไทยในปัจจุบันนั้นกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดโลก จึงทำให้มีการริเริ่มความคิดสร้างสรรค์ในการแปรรูปผลไม้ให้เก็บรักษาไว้ได้นาน โดยเฉพาะทุเรียน และมังคุดก็เป็นผลไม้ที่เป็นที่นิยมในอันดับต้นๆ ของประเทศไทย การแปรรูปทุเรียนมีได้หลากหลายวิธี เช่น ทุเรียนทอดกรอบ ทุเรียนกวน ลูกอมทุเรียน เป็นต้น ส่วนมังคุดมีการแปรรูป เช่น น้ำมังคุด มังคุดกวน มังคุดอัดเม็ด เป็นต้น สำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ทั้ง 2 ชนิดนี้ มักจะมีเศษวัสดุเหลือใช้จากการแปรรูปสินค้าทางการเกษตร หรือเปลือกทุเรียน และเปลือกมังคุดออกมาจากกระบวนการผลิตด้วย เนื่องจากเป็นผลไม้ที่มีลักษณะเปลือกหนาไม่สามารถนำไปบริโภคได้ หน่วยงานภาครัฐจึงมีนโยบายส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีศักยภาพในการใช้ประโยชน์ในรูปแบบของพลังงานทดแทน หรือพลังงานทางเลือก ซึ่งสามารถนำไปผ่านกระบวนการเผาไหม้โดยตรง หรือ

บางชนิดต้องมีการแปรสภาพให้อยู่ในรูปของการอัดแท่ง เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถนำไปทำเป็นปุ๋ยชีวภาพได้อีกด้วย

จากปัญหาเปลือกผลไม้เหลือทิ้งดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาสถานการณ์การใช้ประโยชน์การผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและการผลิตปุ๋ยจากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด การศึกษานี้ผู้วิจัยเลือกอำเภอแก่งหางแมวเป็นกรณีศึกษา เนื่องจากอำเภอแก่งหางแมวมียานวนครัวเรือนเกษตรกร 11,756 ครัวเรือน ซึ่งมากที่สุดในจังหวัดจันทบุรี (Chanthaburi Provincial Agriculture Office, 2016) และมีศูนย์การเรียนรู้เกษตรพอเพียงจำนวนมาก และเสนอแนวทางการส่งเสริมการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ยของเกษตรกร นับเป็นแนวทางที่มีความเหมาะสมในการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของชุมชนแทนก๊าซหุงต้มและด้วยกระบวนการที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการลงทุนที่ต่ำ สามารถผลิตได้ด้วยตนเอง อีกทั้งยังสามารถเพิ่มมูลค่าเศษเหลือทิ้งให้เกษตรกรได้อีกด้วย เชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจึงเป็นตัวเลือกหนึ่ง ที่จะสามารถพัฒนาให้เป็นพลังงานทางเลือก ที่สามารถทดแทน หรือลดการใช้ก๊าซหุงต้มได้ ลดภาระค่าใช้จ่ายของเกษตรกรได้ในอนาคต

คำถามวิจัย

มีการนำเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดไปใช้ประโยชน์อย่างไรให้คุ้มค่า และไม่มีเศษเหลือทิ้ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การใช้ประโยชน์ และการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ยจากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด ของกลุ่มเกษตรกรในอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ย ของกลุ่มเกษตรกรในอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้ได้ศึกษาสถานการณ์การใช้ประโยชน์ และการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ยจากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด ของกลุ่มเกษตรกร เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ยในพื้นที่อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี โดยช่วงเวลาการศึกษา คือ เดือนมีนาคม – กันยายน พ.ศ. 2560 แสดงดังภาพ 1

ประเทศไทย

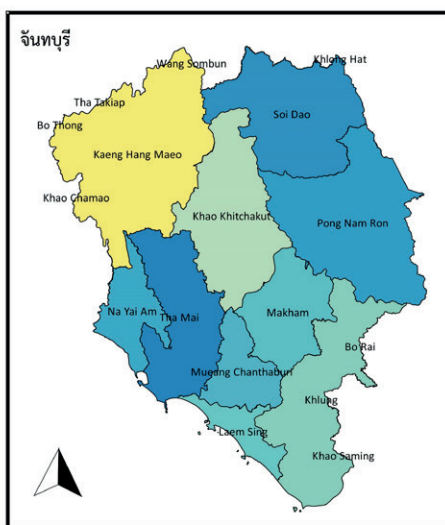


พื้นที่ศึกษาอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี

พื้นที่: 1,154 ตร.กม.

จำนวนประชากรทั้งสิ้น: 41,847 คน

ความหนาแน่นของประชากร: 36 คน/ตร.กม.



10 0 10 20 30 40 km

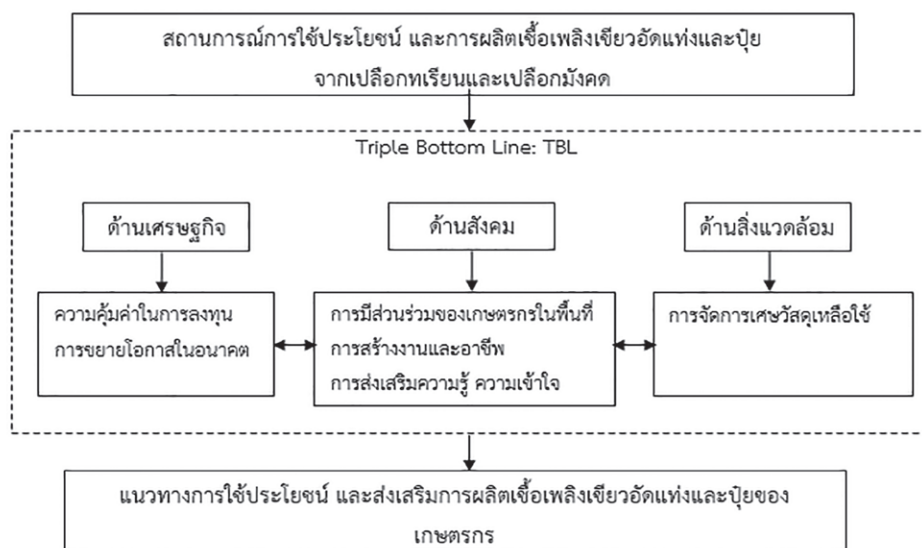
ภาพ 1 พื้นที่ศึกษาอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี

แนวคิด ทฤษฎี และกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ได้นำทฤษฎี Triple Bottom Line (TBL) ซึ่งเป็นแนวคิดของ Elkington โดยพัฒนามาจากแนวคิดเดิมที่ Brundtland Commission ขององค์การสหประชาชาติได้กำหนดไว้เมื่อปี ค.ศ. 1987 โดยเน้นเรื่อง มนุษย์ (People) โลก (Planet) และ กำไร (Profit) คือ ให้ความสำคัญกับการมองคุณค่าและประเมินความสำเร็จขององค์กรอย่างสมดุลทั้ง 3 ด้าน คือ ทั้งด้านเศรษฐกิจ (การทำให้ธุรกิจเติบโต) ด้านสังคม (การเกื้อกูลสังคมรอบข้าง) และด้านสิ่งแวดล้อม (การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม) รวมถึงการดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใส มีบรรษัทภิบาล ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถประเมินความเสี่ยง และตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างครบถ้วน อันจะนำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร (The Stock Exchange of Thailand., n.d.) โดยประยุกต์ใช้การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วตั้งแต่ทศวรรษ 1980 เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรโลก โดยยังสามารถรักษาระดับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

ของมนุษย์ ไม่ให้เกิดภัยจากการผลิตของธรรมชาติ และมุ่งเน้นความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม หรือ Profit-People-Planet ในมุมมองของ TBL ที่มีความเชื่อมโยงกัน และผู้วิจัยได้นำทฤษฎีเทคโนโลยีการแปลงสภาพชีวมวล (Tippayawong, 2010) ซึ่งชีวมวลส่วนใหญ่อาจจำเป็นต้องแปลงสภาพก่อนนำไปใช้งาน โดยการแปลงสภาพชีวมวลเป็นการลดปริมาณความชื้น ที่ส่งผลต่อความร้อนและความเสถวในการเก็บรักษา และปรับปรุงคุณลักษณะของชีวมวล เพื่อให้สะดวกต่อการใช้งาน โดยผู้วิจัยได้เลือกประเภทที่ 1 คือ กระบวนการแปลงสภาพเชิงกายภาพ (Physical Conversion) ได้แก่ การอัดแท่ง (Densification) สำหรับการทำเชื้อเพลิงชีวะอัดแท่ง และเลือกประเภทที่ 2 คือ กระบวนการแปลงสภาพเชิงชีวเคมี (Biochemical Conversion) ซึ่งใช้เชื้อจุลินทรีย์เป็นตัวดำเนินการ ได้แก่ กระบวนการหมักย่อยอัดอากาศ สำหรับการทำปุ๋ย นอกจากนี้จะได้ปุ๋ยแล้วยังสามารถนำไปผลิตก๊าซชีวภาพได้

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังแสดงในภาพ 2 กรอบแนวคิด



ภาพ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงผสมผสาน (Mixed Method) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ (Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interviews) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล และใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน คือ เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร จังหวัดจันทบุรี เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี และเจ้าหน้าที่สำนักงานพลังงาน จังหวัดจันทบุรี และการเลือกแบบบังเอิญ (Convenient Selection) กับกลุ่มประชาชนที่ประกอบอาชีพเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน จำนวน 324 ท่าน โดยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (Phoochinda, 2012) ครั้วเรือนเกษตรกรที่ปลูกทุเรียนมีจำนวน 866 ครั้วเรือนปลูกมังคุดจำนวน 837 ครั้วเรือน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2560) รวมครั้วเรือนเกษตรกรที่ปลูกทุเรียนและปลูกมังคุดมีจำนวน 1,703 ครั้วเรือน ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยสอบถามผู้ที่ปลูกทุเรียนและปลูกมังคุดที่บังเอิญพบที่ว่าการอำเภอแก่งหางแมว และสามารถให้ข้อมูลได้ในขณะนั้น ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามได้จำนวน 200 ชุด โดยมี ความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าได้ที่ร้อยละ 7 และอยู่ในระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ถึงร้อยละ 10 ซึ่งอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น

2 ประเภท คือ แบบสัมภาษณ์สำหรับเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ใช้สัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interviews) โดยมีเนื้อหา เช่น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ย ปัญหาและอุปสรรคในการทำเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ย การส่งเสริมความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ย และแบบสอบถามสำหรับเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน โดยมีประเด็น เช่น ข้อมูลความรู้ ความเข้าใจของเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน ข้อมูลการใช้ประโยชน์จากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด ข้อมูลความเป็นไปได้ของแนวทางการใช้ประโยชน์จากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด

การวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษานี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ทั้งข้อมูลที่ได้รับจากเอกสารต่างๆ ควบคู่ไปกับการทำวิจัยภาคสนามโดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลจากแต่ละกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรวมทั้งจากข้อมูลทุติยภูมิมาทำการตรวจสอบความถูกต้องโดยใช้ การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ ตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อให้ข้อมูลมีความแม่นยำและความน่าเชื่อถือ จากนั้นผู้วิจัยได้สรุปโดยใช้วิธีวิเคราะห์โดยประมวลความคิดเห็นและจัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นต่างๆ ทั้งนี้ในการคำนวณค่าความร้อนของเปลือกทุเรียน เปลือกมังคุดและถ่านอัดแท่ง แสดงดังสมการที่ 1 และการคำนวณราคาเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งต่อกิโลกรัมดังสมการที่ 2

$$\text{อัตราส่วน} = \frac{\text{LPG}}{\text{ค่าพลังงานความร้อนของชนิดเชื้อเพลิง}} \quad (1)$$

$$\text{ราคาผลผลิต 1 กิโลกรัม} = \frac{\text{รายจ่ายในการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง (บาท)}}{\text{ปริมาณเชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง (กิโลกรัม)}} \quad (2)$$

นอกจากนี้ได้มีการศึกษาค่าพลังงานความร้อนในเปลือกทุเรียน มังคุด และถ่านไม้ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ค่าพลังงานความร้อนโดยเครื่อง Bomb Calorimeter ซึ่งเป็นเครื่องมือสำหรับวิเคราะห์ปริมาณความร้อนของวัตถุเชื้อเพลิง ที่ได้มาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือ

ผลการวิจัย

1. สถานการณ์การใช้ประโยชน์ และการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุยจากเปลือกทุเรียนและมังคุด

พื้นที่อำเภอแก่งหางแมว คิดเป็นร้อยละ 10.69 ของพื้นที่ทั้งหมดในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นอันดับ 2 รองลงมาจากอำเภอขลุง และมีพื้นที่การเกษตรเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 16.69 ของพื้นที่การเกษตรในจังหวัดจันทบุรี โดยจากเก็บข้อมูลพบว่า ปริมาณพื้นที่สวนทุเรียน และสวนมังคุดของเกษตรกรในพื้นที่ที่มีพื้นที่เฉลี่ยการเพาะปลูกทุเรียน คิดเป็น 8.75 ไร่ต่อครัวเรือน และพื้นที่เฉลี่ยการเพาะปลูกมังคุด คิดเป็น 6.57 ไร่ต่อครัวเรือน

สถานการณ์ปี พ.ศ. 2560 ผลไม้ในจังหวัดจันทบุรี มีพื้นที่ไม่ผล 720,536 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 37.85 ซึ่งเป็นพื้นที่ไม่ผลที่อยู่ในพื้นที่การเกษตร ผลไม้ที่จังหวัดจันทบุรีปลูก คือ ทุเรียน ลำไย มังคุด เงาะ ลองกอง กัลยไช้ โดยทุเรียน และมังคุดจะเป็นไม้ผลหลักที่มีการปลูกมาก การค้าขายผลไม้ของจังหวัดจันทบุรี มีราคาดีขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เศรษฐกิจดีขึ้นทุกปี มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้ผลไม้มีราคาดีขึ้นตามไปด้วย ทำให้เกษตรกรต้องการให้มีผลผลิตเพียงพอ กับความต้องการของตลาด ซึ่งในปี พ.ศ. 2560 ราคาทุเรียนค่อนข้างดีกว่าปี พ.ศ. 2559 ปัจจุบันชุมชนยังไม่มีมีการรวมกลุ่มทำเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด เนื่องจากยังไม่มีมีการส่งเสริมให้ความรู้ และความเข้าใจ การบริหารจัดการของที่อำเภอแก่งหางแมว แต่มีการรวมกลุ่มทำถ่านอัดแท่ง

โดยมีนายเกรียงศักดิ์ บุญขุนยัง และนางสาวภาณิดา แก้วอยู่ เป็นผู้นำและเป็นผู้ก่อตั้งศูนย์การเรียนรู้สวนเกษตรครึ่งไร่ที่รับซื้อถ่านที่ได้จากการเผาเศษไม้จากการทำการเกษตรโดยใช้เตาเผาถ่าน 200 ลิตร แล้วนำมาเข้าเครื่องบดย่อย เพื่อนำไปเข้าเครื่องอัดแท่ง ทั้งนี้ปัจจุบันมีตลาดรองรับเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งภาครัฐมีความสนใจที่จะส่งเสริมให้เกษตรกรทำ เพื่อนำไปประกอบเป็นอาชีพเสริม เนื่องจากสามารถเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยในเรื่องของสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี และหากมีการขับเคลื่อน พร้อมทั้งสนับสนุนงานวิจัยเกี่ยวกับเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งได้จะเป็นประโยชน์มากกับเจ้าหน้าที่ และเกษตรกร

2. แนวทางการส่งเสริมการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุย ของกลุ่มเกษตรกรในอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี

จากการเก็บข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน พบว่าเกษตรกรในพื้นที่อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 70.50 เพศหญิงร้อยละ 29.50 เกษตรกรมีช่วงอายุที่มากที่สุด คือ 46 - 55 ปี ร้อยละ 40.50 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 36 - 45 ปี ร้อยละ 19.00 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 65 ปี ร้อยละ 10.00 เกษตรกรมีวุฒิการศึกษาในระดับประถมศึกษามากที่สุดร้อยละ 33.50 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 20.50 และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 1.50 กลุ่มประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพหลัก คือ เกษตรกรร้อยละ 87.50 รองลงมาคือ เจ้าของกิจการร้อยละ 8.00 และน้อยที่สุด คือ รับราชการร้อยละ 0.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนมากคือ 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 45.50 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 25.50 และน้อยที่สุดคือ 40,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 1.50

ทั้งนี้การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้หลัก TBL ในการวิเคราะห์ข้อมูลเนื่องจากเป็นแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ทำให้เกษตรกรสามารถพึ่งตนเองได้ โดยคำนึงถึง

มิติ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมที่มีความเชื่อมโยงกัน และสามารถเปรียบเทียบกับการดำเนินงานที่ยั่งยืนในระดับองค์กร ดังนี้

2.1 ด้านเศรษฐกิจ

การที่ชุมชนอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี สามารถสร้างผลกำไรได้มากที่สุด โดยใช้ต้นทุนน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์สูงสุดให้เกิดประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งศูนย์การเรียนรู้สวนเกษตรครึ่งไร่ โดยมีนายเกรียงศักดิ์ บุญขุนยัง และนางสาวฉาณิศา แก้วอยู่ เป็นผู้นำกลุ่มเกษตรกร ได้มีการผลิตถ่านอัดแท่งจากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรทดแทนการซื้อเชื้อเพลิงที่ใช้ในครัวเรือน

และผลิต เพื่อจำหน่ายเชิงพาณิชย์ โดยมีการวิเคราะห์ประเด็น ดังนี้

2.1.1 ความคุ้มค่าในการลงทุน

ศูนย์การเรียนรู้สวนเกษตรครึ่งไร่ ในอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี มีการผลิตถ่านอัดแท่งจำนวน 254 กิโลกรัมต่อวัน ขายได้กิโลกรัมละ 20 บาท โดยใช้วัตถุดิบที่เป็นถ่านจากเกษตรกรจำนวน 200 กิโลกรัมต่อวัน กิโลกรัมละ 8 บาท ใช้แ่่งมันสำปะหลังจำนวน 14 กิโลกรัมต่อวัน กิโลกรัมละ 9 บาท ใช้น้ำจำนวน 40 ลิตรต่อวัน ราคา 0.20 บาท (ลูกบาศก์เมตรละ 5 บาท) ใช้ไฟฟ้าวันละ 30 บาท ใช้คนงาน 2 คน ซึ่งแสดงได้ในตาราง 1

ตาราง 1

การวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน

ปัจจัยกระบวนการผลิต	รายการ	ปริมาณ (บาท)
เงินลงทุน	โรงเรือนผลิตถ่านอัดแท่ง	30,000.00
	เครื่องอัดถ่าน (ทำเอง)	70,000.00
	เครื่องบดย่อยวัตถุดิบ	25,000.00
	รวมเงินลงทุน	125,000.00
รายจ่าย	ค่าถ่านไม้จากเกษตรกร	1,600.00
	ค่าแ่่งมัน 126.00	
	ค่าน้ำประปา	0.20
	ค่าไฟฟ้า 30.00	
	ค่าแรงคนงาน (2 คน)	600.00
	รวมรายจ่าย	2,356.20
รายรับ	ค่าขายถ่านอัดแท่งจำนวน 254 กิโลกรัม	5,080.00

จากตาราง 1 พบว่า ศูนย์การเรียนรู้สวนเกษตรครึ่งไร่ ในอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี คำนวณกำไรสุทธิต่อวันได้โดยการนำรายรับหักออกด้วยรายจ่าย ดังนี้ $5,080 - 2,356.20 = 2,723.80$ บาท

ต่อวัน แสดงว่าศูนย์การเรียนรู้สวนเกษตรครึ่งไร่ต้องผลิตและจำหน่ายถ่านอัดแท่งเป็นเวลา 46 วัน จึงจะคุ้มค่าในการลงทุนจำนวน 125,000 บาท

ปัจจุบันชุมชน และเกษตรกรใช้ก๊าซ LPG (Liquefied Petroleum Gas) ในการหุงต้มในครัวเรือน เพราะมีความสะดวก ติดไฟง่าย แต่เราสามารถใช้เชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง หรือถ่านอัดแท่งมาทดแทน เพื่อเป็นการ

ใช้ทรัพยากรให้เกิดมูลค่าและประโยชน์สูงสุด ผู้วิจัยจึงได้มีการเปรียบเทียบค่าพลังงานความร้อนระหว่างก๊าซ LPG กับค่าความร้อนของเปลือกทุเรียน เปลือกมังคุด และถ่านอัดแท่งได้ ดังตาราง 2

ตาราง 2

การเปรียบเทียบค่าพลังงานความร้อนระหว่างก๊าซ LPG กับค่าความร้อนของเปลือกทุเรียน เปลือกมังคุด และถ่านอัดแท่ง

เปลือกทุเรียน	เปลือกมังคุด	ถ่านอัดแท่ง
$\text{เปลือกทุเรียน} = \frac{49,980}{15,892}$ $= 3.14 \text{ กิโลกรัม}$	$\text{เปลือกมังคุด} = \frac{49,980}{18,816}$ $= 2.65 \text{ กิโลกรัม}$	$\text{ถ่านอัดแท่ง} = \frac{49,980}{19,875}$ $= 2.51 \text{ กิโลกรัม}$

หมายเหตุ: 1. แก๊ส LPG 1 กิโลกรัม ให้พลังงานความร้อนสูงสุดที่ 49,980 จูลต่อกรัม 2. ค่าที่ได้จากการคำนวณ มีค่าความร้อนเท่ากับก๊าซ LPG 1 กิโลกรัม

นอกจากนี้ ก๊าซ LPG ที่ใช้ในครัวเรือน 1 ถัง (15 กิโลกรัม) สามารถทดแทนได้โดยการใช้เชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง หรือถ่านอัดแท่ง สามารถแสดงรายละเอียดดังตาราง 3

ตาราง 3

การเปรียบเทียบก๊าซ LPG 1 ถัง (15 กิโลกรัม) กับเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด และถ่านอัดแท่ง

ชนิดเชื้อเพลิง	ปริมาณการใช้ (กิโลกรัม)
เปลือกทุเรียน	47.10
เปลือกมังคุด	39.75
ถ่านอัดแท่ง	37.65

จากตาราง 3 พบว่า ก๊าซ LPG 1 ถัง (15 กิโลกรัม) สามารถทดแทนได้โดยใช้เชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกทุเรียน 47.10 กิโลกรัม เชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกมังคุด 39.75 กิโลกรัม และถ่านอัดแท่ง

37.65 กิโลกรัม ตามลำดับ ทั้งนี้การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง ทางผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและแสดงรายละเอียดในตาราง 4

ตาราง 4

การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง

ปัจจัยกระบวนการผลิต	รายการ	ปริมาณ (บาท)
รายจ่าย	เปลือกทุเรียน หรือเปลือกมังคุด	0.00
	ค่าแรงแม่	126.00
	ค่าน้ำประปา	0.20
	ค่าไฟฟ้า	30.00
	ค่าแรงงาน (2 คน)	600.00
รวมรายจ่าย		756.20

จากตาราง 4 พบว่า การผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดตามตาราง 1 การวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน จะได้ผลผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกผลไม้ดังกล่าวจำนวน 254 กิโลกรัมเช่นเดียวกัน แต่มีรายจ่ายเพียง 756.20 บาท เนื่องจากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการผลิต และสามารถคำนวณราคาเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งต่อกิโลกรัมได้ ดังนี้

เชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกทุเรียน

$$1 \text{ กิโลกรัม} = \frac{756.20}{254} = 2.98 \text{ บาท}$$

เชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกมังคุด

$$1 \text{ กิโลกรัม} = \frac{756.20}{254} = 2.98 \text{ บาท}$$

ปัจจุบันเกษตรกรใช้ก๊าซ LPG 1 ถัง (15 กิโลกรัม) ราคา 380 บาท แต่ถ้าหากใช้เชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด จะมีค่าใช้จ่ายเพียง 47.10 (LPG 1 ถัง = เปลือกทุเรียน 47.10) $\times$ 2.98 = 140.36 บาท และ 39.75 (LPG 1 ถัง = เปลือกมังคุด 39.75) $\times$ 2.98 = 118.45 บาท ตามลำดับ

2.1.2 การขยายโอกาสในอนาคต

เนื่องจากประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ นิยมบริโภคทุเรียนและมังคุด ซึ่งเป็นผลไม้ที่มีรสชาติ

ดีมากของภาคตะวันออกในประเทศไทย ทำให้มีเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดถูกทิ้งเป็นของเสียปริมาณมาก เกษตรกรในอำเภอแก้งหางเมว จังหวัดจันทบุรี มีความสนใจในการใช้ประโยชน์จากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดมาผลิตเป็นเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ย จึงร่วมกันตั้งกลุ่มเกษตรกรพร้อมกับเชิญวิทยากรที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญมาให้ความรู้ ความเข้าใจ เพื่อเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาส สร้างเสริมรายได้ ทั้งยังเป็นการช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมในอนาคตอีกด้วย

2.2 ด้านสังคม

การพัฒนาคนและสังคมในชุมชนอำเภอแก้งหางเมว จังหวัดจันทบุรี ให้มีความเชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุล เพื่อสร้างสังคมที่มีคุณภาพ มีการวิเคราะห์ประเด็น ดังนี้

2.2.1 การมีส่วนร่วมของเกษตรกรในพื้นที่

กลุ่มเกษตรกรในอำเภอแก้งหางเมว จังหวัดจันทบุรี ควรมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการจากคณะวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งให้กับเกษตรกร ได้มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำกระบวนการ ขั้นตอนต่าง ๆ มาผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดได้ นำผลผลิตมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ พบว่าเกษตรกรได้มีส่วนร่วมกับสำนักงานเกษตรอำเภอ แก่งหางแมว ในการอบรมส่งเสริมให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องปุ๋ยจากโครงการ 9101 ซึ่งเป็นโครงการตามรอยเท้าพ่อภายใต้ร่มพระบารมี เพื่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน เพื่อช่วยในการลดต้นทุน ในการทำการเกษตรของเกษตรกร โดยมีการเฉลี่ยการ อบรม 4-5 ครั้งต่อปีต่อกลุ่ม และเกษตรกรได้ขอให้มีการจัดอบรม ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และสนับสนุน โครงการทำถ่านอัดแท่ง ทำให้เกษตรกรในชุมชนมีการ รวมกลุ่มกันทำถ่านอัดแท่งเพื่อต่อยอดในเรื่องของการ สร้างงานและอาชีพ ในปัจจุบันมีการสื่อสารโดยใช้ เทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในเรื่องการรับ ข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว จนทำให้เกษตรกรรุ่นใหม่กลับมาทำการเกษตรมากขึ้น (Young Smart Farmer) ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากเกษตรกรว่ามีความเป็นไปได้ของแนวทางการใช้ประโยชน์จากเปลือกทุเรียน และเปลือกมังคุด เพื่อนำไปทำเป็นเชื้อเพลิง เชื้อเพลิงอัดแท่งและปุ๋ย พบว่าการทำปุ๋ยชีวภาพทำให้ลด รายจ่ายค่าปุ๋ยเคมี ร้อยละมากที่สุด คือ 90.50 รองลงมา คือ การทำเชื้อเพลิงเชื้อเพลิงอัดแท่งและปุ๋ยชีวภาพ สามารถช่วยลดปัญหาโลกร้อน และทดแทนปุ๋ยเคมีได้ ร้อยละ 86.00 การทำเชื้อเพลิงเชื้อเพลิงอัดแท่ง และปุ๋ย ทำให้เกิดการรวมกลุ่มอาชีพได้ ร้อยละ 79.00 และน้อยที่สุด คือ อนาคตเชื้อเพลิงเชื้อเพลิงอัดแท่งและปุ๋ยชีวภาพ จะเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดได้ ร้อยละ 75.00

2.2.2 การสร้างงานและอาชีพ

ถ้าหากเกษตรกรในอำเภอแก่งหางแมว จังหวัด จันทบุรีประสบความสำเร็จในการขยายพื้นที่และเพิ่ม ผลผลิตไม้ผลทุเรียนและมังคุดได้ตามความประสงค์ ที่ตั้งใจไว้ก็จะทำให้มีการทิ้งเปลือกทุเรียนและเปลือก มังคุดที่ไม่ต้องการเพิ่มขึ้น จึงเป็นโอกาสให้เกษตรกร สามารถนำของเหลือทิ้งดังกล่าวมาทำเป็นเชื้อเพลิง เชื้อเพลิงอัดแท่ง นำไปขายเป็นรายได้เสริมอันเป็นการสร้าง

งานและอาชีพในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ พบว่าการนำเปลือกทุเรียน และเปลือกมังคุดไปผลิต เป็นเชื้อเพลิงเชื้อเพลิงอัดแท่งและปุ๋ยนั้น เป็นอีกทางเลือก หนึ่งที่สามารถนำไปเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริมให้ กับเกษตรกรได้ ซึ่งถ้าหากมีตลาดรองรับเชื้อเพลิงเชื้อเพลิง อัดแท่ง สำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานอำเภอ แก่งหางแมว พร้อมทั้งจะศึกษาข้อมูลและส่งเสริมความ รู้ ความเข้าใจให้กับเกษตรกรนำไปประกอบอาชีพ ซึ่ง สอดคล้องกันในด้านของเศรษฐกิจตามที่ได้กล่าวมา ข้างต้น

2.2.3 การส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ พบว่า เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี และ เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอแก่งหางแมว จังหวัด จันทบุรี ยังไม่มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของเชื้อเพลิง เชื้อเพลิงอัดแท่ง ทำให้ยังไม่มีการส่งเสริมความรู้ ความ เข้าใจไปยังเกษตรกร ส่วนการส่งเสริมความรู้ ความ เข้าใจในเรื่องของปุ๋ยนั้นได้มีการอบรมให้เกษตรกรอยู่ บ่อยครั้ง โดยเฉลี่ย 4 - 5 ครั้งต่อปีต่อกลุ่ม และจากการ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของเกษตรกรนั้น พบว่า ความรู้ ความเข้าใจของเกษตรกรสูงสุด คือ เชื้อเพลิงเชื้อเพลิงอัดแท่งที่ไม่ผ่านกระบวนการเผาไหม้ เรียกว่าการอัดเย็น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.94 รองลงมา คือ ธาตุอาหารของพืชแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ ธาตุ อาหารหลัก และธาตุอาหารรอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.91 และน้อยที่สุด คือ เชื้อเพลิงเชื้อเพลิงอัดแท่งเป็นเชื้อเพลิง สะอาด การเผาไหม้มีประสิทธิภาพสูง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.32 แต่ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐได้มีการส่งเสริมความ รู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับถ่านอัดแท่งที่ผลิตจากเตาเผา 200 ลิตรแทน จึงทำให้การผลิตเชื้อเพลิงเชื้อเพลิงอัดแท่งยังเป็น เรื่องที่ใหม่สำหรับเกษตรกร และยังเป็นเรื่องที่เกษตรกร และศูนย์การเรียนรู้ต่างๆ ในพื้นที่อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรีให้ความสนใจเป็นอย่างมาก

2.3 ด้านสิ่งแวดล้อม

การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพและสามารถช่วยลดปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า เพื่อให้คนรุ่นหลังได้มีโอกาสและมีปัจจัยในการดำรงชีวิต รวมถึงการนำเทคโนโลยีสะอาด เช่น การลดมลพิษที่แหล่งกำเนิด และการนำกลับมาใช้ใหม่ หรือใช้ซ้ำให้มากที่สุด มีการวิเคราะห์ประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของเกษตรกรพบว่าเกษตรกรมีความรู้ ความเข้าใจในด้านการใช้ประโยชน์จากเปลือกทุเรียนมากที่สุด คือ ปุย ร้อยละ 65.00 รองลงมา คือ เชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง ร้อยละ 47.50 และน้อยที่สุด คือ พลาสติกชีวภาพ ร้อยละ 2.50 ส่วนการใช้ประโยชน์จากเปลือกมังคุดมากที่สุด คือ ปุย ร้อยละ 58.00 รองลงมา คือ ยารักษาโรค ร้อยละ 45.50 และน้อยที่สุด คือ อุตสาหกรรมฟอกหนัง ร้อยละ 2.50 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาพื้นที่การเกษตร อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี และได้ทำการวิเคราะห์หาค่าพลังงานความร้อน เพื่อเปรียบเทียบระหว่างตัวอย่างทั้ง 3 ชนิด คือ เปลือกทุเรียน เปลือกมังคุด และถ่านไม้ที่ได้จากศูนย์การเรียนรู้สวนเกษตรครึ่งไร่ โดยจากการวิเคราะห์ค่าพลังงานความร้อน พบว่าถ่านไม้ให้ค่าพลังงานความร้อนมากที่สุด คือ 19,875 จูลต่อกรัม รองลงมา คือ เปลือกมังคุด 18,816 จูลต่อกรัม และค่าพลังงานความร้อนที่น้อยที่สุด คือ เปลือกทุเรียน 15,892 จูลต่อกรัม ซึ่งสอดคล้องกันในด้านของเศรษฐกิจและสังคมตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น

จากผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งที่ไม่ผ่านกระบวนการเผาไหม้ว่า ใช้วิธีการอัดร้อน และเป็นเชื้อเพลิงสะอาด การเผาไหม้มีประสิทธิภาพสูง ส่วนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับปุ๋ยนั้น มีธาตุอาหารของพืชแบ่งออกเป็น

3 ส่วน คือ ธาตุอาหารหลัก ธาตุอาหารรอง และธาตุอาหารเสริม และความคิดเห็นของเกษตรกรอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีความเป็นไปได้ในอนาคตของการใช้ประโยชน์จากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดที่จะลงทุนนำไปทำเป็นเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้มีการแนะนำแนวทางการทำเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ย โดยมีขั้นตอนและวิธีการทำ คือ นำเปลือกทุเรียน หรือเปลือกมังคุดที่หั่นเป็นชิ้นเล็กๆ แล้วมาตากให้แห้ง เพื่อไล่ความชื้น บนพื้นปูนซีเมนต์กลางแจ้งเป็นระยะเวลา 3 วัน (เปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ) เมื่อเปลือกทุเรียนหรือเปลือกมังคุดแห้งสนิทแล้ว นำไปเข้าเครื่องบดย่อยกิ่งไม้ และเก็บที่ย่อยแล้วบรรจุใส่กระสอบ โดยไม่ให้โดนน้ำ หรือความชื้น จากนั้น เตรียมตัวประสาน คือ น้ำแอมโมเนียสำหรับปลูก โดยเตรียมแอมโมเนียสำหรับปลูกและน้ำในสัดส่วน แอมโมเนียสำหรับปลูก 50 กรัม ต่อน้ำ 1 ลิตร มาให้ความร้อนและกวนจนมีลักษณะเหนียวข้นเป็นแป้งเปียก จากนั้น นำเปลือกทุเรียน หรือเปลือกมังคุด 1 กิโลกรัม ผสมน้ำแอมโมเนียสำหรับปลูก 1.25 ลิตร ที่เตรียมไว้ไปอัดแท่ง เป็นแท่งเชื้อเพลิงรูปทรงกระบอกในเครื่องอัดร้อน หรือเครื่องอัดถ่านแท่ง และตัดแท่งเชื้อเพลิงให้มีความยาวประมาณ 50 เซนติเมตร หรือตามต้องการ นำเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งที่ได้ไปผึ่งแดด เพื่อเป็นการลดความชื้นและทำให้เชื้อเพลิงมีความแข็งและประสานกัน โดยวางบนพื้นปูนซีเมนต์กลางแจ้ง เพื่อรับความร้อนจากแสงอาทิตย์โดยตรง การผึ่งแดดจะใช้เฉพาะในช่วงที่มีแสงแดด โดยผึ่งแดดตั้งแต่เช้าจนถึงตอนเย็นเมื่อไม่มีแสงแดดก็นำผ้าใบพลาสติกมาคลุม เพื่อกันความชื้นจากน้ำค้าง หรือน้ำฝน ใช้เวลาตากแดดประมาณ 4 - 5 วัน (เปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ) จึงเก็บใส่ถุงพลาสติกมัดปากถุงให้แน่น สามารถใช้ได้ทันที

การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยแนวทางการใช้ประโยชน์จากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดเป็นเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุย: กรณีศึกษาอำเภอแก้งหางเมว จังหวัดจันทบุรี สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ ดังนี้

เปลือกทุเรียนมีค่าพลังงานความร้อน 15,892 จูลต่อกรัม เปลือกมังคุดมีค่าพลังงานความร้อน 18,816 จูลต่อกรัม และถ่านอัดแท่งมีค่าพลังงานความร้อน 19,875 จูลต่อกรัม แสดงว่าผลิตภัณฑ์ทั้งสองชนิดมีคุณภาพในการให้พลังงานความร้อนได้ดีเมื่อเทียบกับถ่านอัดแท่ง และจากการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนการผลิตถ่านอัดแท่ง พบว่า ลงทุนปัจจัยกระบวนการผลิตจำนวน 125,000 บาท สามารถคืนทุนได้ใน 46 วัน เมื่อเทียบกับกำไรที่ได้จำนวน 2,723.80 บาทต่อวัน ซึ่งเห็นได้ว่าการทำอาชีพผลิตถ่านอัดแท่งขายเป็นอาชีพที่สามารถทำกำไรได้ดีให้กับเกษตรกรในอำเภอแก้งหางเมว จังหวัดจันทบุรี อีกทั้งยังสามารถใช้เชื้อเพลิงชีวอัดแท่งเพื่อทดแทนก๊าซ LPG ที่ใช้ในครัวเรือนได้ จากทฤษฎี Triple Bottom Line (TBL) แสดงให้เห็นว่ามีมิติทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ สามารถสร้างผลกำไรได้มากที่สุด โดยใช้ต้นทุนน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์สูงสุดให้เกิดประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจจากการผลิตถ่านอัดแท่งของศูนย์การเรียนรู้สวนเกษตรครึ่งไร่ จากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร (ถ่านไม้, กะลา) ทดแทนการซื้อเชื้อเพลิงที่ใช้ในครัวเรือนและผลิตเพื่อจำหน่ายเชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างเสริมรายได้ให้กับครัวเรือนและชุมชนอีกทางหนึ่ง โดยความคุ้มค่าในลงทุนแสดงให้เห็นว่าการลงทุนทำถ่านอัดแท่งของศูนย์การเรียนรู้สวนเกษตรครึ่งไร่สามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาประมาณ 2 เดือน และค่าพลังงานความร้อนของเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งสามารถใช้ทดแทนก๊าซหุงต้ม (LPG) ที่ใช้หุงต้มในครัวเรือนได้ ด้านสังคม ส่งเสริมการพัฒนาคนและสังคมในชุมชนอำเภอแก้งหางเมว จังหวัดจันทบุรี ให้มีความ

เชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลเพื่อสร้างสังคมที่มีคุณภาพ และด้านสิ่งแวดล้อม สามารถใช้ประโยชน์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในอำเภอแก้งหางเมว จังหวัดจันทบุรี โดยการกำจัดขยะและเศษเปลือกผลไม้เหลือทิ้ง คือ เปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด นำมาผลิตเป็นเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุย เป็นการลดปัญหาโลกร้อน ลดปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า ลดการใช้สารเคมีในการทำเกษตร ทั้งนี้ เทคโนโลยีการเผาไหม้ เป็นการเปลี่ยนรูปชีวมวลด้วยความร้อน และความร้อนที่ได้จะถูกนำไปใช้ประโยชน์โดยตรง เป็นการเสียความร้อนครั้งเดียว เพราะชีวมวลจัดเป็นวัสดุที่ใช้คาร์บอนในการเจริญเติบโต จึงจัดว่าการเผาไหม้โดยตรงไม่เป็นการเพิ่มปริมาณแก๊สคาร์บอนไดออกไซด์ให้ชั้นบรรยากาศ (Carbon Zero) และลดการใช้ก๊าซ LPG ที่ใช้ในการหุงต้มภายในครัวเรือน ซึ่งก๊าซ LPG 1 ถัง (15 กิโลกรัม) มีค่า Emission Factor เท่ากับ 3.1133 kgCO₂ eq./kg. พบว่าก๊าซ LPG 1 ถัง (15 กิโลกรัม) สามารถทดแทนได้โดยใช้เชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกทุเรียน 47.10 กิโลกรัม และเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งจากเปลือกมังคุด 39.75 กิโลกรัม ตามลำดับ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า แนวทางการใช้ประโยชน์จากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดเป็นเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุย กรณีศึกษาอำเภอแก้งหางเมว จังหวัดจันทบุรี ตามแผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก พ.ศ. 2558 - 2579 จึงสามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบและขยายผลได้โดยการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับ Ussawarujikulchaia, Semsayun, Prapakdee, Pieamsuwansiri and Chucha (2011) ได้ศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการนำเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดมาใช้ประโยชน์ในรูปแบบเชื้อเพลิงอัดแท่ง โดยมีตัวประสานคือ แป้งมันสำปะหลัง และโมลาสในอัตราส่วนที่แตกต่างกันแล้วอัดโดยใช้วิธีการอัดเย็น

พบว่าเชื้อเพลิงอัดแท่งที่ผลิตจากเปลือกทุเรียนและใช้ตัวประสานเป็นแป้งมันสำปะหลังมีค่าความร้อนสูงสุด คือ 4,348 แคลอรีต่อกรัม ซึ่งมีความร้อนใกล้เคียงกับฟืนไม้ เชื้อเพลิงอัดแท่งมีความชื้นและปริมาณขี้เถ้าต่ำ และพบว่าการแตกปะทุขณะติดไฟน้อย มีกลิ่นและควันน้อย ไม่แตกหักง่ายทำให้สะดวกในการเก็บรักษาและการขนส่ง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการนำเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดมาทำเป็นเชื้อเพลิงอัดแท่งแทนฟืนไม้และถ่านจึงเป็นแนวทางหนึ่งของการนำเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร หรือจากการแปรรูปสินค้าทางการเกษตรมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด Sawangpanyangkura, Manochai, Chitov, and Nitatwichit (2012) ได้ศึกษาสัดส่วนผสมเหมาะสมในการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ระหว่างเปลือกมะม่วงสุกของโรงงานบริษัท ลานนาเกษตรอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดเชียงใหม่กับเศษใบไม้ และมูลโค ด้วยระบบกองเติมอากาศ แต่เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการพัฒนาต่อยอดระบบกองเติมอากาศมาเป็นวิธีวิศวกรรมแม่โจ้ 1 ที่ไม่จำเป็นต้องอัดอากาศเข้ากองปุ๋ยอีกต่อไป โดยอาศัยหลักการของการพาความร้อนทำให้มีการไหลเวียนของอากาศเข้าไปในกองปุ๋ยตามธรรมชาติ ผลการทดลองพบว่า การย่อยสลายใช้เวลาในกระบวนการประมาณ 60 วัน และ Tantistatayakul, Phongkasem, Phooyar and Taibangury (2015). ได้ศึกษาเป็นความเป็นไปได้ ในการนำทางมะพร้าวมาผลิตเป็นเชื้อเพลิงชีวมวลอัดแท่ง สำหรับใช้เป็นพลังงานทดแทนในชุมชนโดยศึกษาความเหมาะสมทางเทคนิคคือสมบัติด้านเชื้อเพลิงของแท่งเชื้อเพลิงและความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของการผลิตแท่งเชื้อเพลิงเพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการโดยชุมชน ในทางปฏิบัติแท่งเชื้อเพลิงในงานวิจัยนี้ใช้น้ำแป้งมันสำปะหลังที่อัตราส่วนต่างๆ เป็นตัวประสานอัดขึ้นรูปด้วยวิธีอัดเย็นและได้ทำการทดสอบสมบัติทางด้านเชื้อเพลิงตามมาตรฐาน ASTM ผลการศึกษาพบว่า เพียงพอต่อการใช้เป็นเชื้อเพลิงทดแทนสำหรับ

ชุมชน ทดแทนฟืนไม้ได้ ผลการศึกษาความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์พบว่า การผลิตเชื้อเพลิงชีวมวลอัดแท่งจากทางมะพร้าวมีความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ ผลตอบแทนมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน สามารถดำเนินการได้ในทางปฏิบัติ นอกจากนี้โครงการมีระยะเวลาคืนทุน 5 ปี 1 เดือน ซึ่งไม่นานมากเมื่อเทียบอายุการใช้งานปกติของเครื่องจักรทำให้โครงการมีความเสี่ยงต่อการขาดทุนต่ำ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางในการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการ

1. ควรมีการจัดให้มีวิทยากรมาอบรมความรู้ความเข้าใจ และส่งเสริมให้มีการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งโดยใช้วัสดุเหลือใช้ในห้องถิ่น เช่น เปลือกทุเรียน และเปลือกมังคุด และจัดหางบประมาณในการสนับสนุนวัสดุ อุปกรณ์ในการทำเชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง
2. ควรมีการติดตามผลจากเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกรต้นแบบที่ได้มีการอบรมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง จัดตลาดในการจำหน่ายเพื่อเป็นการส่งเสริมการสร้างอาชีพให้กับเกษตรกร และการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งให้กับชุมชน และจังหวัดอื่นๆ ที่มีไม้ผลเปลือกแข็งเช่นเดียวกัน ยกตัวอย่าง เช่น จังหวัดชุมพรที่มีผลผลิตทุเรียนสูงที่สุด
3. ควรมีการส่งเสริมเกษตรกรหันมาปลูกไม้ผลที่เป็นเศรษฐกิจของจังหวัดจันทบุรี คือ ทุเรียน และปลูกมังคุดเพิ่มมากขึ้น เพราะผลไม้ทั้ง 2 ชนิดนี้นับเป็นผลไม้ประจำจังหวัดที่ขึ้นชื่อมาก และได้รับความนิยมอย่างมากทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ
4. ควรจัดให้มีศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับเชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง เนื่องจากเกษตรกรมีความสนใจในแนวทางการใช้ประโยชน์จากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุดมาทำเป็นเชื้อเพลิงชีวอัดแท่ง

5. ควรกำหนดเป็นวาระการปฏิบัติในระดับจังหวัดเรื่องการทดแทนพลังงานความร้อนจากการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งที่ได้จากเปลือกทุเรียนและเปลือกมังคุด
6. ควรจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย โดยจัดบันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้วัตถุดิบต่างๆ ในกระบวนการการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ย และควรมีการจัดบันทึกรายปีเพื่อเปรียบเทียบผลกำไรในการลงทุน สามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบและแนวทางในการศึกษาการผลิตเชื้อเพลิงชีวอัดแท่งและปุ๋ย

Reference

- Chanthaburi Provincial Agriculture Office. (2016). *Local Administration*. Bangkok: Ministry of Agriculture and Cooperatives. [In Thai]
- Department of Alternative Energy Development and Efficiency. (2015). *Alternative Energy Development Plan: AEDP 2015*. Bangkok: Ministry of Energy. [In Thai]
- Phoochinda, W. (2012). *Environmental Research Methodology and Statistics* (2nd ed.) Bangkok: Bangkok Block. [In Thai]
- Sawangpanyangkura, T., Manochai, P., Chitov, T., & Nitatwichit. (2012). *Composting of industrial ripen mango peel waste*. Chiang Mai. Maejo University. [In Thai]
- Tantisattayakul, T., Phongkasem, S., Phooyar, P., & Taibangury, P. (2015). Community-Based Renewable Energy from Biomass Briquettes Fuel from Coconut Leaf. *Journal of Science and Technology*, 23, 418-431.[In Thai]
- The Stock Exchange of Thailand. (n.d.). *Triple Bottom Line or TBL*. Retrieved from http://www.set.or.th/sustainable_dev/th/st/knowledge/principles_p1.html?printable=true. [In Thai]
- Tippayawong, N. (2010). *Biomass conversion technology*. Bangkok: Technology Promotion Association [In Thai]
- Ussawarujikulchaia, A., Semsayun, C., Prapakdee, N., Pieamsuwansiri, N., & Chuchat, N. (2011). *Utilization of durian and mangosteen peels as briquette fuel*. Bangkok: Faculty of Environment and Resource Studies. Mahidol University. [In Thai]

การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารระบบคลังสินค้าเพื่อสร้างรายได้เปรียบ ทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี

วิไล พึ่งผล¹ ดวงใจ จันทร์ดาแสง² ประสพชัย พสุนนท์³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการพัฒนาประสิทธิภาพของการบริหารระบบคลังสินค้าเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี (2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการทำงานระบบ WMS และการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรีและ (3) เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางด้านจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานแบบคู่ขนาน การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีสนทนากลุ่ม 50 คน และเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากผู้ทำงานด้านคลังสินค้าระบบ WMS สุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ทั้งสิ้น 302 ฉบับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วย Path Analysis with Latent Variables

ผลการวิจัยบรรลุตามวัตถุประสงค์ทุกข้อ โดยสามารถสรุปผลรายละเอียดดังนี้ (1) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านระบบ WMS ที่ส่งผลเชิงบวกต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS พบแนวคิดของทุกระดับตรงกันที่จะต้องพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารต้นทุนให้ต่ำที่สุด ใช้ทรัพยากรคุ้มค่า มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ในระบบจัดเก็บและใช้พื้นที่ให้คุ้มค่า สามารถให้บริการลูกค้าถูกต้อง ตรงเวลา (2) ระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าที่ส่งผลเชิงบวกต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS พบผู้บริหารระดับสูงจัดประชุมกับทุกระดับเพื่อปรึกษาแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารสินค้าคงคลังกำหนดเป็น KPI แต่ก็ยังพบความขัดแย้งกัน จึงต้องมีการกำกับและจัดประชุมจากหัวหน้างานอย่างเคร่งครัด (3) ทักษะการใช้งาน WMS ที่ส่งผลเชิงบวกต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS จากการวิจัยพบว่าต้องพัฒนาระบบใหม่ให้ใช้งานคู่ขนานกับระบบเก่า

คำสำคัญ: การบริหารระบบคลังสินค้า; ความได้เปรียบทางการแข่งขัน; ชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110, ประเทศไทย
อีเมล: wilaiploy@gmail.com

² สาขาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

³ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, จังหวัดเพชรบุรี

Performance Development of Warehouse Management System to Create Competitive Advantage of Motorcycle Spare Parts Industry Entrepreneurs for Thailand 4.0 Era in Chonburi Province

Wilai Phungphol¹ Duangjai Jandasang² Prasopchai Pasunon³

Abstract

This research aimed to: (1) Study the efficiency improvement of warehouse management system to create a competitive advantage for Thailand's motorcycle spare parts industry. (2) To examine the consistency of the model, the structural equation of the warehouse development performance factors that influence the readiness of the WMS system, and to create a competitive advantage for the motorcycle spare parts industry Thailand 4.0 in Chonburi Province and (3) To be the best way to develop potential personnel in warehouse management. The research used mixed methods with Convergent Parallel Design which focused on finding the facts from qualitative research to deepen data from key informants by means of triangles. The data were collected from a total of 50 data-saturated and quantitative data collectors. The sampling at the warehouse and responding on 302 questionnaire. Analysis of data with Latent Variables.

The results of this research met all objectives. The details were summarized as follows: (1). The development of the WMS personnel potential that positively influences the readiness of the WMS system. The concept of all levels corresponds to the need to develop the lowest cost management personnel. Use resources focus on creativity in the storage system and use the space to make it worthwhile. Accurate, and timely delivery of goods and services. (2). WMS preparedness meets senior executives at all levels to discuss how to improve inventory management efficiency by using KPI, but the research found the conflict had to be strictly supervised by the supervisor. (3). WMS usage skills positively influenced the readiness of the WMS system. The research found that the new system should be developed in parallel with the old system.

Keywords: Warehouse Management System; Competitive Advantage; Motorcycle Spare Parts

Type of Article: Research Article

¹ School of Entrepreneurship and Management, Bangkok University, Bangkok 10110
 119 Rama IV Road, Phra Khanong Subdistrict, Khlong Toei District, Bangkok: 10110, Thailand
 E-Mail: wilaiemploy@gmail.com

² College of Logistics and Supply Chain, Sunandha Rajabhat University

³ Faculty of Management Science, Silpakorn University, Petchaburi

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานะเศรษฐกิจปัจจุบันมีความผันผวนทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม จากทั้งภายในและภายนอกประเทศส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนอะไหล่ที่มีการแข่งขันสูงจากประเทศแถบอาเซียนที่มีการเพิ่มผลผลิตและยอดขายสูงมากขึ้น จึงเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการโดยเฉพาะอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์จะต้องศึกษาแนวทางในการพัฒนาอุปกรณ์ / เครื่องมือและศักยภาพของบุคลากรในองค์กรทั้งที่พร้อมและไม่พร้อมทั้งระบบ (Oludele, Ogu, Shade, & Chinecherem, 2014) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเล็งเห็นความสำคัญที่จะต้องให้การสนับสนุนจุดแข็งในพื้นที่อุตสาหกรรมบริการด้านโลจิสติกส์ได้กำหนดนโยบายขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจชุดใหม่ กระจายสู่ภาคตะวันออก เช่น จังหวัดชลบุรี โดยสร้างฐานงานหรือแพลตฟอร์มการพัฒนาประสิทธิภาพของการบริหารระบบคลังสินค้าเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้านโลจิสติกส์ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศในระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) สู่การเป็น “ประเทศไทย 4.0” ด้วยการพัฒนาระบบคลังสินค้านำร่องรับทุกกระบวนการแบบเบ็ดเสร็จ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคประเทศไทย 4.0 (Ministry of Industry, 2016)

ปีงบประมาณ 2561 กองโลจิสติกส์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกำหนดนโยบายพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานอุตสาหกรรมในพื้นที่ที่มีศักยภาพเชิงเศรษฐกิจและแผนปฏิบัติการสำคัญส่งเสริมโปรแกรมระบบงานประยุกต์ เชื่อมโยงสู่ระบบด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ด้วยระบบเทคโนโลยีทันสมัย เช่น ระบบบริหารจัดการคลังสินค้า ระบบบริหารการขนส่ง ให้มีความสามารถทางการแข่งขันในยุคประเทศไทย 4.0 และยกระดับสถานประกอบการ

ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก เช่น จังหวัดชลบุรี (Asawachintachit, 2017) ที่มีโลจิสติกส์กับอุตสาหกรรมผลิตรถจักรยานยนต์และชิ้นส่วนอะไหล่จำนวนมากให้มีความพร้อมในการแข่งขันทางการจัดการต้นทุนของโลจิสติกส์ ดังนั้นกองโลจิสติกส์จึงจำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนให้สอดคล้องกับการพัฒนาระเบียงเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออกอันจะสร้างประโยชน์จากโอกาสทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในอนาคตอย่างเต็มศักยภาพ โดยมีเป้าหมายหลักที่จะพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการด้านโลจิสติกส์ภายในองค์กรเชื่อมต่อกับโซ่อุปทานของสถานประกอบการและกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพต่อการเพิ่มรายได้ของประเทศไทยโดยนำระบบการบริหารคลังสินค้าเชิงลึกประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการเป็นเครื่องมือปรับปรุงกระบวนการภายในให้เกิดประสิทธิผล ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการลดต้นทุนโลจิสติกส์ในระยะยาว (Logistics Talk, 2017)

จากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความจำเป็นของการพัฒนาประสิทธิภาพของการบริหารระบบคลังสินค้าเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี โดยใช้แนวคิดทฤษฎี Michael Porter's value Chain เป็นแนวคิดทฤษฎีหลักในงานวิจัยนี้ รวมทั้งต้องการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS โดยผลของการวิจัยจะเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางด้านจัดการคลังสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพัฒนาประสิทธิภาพของการบริหารระบบคลังสินค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี

2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการทำงานระบบ WMS และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี

3. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางด้านจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้ได้ตัวแปรตามที่ใช้ในงานวิจัย คณะผู้วิจัยศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ดังนี้

การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารระบบคลังสินค้า

การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารระบบคลังสินค้าจะเกิดประสิทธิผลได้นั้นจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับ 3 ปัจจัยคือ (1) ด้านบริหารระบบทันสมัยรองรับกับทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงานและตรวจสอบอย่างโปร่งใสได้ทุกขั้นตอน เรียกว่า ระบบ WMS (2) ทักษะการใช้งานระบบ WMS อย่างคุ้มค่าด้วยทักษะความชำนาญและการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ และ (3) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้และความเข้าใจในกระบวนการทำงานและระบบอย่างไร้รอยต่อ เพื่อความรวดเร็วของ

การทำงาน คุณภาพและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน (Van Den Berg, 2012) จึงเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานกับระบบเพื่อให้เกิดประสิทธิผลด้านคุณภาพและความผิดพลาดจนอาจสูญเสียทรัพยากรสิ้นและลูกค้า

การเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS

การเตรียมความพร้อมรองรับทางด้านการตลาดที่มีความต้องการแรงงานกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์จำนวน 200,555 คนตั้งแต่ พ.ศ. 2561-2562 รัฐบาลและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมนี้จึงต้องวางแผนเพื่อให้ประเทศไทยสามารถขยายการผลิตรถจักรยานยนต์ได้ไม่ต่ำกว่า 3 ล้านคัน จึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านชิ้นส่วนอะไหล่ที่ส่งผลต่อระบบการบริหารคลังสินค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคประเทศไทย 4.0 (New Horizons of Investment Eastern Economic Corridor-EEC, 2017) โดยเฉพาะผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่มีพื้นที่จัดเก็บสินค้าที่ค่อนข้างจำกัดและอาจต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับปริมาณชิ้นส่วนอะไหล่ที่มียอดแนวโน้มเติบโตของตลาดภายในประเทศเท่ากับ 1.82-1.86 ล้านคันใน พ.ศ. 2561 และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.84 - 1.90 ล้านคันใน พ.ศ. 2562 (Motorcycle Industry Report, 2017) จึงต้องมีระบบการบริหารคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการพัฒนาประสิทธิภาพที่รัฐบาลต้องการสำรวจและแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับยุคประเทศไทย 4.0 พ.ศ. 2561 เป็นต้นไป (Kitti-threerapronchaia and Phumchusri, 2014)

การบริหารระบบคลังสินค้า

การบริหารระบบคลังสินค้า หรือเรียกว่า Ware-hours Management System เรียกว่า WMS

เป็นระบบการบริหารภายในคลังสินค้าตั้งแต่ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยี บริหารกระบวนการภายใน กระบวนการภายนอก เช่น ลูกค้า และการบริหารระบบ (Porter and Kramer, 2002) การคาดการณ์ / แนวโน้มในการกระจายสินค้าปัจจุบันคำนวณจากปริมาณสินค้าในแต่ละปีในอุตสาหกรรมขึ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์จำนวนมากตั้งแต่มอเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดจนถึงขนาดเล็กตั้งแต่ 1 เซ็นติเมตร การจัดเก็บจึงต้องระมัดระวังและบริหารจัดการอย่างเป็นระบบโดยมีเทคโนโลยีทันสมัยเพื่อความถูกต้องแม่นยำมุ่งเน้นการสร้างความสามารถในการจัดเก็บสินค้าให้ได้ประโยชน์มากที่สุดด้วยต้นทุนน้อยที่สุดโดยการนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้การดำเนินงานในคลังสินค้าทั้งระบบทำงานได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วสามารถลดเอกสารแบบระบบไร้เอกสาร (Moeller, 2011) ลดต้นทุนการกระจายคลังสินค้าและการจัดเก็บให้มีการเคลื่อนไหวโดยไม่ต้องเก็บสินค้าในคลังสินค้านานเกินไปและสามารถรับสินค้าใหม่ได้ต่อเนื่องการใช้ซอฟต์แวร์ระบบ WMS สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงสินค้าคงคลังให้มีความแม่นยำ ลดเวลาในกระบวนการสั่งซื้อ ปรับปรุงระดับการให้บริการลูกค้า รวมทั้งการใช้ทรัพยากรในคลังสินค้านี้มีความคุ้มค่าเพิ่มผลตอบแทนในการนำสินค้าเข้าและออกอย่างเป็นระบบสามารถลดข้อบกพร่องในการจัดส่ง และสถานที่จำกัดในคลังสินค้าได้ จากที่กล่าวข้างต้นเป็นการบริหารระบบคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพที่จะต้องมีการเตรียมความพร้อม ตั้งแต่ระบบการทำงาน ขั้นตอนการอนุมัติโดยหัวหน้างาน และการประเมินผลเพื่อปรับปรุงระบบการบริหารระบบคลังสินค้าอย่างเกิดประสิทธิผล (Public Warehouse Organization, 2012) นำไปสู่การกำหนดสมมุติฐานที่ 1: ระบบบริหารจัดการ WMS มีอิทธิพลทางบวกต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS

ทักษะการใช้ WMS

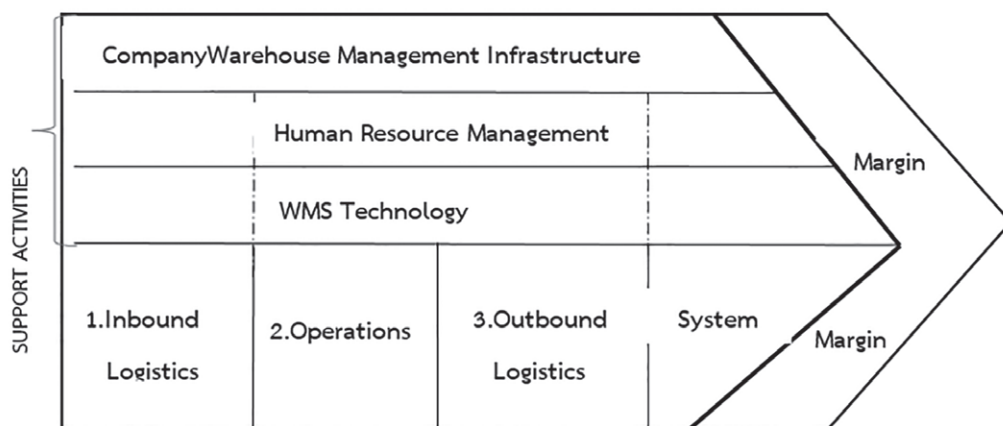
การพัฒนาการใช้งานระบบ WMS เป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่พัฒนาใหม่ๆ มากขึ้นตามความจำเป็นเพื่อรองรับความแม่นยำและรวดเร็วในการใช้งานจึงทำให้กระบวนการทำงานต่างๆ แตกต่างจากระบบเดิม องค์การด้านคลังสินค้าจึงจำเป็นต้องพัฒนาทักษะบุคลากรให้สามารถใช้งานระบบใหม่อย่างเต็มทีและคุ้มค่ากับการลงทุน โดยที่กระทรวงอุตสาหกรรมได้สำรวจต้นทุนการจัดเก็บสินค้าและวัสดุคงคลังในคลังสินค้าในประเทศไทยพบว่ามียอดต้นทุนสูงถึงร้อยละ 28 - 78 ของต้นทุนรวมด้านโลจิสติกส์ (Pajitpraporn, 2012) โดยที่ผลงานวิจัยของ McKinnon, Browne, and Whiteing (2012) พบว่าต้นทุนสุทธิของคลังสินค้าที่ควรให้การดูแลเอาใจจากการนำระบบมาใช้โดยต้องฝึกทักษะเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความชำนาญ จะเป็นการลงทุนในระบบช่วงแรกที่สูง และจะลดลงหากเจ้าหน้าที่และระบบสามารถประสานงานกันได้จะทำให้ค่าเฉลี่ยต้นทุนการสำรองสินค้าและกิจกรรมด้านคลังสินค้าควรจะต้องต่ำกว่าร้อยละ 3.49 ของต้นทุนสินค้าสุทธิ โดยต้องมีทักษะการรักษามาตรฐานการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะการใช้ระบบ WMS อย่างเข้มงวดและมีวินัยในการใช้งานอย่างเหมาะสมและมีทัศนคติที่เป็นบวกในการใช้งานจึงจะเกิดประสิทธิภาพต่อการลดต้นทุนทางด้านการใช้งานระบบ WMS ด้านการบริหารคลังสินค้า ดังนั้นการฝึกทักษะการใช้ WMS จำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมและมีแผนการฝึกทักษะอย่างเป็นขั้นเป็นตอนพร้อมระบบการประเมินและติดตามผลความก้าวหน้า (Saninmool, 2015) นำไปสู่การกำหนดสมมุติฐานที่ 2: ทักษะการใช้ WMS มีอิทธิพลทางบวกต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS

การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านคลังสินค้า

ระบบ WMS ประกอบด้วยระบบจัดการข้อมูลลูกค้า ระบบสั่งสินค้า ระบบสินค้าคงคลัง ระบบจัดเก็บสินค้า ระบบจำหน่ายสินค้าออกจากคลัง ระบบหมุนเวียนสินค้า สามารถสร้างรายการคำนวณสินค้าแม่นยำสำหรับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเบิก-จ่ายสินค้าทุกระดับ และสามารถเชื่อมต่อกับระบบ Smartphone ให้แจ้งเตือนเมื่อต้องการ (Petchjaturon, 2017) อย่างไรก็ตามระบบจะต้องใช้มนุษย์ดูแล ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบเพื่อประสิทธิภาพด้านค่าใช้จ่ายและที่สำคัญช่วยให้บุคลากรทำงานในคลังสินค้าอย่างปลอดภัยทั้งทรัพย์สิน สินค้า ตัวบุคลากรจากการลดอุบัติเหตุและความประมาทต่างๆ โดย Muangsoros, (2010) กล่าวถึงการพัฒนาศักยภาพที่ดีจะส่งผลสำคัญต่อขีดความสามารถในการทำงาน ความร่วมมือ ความรับผิดชอบที่มีต่อการโดยเฉพาะเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารคลังสินค้าที่อาจเป็นลำดับต้นๆ ของความสำเร็จของการบริหารระบบ WMS โดยจะต้องมีขั้นตอนการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านคลังสินค้าอย่างต่อเนื่องเป็นกระบวนการเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ปฏิบัติงานและ

ผู้เกี่ยวข้องกับการทำงานในระบบโลจิสติกส์ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้า (Best Practice & Lesson Learned using of information technology to support logistics. DRP, WMS, 2016) นำไปสู่การกำหนดสมมุติฐานที่ 3: การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านคลังสินค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS

การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน Heizer and Render (2008) ได้กล่าวถึงงานวิจัยของ Porter ที่พบว่าองค์กรจะสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันได้จำเป็นต้องสร้างการยอมรับทางด้านการบริหารจัดการที่มีต้นทุนต่ำที่สุด สามารถสร้างความแตกต่างด้านการบริหารจัดการพื้นที่คลังสินค้าและจัดเก็บอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าในการเก็บและรักษาสินค้าได้แบบทันที ทำให้ลูกค้าบอกต่อแบบปากต่อปากจะสามารถสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันอย่างเกิดผล Porter and Kramer (2002) ได้กล่าวถึง Porter ใน พ.ศ. 1980 ว่าได้ใช้แนวทางการกำหนดกิจกรรมที่จะก่อให้เกิดห่วงโซ่แห่งคุณค่า ที่คณะผู้วิจัยใช้เป็นทฤษฎีหลักในการวิจัยนี้ ดังภาพ 1



ภาพ 1 พัฒนาจาก Michael Porter's Value Chain, 1980 (Porter and Kramer, 2002)

จากภาพ 1 โช้คุณค่าของ Porter (1980) อธิบายถึงกิจกรรมสนับสนุนระบบโครงสร้างทางด้านการบริหารคลังสินค้าประกอบด้วยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการบริหารคลังสินค้า ครอบคลุมระบบการรับสินค้าเข้าคลังสินค้า ระบบปฏิบัติการคลังสินค้า และระบบขาออกจากคลังสินค้า และขั้นตอนของระบบกิจกรรมการทำงานที่สามารถทำให้เกิดผลต่างที่คุ้มค่าจากการสนับสนุนกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่า จากผลการวิจัยพบว่า การเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS ที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นระดับผู้นำทางด้านโลจิสติกส์จะต้องมีการเตรียมความพร้อมรอบด้านรวมทั้งการพัฒนาในระดับผู้นำให้มีแนวคิดเชิงกลยุทธ์ควบคู่กับการพัฒนาบุคลากรและลงมือปฏิบัติตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ (Aujirapongpan and Jutidharabongse, 2017) นำไปสู่การกำหนด สมมติฐานที่ 4: การเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS มีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้สถิติวิเคราะห์เส้นทาง Path Analysis และวิจัยเชิงคุณภาพแบบผสมผสานคู่ขนาน (Creswell, 2015) มุ่งเน้นการหาข้อเท็จจริงจากการวิจัยเชิงคุณภาพค้นหาข้อมูลกลุ่มลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากการสำรวจผู้ใช้ระบบ WMS จากกองโลจิสติกส์ กระทรวงอุตสาหกรรม และ Value Chain ของ Porter (1980) นำมาใช้เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์และสุดท้ายแปลผลโดยนำผลรวมกันเพื่อตรวจสอบความถูกต้องทำให้ผลการวิจัยสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และสำหรับขั้นตอนการกำหนดขอบเขตการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งเน้นเช่นเดียวกับเชิงปริมาณด้วยการกำหนดให้เป็นพื้นที่พิเศษจังหวัดชลบุรีที่มี

คลังสินค้าอะไหล่รถยนต์จำนวนมากและมีระบบ WMS โดยการศึกษาเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และแบบอุปนัย (Inductive Approach) ตรวจสอบความถูกต้องและแม่นยำของเนื้อหาจนยึดตัวตามแนวทางการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Inspection) ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารรายบุคคลที่มีประสบการณ์จริงแบบเจาะลึก (In-depth Interview) และสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ดำเนินการสนทนากลุ่มจำนวน 3 กลุ่ม (Focus group) คือ ผู้จัดการ หัวหน้างาน และพนักงาน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ขอบเขตการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการจัดกระทำข้อมูล และตรวจสอบเครื่องมือ

1. กลุ่มตัวอย่างวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้ประชากรจากผู้ปฏิบัติงานคลังสินค้าและผู้เกี่ยวข้องกับการใช้ระบบ WMS จำนวน 1,050 คนจากจังหวัดชลบุรี จากข้อมูลกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (Motorcycle Industry Report 2017) สุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ได้ขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ Krejcie and Morgan (1970) จำนวนทั้งสิ้น 407 คน และใช้แบบสอบถาม 2 ส่วนคือ (1) ข้อมูลทั่วไป จำนวน 6 ข้อเป็นประเภทเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ตำแหน่ง และรายได้ (2) แบบสอบถามจำนวน 30 ข้อ กำหนดมาตร 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ตสอดคล้องกับความเป็นจริงของบุคลากรด้านคลังสินค้าระบบ WMS คือ 5 หมายถึงมากที่สุด 4 หมายถึงมาก 3 หมายถึงปานกลาง 2 หมายถึงน้อย 1 หมายถึงน้อยที่สุด ตามลำดับแบบสอบถามการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารสินค้าคงคลังตอนที่ 2 นี้แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านระบบการบริหารจัดการ (2) ทักษะด้านระบบคลังสินค้ากับการใช้โปรแกรม WMS (3) การพัฒนาศักยภาพ

เกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าระบบ WMS (4) การเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS และ (5) ด้านการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และได้รับแบบสอบถามตอบกลับและมีความครบถ้วน สมบูรณ์จำนวน 302 ฉบับคิดเป็นร้อยละ 74.20

2. สำหรับวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 50 คน จำแนกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้บริหารระดับสูงจำนวน 9 คนโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และสนทนากลุ่มแบบ (Focus group) (2) ระดับผู้จัดการคลังสินค้าจำนวน 9 คน (3) หัวหน้างานคลังสินค้าจำนวน 9 คน (4) พนักงานคลังสินค้าจำนวน 23 คน ตามลำดับ

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดกระทำข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากโปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมลิสเรล เพื่อวิเคราะห์ประมวลผลหาค่าสถิติที่ต้องการ คณะผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ตั้งคำถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (The Index of Item Objective Congruence: IOC) ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปและทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างที่เก็บจริงจำนวน 30 ตัวอย่างเพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตร Cronbach's Alpha Coefficient ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.956 (Pasunon, 2015) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ผลเทียบเคียงคู่ขนานกัน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแบบสอบถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และเกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลของ Srisaard, (2011, p.121)

2. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปร 30 ตัวแปรพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 435 คู่ มีความสัมพันธ์และมีทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ระหว่าง 0.289 - 0.886 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .01$) เมื่อพิจารณาค่าสถิติ Bartlett's test of sphericity Chi-Square พบว่ามีค่าเท่ากับ 7673.38, $df = 435$, $p = 0.000$ ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างเพียงพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ซึ่งมีค่าใกล้ 1 (0.955) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนกับโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป เนื่องจากค่าดัชนีมีค่าเท่ากับ 0.80 ขึ้นไป แสดงว่าข้อมูลเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ดีมาก (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010)

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ผู้วิจัยศึกษาการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารระบบคลังสินค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ยุคประเทศไทย 4.0 ที่เป็นตัวแปรแฝง จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 30 ข้อ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์จำนวน 302 คน สรุปภาพรวมผลการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) พบค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ค่าความเที่ยงของโครงสร้างของตัวแปร (Construct Reliability) มีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่า Average variance extracted ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และค่าความเที่ยงรวม (Composite

Reliability) มีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป ในขณะที่ตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปทั้งหมด ผู้วิจัยไม่ได้ทำการตัดตัวแปรสังเกตได้ออกจากการวัดตัวแปรแฝง รายละเอียดของ

น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ค่าความเที่ยงของโครงสร้างของตัวแปร (Construct Reliability) และค่า Average Variance Extracted (AVE) ดังตาราง 1

ตาราง 1

แสดงความเที่ยงของตัวแปรแฝงและค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้

ตัวแปรแฝง	ความเที่ยงตัวแปรแฝง (CR)	ความแปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ AVE
ระบบการบริหารจัดการ	0.910	0.626
ทักษะการใช้ WMS	0.890	0.626
การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านคลังสินค้า	0.917	0.687
การเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS	0.924	0.710
การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้านโลจิสติกส์	0.922	0.572

จากตาราง 1 ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าความเที่ยงตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง 0.890 – 0.924 ซึ่งมากกว่า 0.60 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบมีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.572 – 0.710 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า จากการประเมินโมเดลมาตรวัดได้หลักฐานที่ชัดเจนว่าการนิยามปฏิบัติการตัวแปรแฝงทั้งหมดถูกต้องและเชื่อถือได้

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จากการศึกษการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ทั้งสามข้อที่กำหนดไว้ ดังนี้ บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิจัยพบการพัฒนาประสิทธิภาพของการบริหารระบบคลังสินค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบ

การอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 โดยมีตัวแปรผลด้านการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS ประกอบด้วยการเตรียมขั้นตอนตรวจนับสินค้าอย่างถูกต้องและมีหัวหน้างานตรวจสอบทุกครั้ง เตรียมงานถูกต้องและครบถ้วน ผิดพลาดน้อยและตรวจสอบได้ การประชุมเตรียมและติดตามความคืบหน้าของงานและแก้ไขตามระบบเตรียมการประเมินผู้ผลิตชิ้นส่วนประกอบอะไหล่รถจักรยานยนต์จากภายนอกอย่างสม่ำเสมอเพื่อรายงานหัวหน้า การประเมินผลกิจกรรมอย่างเหมาะสมและเตรียมการล่วงหน้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.93 ดังภาพ 2 แสดงผลการวิจัยบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการตรวจสอบพบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ

WMS และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังปรับโมเดล ดังตาราง 1 และสุดท้ายบรรลุตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางด้านจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์

ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี พบว่าแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเรียงตามลำดับสูงสุดได้แก่ การพัฒนาศักยภาพบุคลากร บริหารระบบคลังสินค้า และทักษะการใช้ WMS และ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.35, 0.28 และ 0.25 ตามลำดับ

ตาราง 2

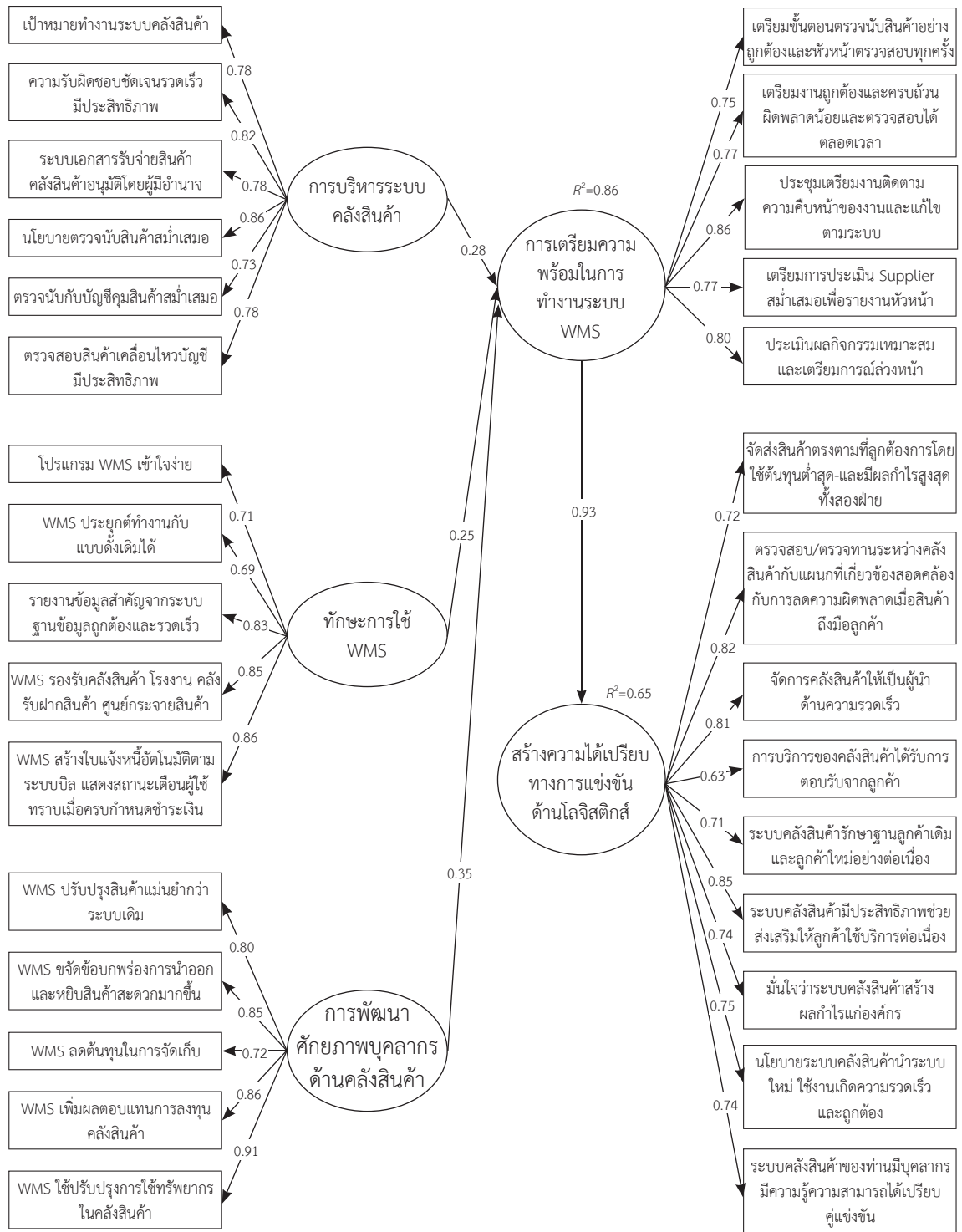
ดัชนีพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังปรับโมเดล

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณ	ผลลัพธ์
χ^2 -Test	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p > .05$	304.18	-
df	-	282	-
χ^2/df	< 2	1.079	ผ่านเกณฑ์
p-value	$> .05$	0.174	ผ่านเกณฑ์
RMR	$.00 \leq RMR \leq .05$	0.032	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	$.00 \leq RMSEA \leq .05$	0.016	ผ่านเกณฑ์
NFI	$.95 \leq NFI \leq 1.00$	0.99	ผ่านเกณฑ์
NNFI	$.97 \leq NNFI \leq 1.00$	1.00	ผ่านเกณฑ์
CFI	$.97 \leq CFI \leq 1.00$	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	0.96	ผ่านเกณฑ์
AGFI	$.90 \leq AGFI \leq 1.00$	0.91	ผ่านเกณฑ์

อ้างอิงเกณฑ์ของ Klein and Schermelleh-Engel, (2010)

คณะผู้วิจัยได้ปรับโมเดลวิจัยและพบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี พิจารณาจากผลการทดสอบค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) เท่ากับ 304.18 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 282 ค่าไคสแควร์ต่อองศาอิสระ (χ^2/df) เท่ากับ 1.079 ค่าระดับความมีนัยสำคัญ (p-value) เท่ากับ 0.174 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.91 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความ

คลาดเคลื่อนจากการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.016 เป็นไปตามเกณฑ์ โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ ยกกำลังสอง (R^2) พยากรณ์กิจกรรมเตรียมความพร้อม ปฏิบัติการการควบคุมและประเมินการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเท่ากับร้อยละ 65 และการเตรียมความพร้อมปฏิบัติการการควบคุมและประเมินกิจกรรมคลังสินค้ากับระบบบริหารจัดการ WMS ทักษะ WMS และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านคลังสินค้าเท่ากับ ร้อยละ 86 ระดับนัยสำคัญ $p < .05$



ภาพ 2 ผลการวิจัย

$\chi^2 = 304.18$, $df = 282$, $p\text{-value} = 0.174$, $GFI = 0.96$, $AGFI = 0.91$, $CFI = 1.00$, $RMR = 0.032$, $RMSEA = 0.016$

ตาราง 3

การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวมแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0

ตัวแปรผล	R^2	อิทธิพล	ระบบบริหาร ระบบคลัง สินค้า	ทักษะการ ใช้ WMS	การพัฒนา ศักยภาพ บุคลากรด้าน คลังสินค้า	การเตรียม ความพร้อม ในการทำงาน ระบบ WMS
ความได้เปรียบทาง การแข่งขัน	0.65	DE	-	-	-	0.93**
		IE	0.26**	0.23**	0.32**	-
		TE	0.26**	0.23**	0.32**	0.93**
การเตรียมความพร้อม ในการทำงานระบบ WMS	0.86	DE	0.28**	0.25**	0.35**	-
		IE	-	-	-	-
		TE	0.28**	0.25**	0.35**	-

DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, TE = ผลรวมอิทธิพล

** $p < .01$

จากตาราง 3 พบว่าการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.93 และมีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารระบบคลังสินค้า ทักษะการใช้ WMS และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านคลังสินค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.28, 0.25 และ 0.35 ตามลำดับ

2. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเรียงลำดับความสำคัญที่ผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นสอดคล้องกับผลทางสถิติทางด้านการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารระบบคลังสินค้าประกอบด้วย 5 ปัจจัยบรรลุตามวัตถุประสงค์ดังนี้

2.1 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านคลังสินค้าที่ส่งผลเชิงบวกต่อการเตรียมความพร้อมในการ

ทำงานระบบ WMS จากการวิจัยนี้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกระดับมีแนวคิดตรงกันที่จะต้องพัฒนาบุคลากรด้านการบริหารต้นทุนให้ต่ำที่สุด ใช้ทรัพยากรคุ้มค่า โดยเฉพาะทางด้านการจัดเก็บที่ยังมีข้อผิดพลาดในช่วงชิ้นส่วนอะไหล่เข้ามาจำนวนมากและการสูญหายจากการจัดวางผิดพลาดที่กำหนด ซึ่งหากพัฒนาให้พนักงานมีศักยภาพและใช้ระบบอย่างเกิดประสิทธิผลจะเพิ่มผลตอบแทนแก่องค์กรอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์ในระบบจัดเก็บและทำงานกับเทคโนโลยีทันสมัยเพื่อจัดวางสินค้าและใช้พื้นที่ให้คุ้มค่า สามารถให้บริการลูกค้าถูกต้อง ตรงเวลา สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าและลูกค้าต่อสัญญาการใช้บริการต่อเนื่องทุกปี สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงประจักษ์ที่ส่งผลทางบวกต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS ที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุดเท่ากับ 0.35 โดยมีอิทธิพลทางบวกต่อทุกปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .05$) มีค่า

สัมประสิทธิ์เส้นทางของการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ด้านระบบ WMS อยู่ระหว่าง 0.72-0.91 โดยที่พนักงาน ใช้ศักยภาพระบบ WMS ช่วยปรับปรุงการใช้ทรัพยากร ในคลังสินค้ามีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุดเท่ากับ 0.91 และพนักงานใช้ศักยภาพระบบ WMS เพื่อลดต้นทุน ด้านจัดเก็บมีค่าสัมประสิทธิ์ต่ำสุดเท่ากับ 0.72

2.2 การบริหารระบบคลังสินค้าที่ส่งผลเชิง บวกต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS จากการวิจัยนี้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกระดับ มีแนวคิดในการบริหารระบบคลังสินค้า โดยผู้บริหาร ระดับสูงจะต้องจัดประชุมกับระดับผู้จัดการแผนก เทคโนโลยีและผู้จัดการคลังสินค้า หัวหน้างาน และ ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับระบบ WMS เพื่อปรึกษา แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารสินค้า คงคลังทุก 6 เดือน และมีการรายงานผลและติดตาม ผลความก้าวหน้าทุก 3 เดือนโดยกำหนดเป็น KPI ใน การวัดผลสัมฤทธิ์ในองค์การขนาดใหญ่ และขนาด กลาง ส่วนองค์การขนาดเล็กจะไม่มี การวัดผลอย่างเป็น ระบบแต่ใช้การติดตามผลจากการประชุมทุก 6 เดือน หรือ 12 เดือน เป็นการเตรียมความพร้อมในการทำงาน ระบบ WMS ให้เกิดผลสำเร็จและการวิจัยนี้พบความ ขัดแย้งระหว่างแผนกบัญชีที่เข้าตรวจนับร่วมกับพนักงาน ตรวจนับในคลังสินค้าที่หลีกเลี่ยงการเข้าตรวจนับร่วมกับแผนกบัญชี และแผนกบัญชีบางคนละเลยการเข้า ตรวจนับอย่างสม่ำเสมอ จึงต้องมีการกำกับจากหัวหน้า งานทั้งสองแผนกอย่างเคร่งครัด สอดคล้องกับผลการ วิจัยเชิงประจักษ์ที่ส่งผลทางบวกต่อการเตรียมความ พร้อมในการทำงานระบบ WMS มีค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทางรองลงมาเท่ากับ 0.28 โดยมีอิทธิพลทางบวก ต่อทุกปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .05$) มีค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทางของระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าอยู่ ระหว่าง 0.73-0.86 โดยที่นโยบายตรวจนับสินค้าสูงสุด มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.86 และการตรวจ นับกับบัญชีคุมสินค้าสม่ำเสมอมีค่าสัมประสิทธิ์ต่ำสุด

เท่ากับ 0.73 อย่างไรก็ตาม การวิจัยนี้พบว่าพนักงานแสดง ความคิดเห็นว่า ระดับผู้จัดการคลังสินค้าและบัญชีควร ปรึกษากันเพื่อให้สองแผนกเข้าใจระบบและแนวทาง การทำงานทั้งสองแผนกทางด้านการใช้ระบบ WMS ตรวจนับสินค้าอย่างเป็นระบบและแจ้งกำหนดเวลา ตรวจนับล่วงหน้า จะได้จัดพนักงานเพิ่มในกรณีมีสินค้า เร่งด่วนรับเข้าและออกคลังสินค้า

2.3 ทักษะการใช้งาน WMS ที่ส่งผลเชิงบวก ต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS จากการวิจัยนี้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักระดับพนักงานมี ความคิดแตกต่างจากระดับอื่นเนื่องจากเป็นผู้มีทักษะ การใช้งานระบบ WMS และให้ความเห็นว่า ผู้บริหาร มิได้ให้พนักงานที่มีทักษะการใช้งานระบบต่างๆ ได้มี ส่วนแสดงความคิดเห็นทางด้านการเปลี่ยนแปลงการ ใช้ระบบ WMS ทำให้ระบบ WMS ที่นำมาใช้อาจมี ประสิทธิภาพด้อยกว่าระบบเดิม โดยจะต้องพัฒนา ระบบ WMS ให้ใช้งานคู่ขนานกับระบบเก่าสอดคล้อง กับผลเชิงประจักษ์ที่ส่งผลทางบวกต่อการเตรียมความ พร้อมในการทำงานระบบ WMS มีค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทางเป็นอันดับสุดท้ายเท่ากับ 0.25 โดยมีอิทธิพล ทางบวกต่อทุกปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .05$) มีค่า สัมประสิทธิ์เส้นทางของทักษะการใช้งานระบบ WMS ระหว่าง 0.69-0.86 โดยที่ระบบ WMS สร้างใบแจ้งหนี้อัตโนมัติตามระบบบิลแสดงสถานะเดือนเมื่อครบ กำหนดมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุดเท่ากับ 0.86 และ ระบบ WMS มีการประยุกต์ใช้งานกับระบบเดิมได้ มี ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางต่ำสุดเท่ากับ 0.69 อย่างไรก็ตาม การวิจัยนี้พบว่า การฝึกทักษะพนักงานให้สามารถเสนอ แนวทางแก่ผู้เกี่ยวข้องให้มีการแก้ไขให้ระบบ WMS สามารถประยุกต์ใช้งานร่วมกับงานระบบเดิมได้ ซึ่ง ผู้ให้ข้อมูลหลักระดับหัวหน้าและพนักงานมีความคิด เห็นแตกต่างกันที่พบว่า ระดับหัวหน้างานมีแนวคิดให้ ยกเลิกระบบเก่าและใช้ระบบ WMS ทดแทนแตกต่าง จากความเห็นของพนักงานที่ยังคงต้องการให้ใช้งาน

ทั้งสองระบบควบคู่กัน อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่าระดับผู้บริหารแสดงความเห็นว่าจำเป็นต้องศึกษาเชิงลึกและสอบถามความคิดเห็นจากแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อบูรณาการระบบเดิมและทำให้ระบบ WMS สามารถประยุกต์ใช้งานกับระบบเดิมได้

2.4 การเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS ที่ส่งผลเชิงบวกต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการวิจัยนี้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกระดับให้ความสำคัญในการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS ทั้งจากการวางแผนนโยบายวางแผนปฏิบัติการโดยกำหนดระยะเวลาแต่ละช่วงตั้งแต่การวางระบบการเริ่มใช้ระบบใหม่คู่ขนานกับระบบเดิมในระยะ 3 เดือนแรกพร้อมกับการอบรมการใช้งานโดยมีระบบพี่เลี้ยงสอนงาน ณ พื้นที่คลังสินค้าที่เรียกว่า On site Training: OJT เพื่อฝึกทักษะพนักงานจนชำนาญสามารถทำงานถูกต้อง รวดเร็ว ลดความผิดพลาดช่วยลดค่าใช้จ่ายจากการถูกปรับจากการส่งสินค้าล่าช้าหรือคำนวณค่าใช้จ่ายผิดพลาดส่งผลต่อชื่อเสียงที่มีต่อลูกค้า โดยมีการประเมินผลการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS ที่เหมาะสมสอดคล้องกับผลเชิงประจักษ์ที่ส่งผลทางบวกต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.93 โดยมีอิทธิพลทางบวกต่อทุกปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .05$) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS ระหว่างระหว่าง 0.75-0.86 โดยที่ประชุมเตรียมงานและติดตามความคืบหน้าและแก้ไขข้อผิดพลาดตามระบบ WMS มีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุดเท่ากับ 0.86 และการเตรียมขั้นตอนการตรวจนับสินค้าอย่างถูกต้องและหัวหน้าตรวจสอบด้วยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางต่ำสุดเท่ากับ 0.75 อย่างไรก็ตาม การวิจัยนี้พบว่าทุกระดับแสดงความเห็นตรงกันว่าต้องมีระบบ KPI ประเมินการเตรียมความพร้อมเพื่อลดความผิดพลาดที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น และทางกลับกัน

ควรให้รางวัลแก่พนักงานที่ลดค่าใช้จ่ายแก่คลังสินค้าด้วยการใช้ระบบ WMS อย่างถูกต้องวิธีตามขั้นตอนที่ได้เรียนรู้จากการฝึกอบรมเตรียมความพร้อมการใช้ระบบ WMS

2.5 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการวิจัยนี้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกระดับให้ความสำคัญกับการทำงานที่ท้าทายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถสร้างรายได้แก่องค์กรสอดคล้องกับผลเชิงประจักษ์ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ระหว่าง 0.63 - 0.85 โดยที่ระบบคลังสินค้ามีประสิทธิภาพส่งเสริมให้ลูกค้ามาใช้บริการมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุดเท่ากับ 0.85 และการให้บริการได้รับการตอบรับจากลูกค้ามีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางต่ำสุดเท่ากับ 0.63 อย่างไรก็ตาม การวิจัยนี้พบว่า ระดับผู้บริหารได้แสดงความเห็นถึงการมุ่งเน้นการสร้างรายได้แก่องค์กรควบคู่กับการสร้างความประทับใจด้วยการส่งมอบสินค้าถูกต้องและตรงเวลาทุกครั้งโดยวัดผลด้วยการประเมิน KPI อย่างเหมาะสมจึงจะสามารถสร้างรายได้ได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารระบบคลังสินค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี บรรลุวัตถุประสงค์ข้อ (1) เพื่อศึกษาการพัฒนาประสิทธิภาพของการบริหารระบบคลังสินค้าที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี ข้อ (2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการทำงานระบบ WMS และ

การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี (3) เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางด้านจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ ยุคประเทศไทย 4.0 จังหวัดชลบุรี โดยยึดทฤษฎีหลักของ Porter (1980) ดั่งข้อสรุปเรียงตามลำดับค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุดไปต่ำสุดดังนี้

1. การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านคลังสินค้าที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงที่สุดกว่าตัวแปรอื่น เท่ากับ 0.35 สอดคล้องกับความคิดเห็นของทุกระดับที่มีต่อการพัฒนาศักยภาพด้านความรู้และความเข้าใจแก่ผู้ปฏิบัติงานด้านบริหารงานคลังสินค้าทันสมัยรองรับกับเทคโนโลยีที่มีเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสามารถทำงานควบคู่กับระบบ WMS ตามมาตรฐานการจัดเก็บด้วยการนำเข้าและส่งออกที่ถูกวิธีและใช้พื้นที่จัดเก็บเต็มสมรรถนะมากที่สุด และมีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางด้านการดูแลรักษาระบบและเครื่องคอมพิวเตอร์ให้ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nash (2009) ที่พบว่า ผู้ใช้งานระบบคอมพิวเตอร์จะต้องมีการพัฒนาศักยภาพความเข้าใจการใช้งานร่วมกับการดูแลรักษาระบบตามมาตรฐานกำหนดเพื่อลดค่าใช้จ่ายและระยะเวลาการทำงานสามารถสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันยุคประเทศไทย 4.0

2. การบริหารระบบคลังสินค้าด้วยระบบ WMS มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงเป็นอันดับที่สอง เท่ากับ 0.28 สอดคล้องกับความคิดเห็นทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับระบบ WMS ที่จะต้องประชุมร่วมกันตั้งแต่ก่อนจะ

มีระบบ การเริ่มใช้งานเบื้องต้น ระยะกลาง และระยะการใช้ระบบเต็มรูปแบบ เพื่อใช้ประโยชน์จากระบบเดิมและระบบใหม่สามารถลดต้นทุนการใช้ระบบควบคู่กันเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน คู่ค้า และลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fayol (1949) ที่พบว่า ระบบการบริหารทั้งระบบในองค์การจะต้องมีการวางแผน (plan) ด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัยควบคู่กับการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพให้ได้ผลกำไร การเสริมสมรรถนะบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์การให้เหนือคู่แข่ง และจัดการ (organize) ให้ทุกคนได้รับข้อมูลที่ชัดเจนเพื่อความร่วมมืออย่างดีต่อกัน จึงต้องมีการประชุมปรึกษาหารือกันจะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเป็นการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่เป็นประโยชน์แก่องค์กร

3. ทักษะการใช้งานโปรแกรม WMS มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเตรียมความพร้อมในการทำงานระบบ WMS อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงเป็นอันดับที่สามเท่ากับ 0.25 ซึ่งผู้บริหารทุกระดับจำเป็นต้องให้การสนับสนุนการฝึกอบรมความรู้และความชำนาญด้านระบบเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยหัวหน้างานจะต้องแจ้งการอบรมระบบใหม่ให้พนักงานที่เกี่ยวข้องทราบล่วงหน้าและตกลงร่วมกับพนักงานในการกำหนดการอบรมทักษะ WMS โดยมีพี่เลี้ยงฝึกทักษะเชิงปฏิบัติหน้างานจนเกิดความชำนาญส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้าสามารถลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นและลดความผิดพลาดจากการทำงานให้น้อยลง ทำให้องค์การสามารถสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้านผู้นำต้นทุนทางด้านปฏิบัติการ (operation) และควรให้ความรู้ด้านระบบ WMS ที่สอดคล้องกับการทำงานของลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย สอดคล้องกับงานวิจัย Porter & Kramer (2002) พบว่าการฝึกทักษะความรู้แก่พนักงานมีความจำเป็น โดยเฉพาะความรู้ด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลง

อย่างมากในยุคโลกาภิวัตน์จะทำให้พนักงานมีความรู้ และเข้าใจนำไปใช้งานให้เกิดความชำนาญมากขึ้นเป็น ประโยชน์ต่อการลดต้นทุนของคลังสินค้าสามารถ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างมาก

4. จากผลการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้พบประเด็น อื่นๆ เพิ่มเติม ดังนี้

4.1 การทำงานเป็นทีม จากการวิจัยนี้พบว่า ผู้เกี่ยวข้องที่ต้องใช้ระบบ WMS ร่วมกันมีความขัดแย้ง กันในการตรวจสอบประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน ในคลังสินค้าและความโปร่งใสในการตรวจนับสินค้า มิให้ผิดพลาด สูญหาย เพื่อลดการปฏิบัติงานที่ผิดพลาด ให้น้อยลง จึงต้องชี้แจงให้เข้าใจบทบาทหน้าที่งานของ กันและกัน ดังแนวคิดของ Van Den Berg (2007) ที่ กล่าวว่า การใช้ระบบ WMS เป็นระบบครบวงจรที่ เกี่ยวข้องกับทุกแผนก จึงต้องทำงานเป็นทีมและสร้าง ความเข้าใจในเป้าหมายที่ชัดเจนของแต่ละงานใน ระบบต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานและป้อนข้อมูล ถูกต้องโดยต้องร่วมมือกันอย่างมีวินัยจึงจะสามารถ ลดต้นทุนทั้งระบบคลังสินค้าจากการใช้ระบบได้สูงถึง 30% และเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้ กับทฤษฎี Porter (1980) พบความเห็นสอดคล้องกัน คือ การบริหารจัดการด้านการปฏิบัติงานร่วมกันเป็น ทีม (Team operation) โดยมีกิจกรรมการสร้างทีมเพื่อ สนับสนุนให้การลงมือปฏิบัติร่วมกันอย่างมีสัมฤทธิ์ผล ตามความรับผิดชอบของแต่ละงาน จึงจะสามารถพบ ส่วนต่างของความคุ้มค่าในวงจรของโซ่คุณค่า

4.2 การบริหารระบบการสื่อสารในการบริหาร คลังสินค้าก่อนนำระบบ WMS มาใช้งาน จากการวิจัย พบว่า ผู้ปฏิบัติงานในระบบ WMS โดยตรงมีความคิด เห็นต่อบทบาทผู้นำระดับสูงที่ต้องวางแผนลดความ เสี่ยงโดยฟังความคิดเห็นของผู้ใช้งานจริงร่วมกับทีม เทคโนโลยีสารสนเทศจะทำให้เกิดประโยชน์ในการ ใช้งานระบบ WMS อย่างแท้จริงสามารถเชื่อมต่อกับ ระบบเดิมอย่างมีประสิทธิภาพทำให้สามารถลดต้นทุน

การจัดซื้อทั้งระบบสอดคล้องกับ Ho, Zhen, Yildiz, & Talluri (2015) ที่พบว่า การใช้ระบบเทคโนโลยีช่วย วิเคราะห์ความเสี่ยงในคลังสินค้าที่จะเป็นแนวทาง ป้องกันแบบองค์รวม และผลการวิจัยครั้งนี้สามารถ เปรียบเทียบกับ Porter (1980) ที่พบความเห็นตรงกัน ทางด้านกิจกรรมการรับเข้าและส่งออกในคลังสินค้า จะสร้างคุณค่าแตกต่างเชิงบวกโดยจำเป็นต้องบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ให้ทำงานอย่างเกิดคุณค่าสูง โดยผู้นำจะต้องสื่อสารและ รับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องจึงจะสร้างความได้ เปรียบทางการแข่งขันได้

คุณค่าและประโยชน์ของงานวิจัย

1. สามารถนำไปใช้ในการสร้างและพัฒนา ประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้าโดยใช้ปัจจัย หรือ ตัวแปรเป็นประเด็นในการแก้ไขปัญหาได้
2. การกำหนดเชิงนโยบายสามารถใช้เพื่อนำ ไปสู่การกำหนดหรือพัฒนาทักษะการใช้งานของผู้ที่ เกี่ยวข้องในการบริหารคลังสินค้าและต่อยอดสู่การ พัฒนาระบบโลจิสติกส์ในภาพรวมได้
3. การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิง ปริมาณและเชิงคุณภาพแบบคู่ขนาน ช่วยให้ผลการ ศึกษามีความน่าเชื่อถือทางวิชาการและเป็นแนวทาง ในการตรวจสอบข้อค้นพบจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะของการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยเพื่อนำผลการวิจัย ใช้งานจริง ณ พื้นที่จังหวัดชลบุรี และเป็นประโยชน์ ต่อกองโลจิสติกส์ที่จะใช้ข้อมูลนี้พัฒนาต่อไปในยุค ประเทศไทย 4.0 ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎีและนโยบาย จากการ วิจัยพบว่าหลักการที่นำมาใช้ของ Porter (1980) ด้าน พัฒนาศักยภาพของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ควร นำมาพิจารณาทางนโยบายวางแผนจัดทำระบบการ

พัฒนาบุคลากรและระบบ WMS อบรมทักษะด้านคลังสินค้าที่ทันสมัยในแต่ละระดับเป็นการเสริมสร้างศักยภาพและสมรรถนะการทำงานคลังสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและสมรรถนะการทำงานและการทำงานเป็นทีม ส่วนแนวทางด้านการบริหารจัดการคลังสินค้าเชิงรุกในระดับผู้จัดการควรเสริมความรู้ด้านภาวะผู้นำทีมและการสื่อสารกับทีมอย่างมีประสิทธิภาพถ่ายทอดและทำกิจกรรมแก่สมาชิกในทีมให้ได้รับความชัดเจนตามนโยบายที่ได้รับโดยใช้ทฤษฎีของ Porter (1980) ดังกล่าวข้างต้นร่วมกับการทำนโยบาย ส่วนในระดับหัวหน้างานควรอบรมทักษะการโค้ชและสอนงานและการสื่อสารจูงใจให้ทีมให้ความร่วมมืออย่างสูง และสุดท้ายระดับพนักงานควรอบรมทักษะการทำงานเป็นทีม การสื่อสารกับทีมอย่างชัดเจน และทัศนคติและการสร้างภาวะทางอารมณ์ในการทำงานอย่างมีความสุขเพื่อเตรียมความพร้อมนอกเหนือจากการพัฒนาความรู้ด้านระบบ WMS

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ผู้บริหารทุกระดับควรประชุมจัดทำ KPI การทำงานอย่างชัดเจนร่วมกับผู้ปฏิบัติและฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เพื่อประเมินผลการทำงานควบคู่กับการใช้ระบบ WMS ที่คุ้มค่าและให้รางวัลความดีความชอบแก่พนักงานที่สามารถลดต้นทุนได้มากกว่าอดีตที่ผ่านมาจากการใช้ระบบ WMS โดยจะต้องมีการปฏิบัติงานตามมาตรฐานกำหนดอย่างถูกต้องและรวดเร็ว มีความผิดพลาดลดน้อยลง โดย

จัดเป็นกิจกรรมประกวดในแต่ละปีคู่ขนานกับการวัดผล KPI ในการประเมินผลการปฏิบัติงานจะช่วยสนับสนุนให้พนักงานร่วมมือกันใช้ระบบ WMS อย่างคุ้มค่า และจัดทำกิจกรรมการรายงานผลความก้าวหน้าหรือจุดบกพร่องของระบบหรือปัญหาอุปสรรคการทำงานของพนักงานเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนา ระบบ WMS คู่ขนานกับผู้ปฏิบัติงานก่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงานกับระบบใหม่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นผู้นำด้านต้นทุนการบริหารคลังสินค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาด้านการจัดซื้อและการตลาดขององค์การควบคู่กับการบริหารคลังสินค้าเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมแบบครบทุกแผนกที่เป็นหัวใจหลักของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถจักรยานยนต์ที่มีพื้นที่คลังสินค้าหรือเช่าผู้ประกอบการภายนอก
2. การศึกษาเชิงลึกครั้งต่อไปเกี่ยวกับระบบการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางด้านความคิดสร้างสรรค์และระบบการอบรมเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และความก้าวหน้าทางอาชีพคลังสินค้า
3. การศึกษาครั้งต่อไปในองค์การที่มีธุรกิจให้เช่าพื้นที่คลังสินค้าที่ใช้ระบบเดิมควบคู่กับระบบ WMS

Reference

- Asawachintachit, D. (2017). *Opportunity Thailand, April Melbourne Australia. Thailand Board of Investment New Horizons of Investment Eastern Economic Corridor-EEC*. (2017). Special Economic Zone Eastern Seaboard, Blue update, 8-11. [In Thai]
- Aujirapongpan, S., & Jutidharabongse, J. (2017). Strategic Intuition: The Development of Leader in the 21st Century. *WMS Journal of Management*, 6(3), 125-133. [In Thai]
- Best Practice & Lesson Learned using of information technology to support logistics. DRP, WMS. (2016). *The project promotes using of information technology to support logistics DRP, WMS*. Bureau of Logistics, Department of Primary Industries and Mines, 1-151. [In Thai]
- Cresswell, J. W. (2015). *A Concise Introduction to Mixed Method Research*. CA: Sage.
- Fayol, H. (1949). *General and Industrial Management*. London: Pitman.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Heizer, J., & Render, B. (2008). *Operations Management* (9th ed.). New York: Pearson International Education.
- Kittithreerapronchai, O., & Phumchusri, N. (2014). Warehouse Management System. *Engineering Journal*, 5(2), 49-62. [In Thai]
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Klein, G. A., & Schermelleh-Engel, K. (2010). Introduction Of A New Measure For Detecting Poor Fit Due to Omitted Nonlinear Terms in SEM. *Journal of Springer-Verlag*, 94(2), 157-1266.
- Logistics Talk. (2017). Respond to the Policy of Pasu Loharjun, Permanent Secretary, Ministry of Industry to Drive Thailand 4.0 Strategy. *Logistics Forum*, 9(43), 2. [In Thai]
- McKinnon, A., Browne, M., & Whiteing, A. (2012). *Green Logistics Improving the environmental sustainability of Logistics*. Hong Kong: Graphicraft Limited.
- Ministry of Industry. (2016). *Thailand Development Strategies 4.0 20 years period (B.E. 2560-2579)*. Retrieved from http://www.oie.go.th/site/default/files/attachments/industry_plan/thailand_industrialdevelopmentstrategy4.0.pdf. [In Thai]
- Moeller, K. (2011). Increasing warehouse order picking performance by sequence optimization. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 20, 177-185.
- Motorcycle Industry Report. (2017). *Thai Motorcycle Industry 2017-2021*. Retrieved December 15, 2017 from <https://www.reportlinker.com/report-summary/Motorcycle/8706/Thai-Motorcycle-Industry.html> [In Thai]

- MuangSOROS, R. (2010). *Factor Affecting to Safety Culture In Petrochemical Industries*. Thesis of Phd Public Administration, National Institute of Development Administration. (In Thai)
- Nash, R. J. (2009). Crossover pedagogy: The collaborative search for meaning. *ORCID WILEY Journal*, 14(1), 2-9.
- New Horizons of Investment Eastern Economic Corridor-EEC. (2017). *Opportunity Thailand Innovation Drive Economy*. Retrieved from http://www.boi.go.th/upload/content/BOI-brochure_2017-opportunity_thailand-EN-20170210_30843.pdf. [In Thai]
- Oludele, A., Ogu, C.E., Shade, K., & Chinecherem, U. (2014). On the Evolution of Virtualization and Cloud Computing: A Review. *Journal of Computer Sciences and Applications*, 2(3), 40-43.
- Paijitprapaporn, A. (2012). *Logistics Industry Sector Performance: Group Discussion on Information Technology system and Management For the logistics policy of the country*. Department of Primary Industries and Mines, Ministry of Industry, Royal Princess Hotel, March 30th 2012. [In Thai]
- Pasunon, P. (2015). Evaluation of Inter-Rater Reliability Using Kappa Statistics. *The Journal of Faculty of Applied Arts, King Mongkut's University of Technology North Bangkok*, 8(1), 2-20. [In Thai]
- Petchjatupron, P. (2017). *IT Management in Digital Economy*. IT Graduate School, Mahanokorn University of Technology. [In Thai]
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2002). The competitive advantage of corporate philanthropy. *Business Review*, 80(12), 56-69.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy*. New York: Free Press.
- Public Warehouse Organization. (2012). *Annual Action Plan 2013*. Strategic Management Project for Public Warehouse Organization year 2013-2016, 1-142. [In Thai]
- Saninmool, V. (2015). The Study Readiness of Warehouse Staff Using Warehouse Management System Program. *Logistic and supply Chain Journal*, 1(2), 74-82. [In Thai]
- Srisaard, B. (2011), p 121. Preliminary Research (9th ed.), Bangkok: Sureevittayasorn. [In Thai]
- Van Den Berg, J. P. (2007). *Integral Warehouse Management: The Next Generation in Transparency, collaboration and Warehouse Systems*. USA: Booksurge.
- Van Den Berg, J. P. (2012). *Highly Competitive Warehouse Management*. USA: Booksurge.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ และความภักดีในการเลือกใช้บริการ สำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สุภาพร เฟ่งพิศ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (3) ศึกษาความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 411 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านคุณภาพงาน ด้านความรู้ความสามารถ และด้านค่าธรรมเนียม มีอิทธิพลในทางบวกกับความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี (2) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านคุณภาพงาน ด้านความรู้ความสามารถ และด้านค่าธรรมเนียมมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี (3) ความไว้วางใจที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี นอกจากนั้นยังพบว่า การให้บริการของสำนักงานบัญชีส่งผลต่อความภักดีไม่มาก เมื่อเปรียบเทียบกับ การให้บริการของสำนักงานบัญชีที่ทำให้เกิดความไว้วางใจสูงจะส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการอยู่ในระดับสูงด้วย

คำสำคัญ: ความไว้วางใจ; การเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี; ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
96 หมู่ 3 ถนน พุทธมณฑลสาย 5, อำเภอพุทธมณฑล นครปฐม 73170, ประเทศไทย
อีเมล: Supaporn.Phe@rmutr.ac.th

Influential Factors Toward Trust and Loyalty in The Selected Accounting Firms for Small and Medium Enterprise in Bangkok Metropolitan and Perimeter

Supaporn Phengpis¹

Abstract

The purposes of this research were to study (1) influential factors toward trust in the selected accounting firms for small and medium enterprises in Bangkok Metropolitan and perimeter (2) influential factors toward loyalty in the selected accounting firms for small and medium enterprises in Bangkok Metropolitan and perimeter (3) the trust that influences toward loyalty in the selected accounting firms for small and medium enterprises in Bangkok Metropolitan and perimeter.

The research instrument was a questionnaires. The samples, randomized by simple random sampling, were 411 small and medium enterprises in Bangkok Metropolitan and perimeter. The statistical used to analyze the data were Percentage, Mean, Standard Deviation, Elements confirmation analysis.

The research findings were as follows (1) the factors on services quality, job performances, knowledge, fees influence in positive direction toward trust in the selected accounting firms (2) the factors on services quality, job performances, knowledge, fees influence in positive direction toward loyalty in the selected accounting firms (3) trust influences in positive direction towards loyalty in the selected accounting firms. In addition, the finding found that the services in the selected accounting firms effect in less potential to the loyalty. The comparison upon the services in the selected accounting firms with high-trust will effect to the loyalty in high level as well.

Keywords: Trust loyalty; The Selected Accounting Firms; Small and Medium Enterprise

Type of Article: Research Article

¹ College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
96 Moo 3 Phutthamonthon Sai 5 Road, Phutthamonthon District , Nakhon Pathom 73170, Thailand
E-mail: Supaporn.Phe@rmutr.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุคของความก้าวหน้าทางด้านการแข่งขันทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ทำให้การให้ต้องมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงโดยเพื่อสามารถดำเนินงานที่มีการสื่อสารได้ในเวทีโลก (World Economic Forum) การแข่งขันทางเศรษฐกิจ การตลาด การบริการในยุคปัจจุบัน ต้องให้ความอยู่รอด และเติบโต และสามารถสร้างความมั่นคงให้องค์การและประเทศได้ สำหรับประเทศไทยย่อมมีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกองค์กรต่างๆ จึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาให้ทันกับความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้มีความสามารถในการแข่งขัน ในด้านต่างๆ ขององค์กร ประกอบกับความสามารถทางด้านการใช้บุคลากรที่เป็นทรัพยากรมนุษย์ (Human Capability) มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ โดยมุ่งเน้นให้เห็นถึงความสำคัญด้านการให้บริการ (Organization Service Orientation) ส่งเสริมให้มีทัศนคติ และพฤติกรรมที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพสูง ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี (Beatson et al., 2008)

ในบริบทของการให้บริการทางด้านการบัญชีและบุคลากรทางการบัญชีที่จะต้องรองรับธุรกิจต่างๆ ต้องใช้ความรู้ความสามารถ ตลอดจนชื่อเสียง ความมั่นใจในการทำงานที่ถูกต้อง ให้กับผู้ใช้บริการ หลายองค์กรต้องปิดลงเนื่องจากขาดการปรับปรุงและพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และบางองค์กรไม่สามารถเติบโตได้ ทำให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนไปใช้สำนักงานบัญชีอื่น หรือสำนักงานที่ให้คำแนะนำและเชื่อถือได้ จึงต้องพิจารณาปัจจัยในด้านต่างๆ ได้แก่ คุณภาพการบริการ (Service Quality) คุณภาพงานด้านความรู้ความสามารถ (knowledge Competency) ด้านราคา หรือค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจ ควรศึกษาเพื่อสนับสนุน และหาแนวทางในการช่วยให้สำนักงานบัญชีในประเทศไทย มีคุณภาพเกิดความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

ทำให้เกิดความภักดีและความผูกพันกับองค์กรและความพึงพอใจในการใช้บริการอย่างต่อเนื่องและบอกต่อให้กับบุคคลอื่นได้ทราบ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า คุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี ความภักดีของผู้ประกอบการ ทำให้เกิดความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สำนักงานบัญชีพัฒนาคุณภาพในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในการได้รับบริการ ในการคงอยู่และบอกต่อในการใช้บริการสำนักงานบัญชีจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อรักษาเพิ่มสัดส่วนผู้ใช้บริการได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาปัจจัยบริการ ได้แก่ (1) ด้านคุณภาพการบริการ (2) ด้านคุณภาพงาน (3) ด้านความรู้ความสามารถ (4) ด้านค่าธรรมเนียม ที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2) เพื่อศึกษาปัจจัยบริการ ได้แก่ (1) ด้านคุณภาพการบริการ (2) ด้านคุณภาพงาน (3) ด้านความรู้ความสามารถ (4) ด้านค่าธรรมเนียม ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3) เพื่อศึกษาความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัย ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านคุณภาพงาน ด้านความรู้ความสามารถ ด้าน

ค่าธรรมเนียม ความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ สำนักงานบัญชี และความภักดีในการเลือกใช้สำนักงาน การใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (sampling) โดยสุ่มจาก ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) จำนวน 411 ตัวอย่าง ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน กรุงเทพมหานคร จังหวัดปทุมธานี จังหวัดนนทบุรี และ จังหวัดสมุทรปราการ ขอบเขตด้านระยะเวลา ลงพื้นที่ภาคสนามและวิเคราะห์ผล ระหว่างเดือนมิถุนายน 2560 ถึง เดือนธันวาคม 2560

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) นำผลการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัย ได้แก่ คุณภาพการบริการ คุณภาพงาน ความสามารถ ค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม มาปรับปรุงให้ได้รับความพึงพอใจจากผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ และมีความจงรักภักดีในการใช้บริการ ได้อย่างยั่งยืน

2) นำผลการวิจัยที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาส่งเสริมการให้บริการสำนักงานบัญชี ให้เกิดความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ และสร้างความภักดีในการใช้บริการ โดยการแสดงทัศนคติที่ดี และพฤติกรรมที่ดีของผู้ประกอบการในการใช้บริการของสำนักงานบัญชี

3) สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปต่อยอด พัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการบริหารธุรกิจ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) เปิดดำเนินการเป็นจำนวนมากในประเทศ ประกอบการในรูปบุคคล

ธรรมดา คณะบุคคล ห้างหุ้นส่วนสามัญที่ไม่ใช่นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด หรือกิจการร่วมค้า ซึ่งดำเนินธุรกิจขายสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือให้บริการ (กรมสรรพากร) ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 และตามประมวลรัษฎากรจากข้อมูล สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) 2554 การเป็นผู้ประกอบการนั้น จะต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ มีแรงบันดาลใจอย่างแรงกล้า มีความมุ่งมั่น และมีความสามารถในการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จ บรรลุถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ ภายใต้การคาดการณ์ รวมถึงการยอมรับจากสังคม และมีส่วนเกี่ยวข้องโดยต้องใช้สติปัญญา ความมานะอดทน ความพยายาม และมีแนวคิดสร้างสรรค์ โดยมีจุดมุ่งหมายในการดำเนินธุรกิจที่มีความเจริญเติบโตได้อย่างมั่นคง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสำนักงานบัญชี

การทำบัญชีที่ถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมาย และมาตรฐานการบัญชีนั้น สำนักงานบัญชีมีบทบาทในการให้บริการในด้านการจัดทำบัญชี เพื่อสะท้อนผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของกิจการ ซึ่งจะต้องถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมายและมาตรฐานการบัญชีที่ได้รับรองทั่วไป และการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชีเพื่อให้เกิดสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพ โดยให้สำนักงานบัญชียึดหลักในการปฏิบัติตาม (Ministry of Commerce, Department of Business Development, 2000)

การบัญชีและเอกสารทางการบัญชี มีข้อกำหนดเกี่ยวกับเอกสารทางการบัญชี คือ (1) ในการจัดทำบัญชี ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีจะต้องส่งมอบเอกสารที่ต้องใช้ประกอบการลงบัญชีให้ผู้ทำบัญชีถูกต้องครบถ้วนตามความเป็นจริงและตามมาตรฐานการบัญชี (2) ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีต้องเก็บรักษาบัญชี และเอกสารที่ต้องใช้ประกอบการลงบัญชีไว้ ณ สถานที่ทำการ (3) ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีต้องเก็บรักษาบัญชี และ

เอกสารที่ต้องใช้ประกอบการลงบัญชีไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี (4) ถ้าบัญชีและเอกสารที่ต้องใช้ประกอบการลงบัญชีสูญหาย หรือเสียหาย ให้ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีแจ้งต่อสารวัตรใหญ่บัญชี หรือสารวัตรบัญชีตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่อธิบดีกำหนดภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ทราบหรือควรทราบถึงการสูญหายหรือเสียหายนั้น (5) ในกรณีที่สารวัตรใหญ่บัญชี หรือสารวัตรบัญชีตรวจพบว่า ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีมิได้เก็บรักษาบัญชีและเอกสารที่ต้องประกอบการลงบัญชี ซึ่งเป็นสาระสำคัญแก่การจัดทำบัญชีไว้ในที่ปลอดภัย (6) ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีเลิกประกอบธุรกิจด้วยเหตุใดๆ โดยมิได้มีการชำระบัญชี ให้ส่งมอบบัญชีและเอกสารที่ค้างใช้ประกอบการลงบัญชีแก่สารวัตรใหญ่บัญชี หรือสารวัตรบัญชีภายใน 90 วัน นับแต่วันเลิกประกอบการ (7) งบการเงิน บัญชี และเอกสารที่สารวัตรใหญ่บัญชี หรือสารวัตรบัญชีได้รับ และเก็บรักษาไว้ ผู้มีส่วนได้เสียหรือบุคคลทั่วไปอาจขอตรวจดู หรือขอภาพถ่ายสำเนาได้ โดยเสียค่าใช้จ่ายตามที่อธิบดีกำหนด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยการบริการ

ปัจจัยการบริการ (Service) หมายถึง ด้านคุณภาพการบริการ ด้านคุณภาพงาน ด้านความรู้ความสามารถ และด้านค่าธรรมเนียม ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้ 1) ด้านคุณภาพการบริการ (service quality) หมายถึง คุณภาพการให้บริการ มีแนวศึกษาที่สำคัญคือการวิเคราะห์ ที่เรียกว่า SERVQUAL และได้กล่าวกันว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการตัดสินใจวินิจฉัยเกี่ยวกับการเป็นเลิศของการบริการ (Wisher & Corney, 2001) และหมายถึง การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า เป็นทางหนึ่งในการกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อบริการ ได้มีนักวิชาการได้พัฒนาเครื่องมือชี้วัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL ใน 5 มิติ ได้แก่ (1) ตอบสนองต่อลูกค้า / ความรับผิดชอบ ต่อลูกค้า (Responsiveness) (2) ความเชื่อมั่น

ต่อลูกค้า (Assurance) (3) ดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy) (4) ภาพลักษณ์ของธุรกิจ (Tangibles) (5) ความน่าเชื่อถือของธุรกิจ (Reliability) และมีมิติของการพัฒนาคุณภาพการบริการที่ดี และความสามารถในการพัฒนาด้วยตัวแบบคุณภาพการให้บริการเป็นเครื่องมือพื้นฐานการตรวจวัดคุณภาพการบริการขององค์กร (Service Quality Diagnostic Tool) ได้ 2) ด้านคุณภาพงาน (quality) คุณภาพงานเกี่ยวกับการบัญชี ต้องการความถูกต้องและความเชื่อถือได้ของงบการเงิน ดังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยคุณภาพงาน เรื่องความถูกต้องและเชื่อถือได้ คุณภาพของงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสำนักงานบัญชี (Sands & McPhail, 2003; Beattie & Fearnley, 1995) ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงการเลือกสำนักงานบัญชี คือ การเอาใจใส่ในคุณภาพงาน ความเป็นระบบระเบียบ ความระมัดระวังในการทำบัญชี และการรายงานงบการเงิน เพื่อให้การจัดทำบัญชีตรงตามมาตรฐานการบัญชี (Dickins & Higgs, 2006; Beh, Carcello & Hermancon, 1997; Behn, Shroeder, Solomen & Vickery, 1986; Phengpis, 2010). ลักษณะเชิงคุณภาพที่ได้รับ ที่มีคุณภาพของงานในสำนักงานบัญชี ได้แก่ (1) ด้านความเข้าใจได้ (2) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (3) ด้านความน่าเชื่อถือ (4) ด้านการเปรียบเทียบกันได้ (5) ด้านปฏิบัติตามมาตรฐาน ซึ่งมีการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบคุณภาพรายงานทางการเงิน (Costello & Moerman, 2009) ที่มีคุณภาพของงานในสำนักงานบัญชี 3) ด้านความรู้ความสามารถ (knowledge competency) หมายถึง ความรู้ความสามารถเฉพาะทางของวิชาชีพบัญชี ผู้ที่ทำบัญชีเกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพ ความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในงานบัญชี และมีความสามารถในการประกอบวิชาชีพได้ ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกผู้สอบบัญชี ระบุถึง ความเชี่ยวชาญ ความสามารถ ประสบการณ์ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจ

ในความรู้ ความสามารถที่สำนักงานบัญชีสามารถให้บริการได้ (Sands & McPhail, 2003) 4) ด้านค่าธรรมเนียม (professional fee) หมายถึง การพิจารณาความเสี่ยงในการรับงานสอบบัญชี มีงานวิจัยที่กล่าวถึงค่าธรรมเนียมในการเลือกสำนักงานสอบบัญชี (Sands & McPhail, 2003); (Kirkos, Spathis & Manolopoulos, 2007) ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการสอบบัญชี งานวิจัยปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกผู้ตรวจสอบบัญชี คือ ค่าธรรมเนียมในการสอบบัญชีโดยค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีต้องมีความเหมาะสม และไม่มีการเปลี่ยนแปลงภายหลัง (Dickins & Higgs, 2006) ผลงานวิจัยที่พบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในการใช้บริการเมื่อเทียบกับค่าธรรมเนียมที่จ่ายไป ค่าธรรมเนียมจึงเป็นสาเหตุในการเปลี่ยนแปลงการใช้บริการ และเป็นปัจจัยหลักในการรักษาสถานภาพของการบริการ (Stefanie, 2007) ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียม (Audit Fee) มีผลต่อการยอมรับงาน การกำหนดราคาต่อค่าบริการต้องครอบคลุมต้นทุนทั้งหมด ให้มีบริการและความเสี่ยงที่คาดว่าจะได้รับจากการให้บริการ (Sylvia Veronica Siregar, L. Sensi Wondabio, S. Nurwahyu Harahap & Ratna Wardhani, 2009) ราคาการบริการทางบัญชีสำนักงานบัญชีจะมีการกำหนดราคาไว้นั้น ต้องมีความเหมาะสม (Stimpson, 2008) (1) ด้านปริมาณงาน (2) ด้านความเหมาะสมการให้บริการ (3) ด้านระยะเวลาในการให้บริการกับที่สำนักงานบัญชีให้บริการ (4) ด้านการเปรียบเทียบราคา (5) ด้านความพอใจในการชำระค่าธรรมเนียมให้กับสำนักงานบัญชี

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ (trust)

ความไว้วางใจ (trust) เป็นความเชื่อ ความมั่นใจในความซื่อสัตย์ ความน่าเชื่อถือ และความยุติธรรมในบุคคลหรือสิ่งใดๆ (Whitney, 1996) ความคาดหวังในทางบวก ไม่ว่าจะเป็นคำพูด การกระทำ ผลสะท้อนให้

เกิดความเชื่อมั่น การตัดสินใจที่จะกระทำตามสมควรแล้วแต่โอกาส (Marshall, 2000) ความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ที่เกิดจากความสัมพันธ์ในการให้บริการไว้ 5 องค์ประกอบ คือ (1) ความไว้วางใจในการบริการ (2) ความไว้วางใจในสำนักงานบัญชี (3) ความไว้วางใจในพนักงาน (4) ความไว้วางใจในการรักษาข้อมูล (5) ความไว้วางใจในการเป็นมืออาชีพ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี (Loyalty)

ความภักดี (Loyalty) หมายถึง ความสำเร็จในสินค้าหรือบริการ ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เป็นกลยุทธ์สำคัญต่อการสร้างความภักดีให้กับผู้บริโภค (Kim, Morris & Swait, 2008) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืน เป็นรากฐานที่สำคัญในความภักดี ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการซ้ำ (Mohammed, & Rashid, 2012; Sukkawan et al, 2017) ความภักดีสรุปได้ว่า ความภักดีต่อสินค้าและบริการ มี 2 ลักษณะ ด้านทัศนคติ (attitude loyalty) ด้านพฤติกรรม (behavior loyalty) 1) ด้านทัศนคติ (attitude) หมายถึง ความรู้สึกทางด้านในความเชื่อมั่น ที่อยู่ในระดับสูงและมีทัศนคติที่เข้มแข็ง (Attitude Strength) เท่านั้น (Kim, Morris & Swait, 2008) มีการตอบสนองให้มีการใช้บริการซ้ำ (Gomez, Arraz & Cillan, 2006; Zajonc & Markus, 1982) 2) ด้านพฤติกรรม (behavior) หมายถึง เป็นการแสดงออกของผู้บริโภคที่มีความภักดีต่อสินค้าหรือบริการ เช่น การทดลองซื้อ การซื้อซ้ำ การบอกต่อ การยอมรับในผลิตภัณฑ์ เป็นต้น นักวิชาการได้ศึกษาเกี่ยวกับมิติพฤติกรรม (Behavioral Dimension) ของความภักดี พบว่าพฤติกรรมและความรู้สึกที่มีความภักดีเป็นกลยุทธ์ในการรักษาลูกค้าเดิมไว้ การแสดงพฤติกรรมในความภักดี โดยการกลับมาใช้สินค้าหรือบริการอีก (Gomez, Arraz & Cillan, 2006)

สมมุติฐานการวิจัย

H₁: ด้านคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลทางบวก ต่อปัจจัยการบริการของสำนักงานบัญชี

H₂: ด้านคุณภาพงาน มีอิทธิพลทางบวกต่อปัจจัย การบริการของสำนักงานบัญชี

H₃: ด้านความรู้ความสามารถ มีอิทธิพลทางบวก ต่อปัจจัยการบริการของสำนักงานบัญชี

H₄: ค่าธรรมเนียม มีอิทธิพลทางบวกต่อปัจจัย การบริการของสำนักงานบัญชี

H₅: ปัจจัยบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความ ไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

H₆: ปัจจัยบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดี ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

H₇: ความไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดี ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (population) ประชากรที่ใช้ในการ วิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่าง (sample) การวิเคราะห์ตัวแบบ จำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling) การวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งต้องใช้จำนวนตัวอย่างมาก พอ เพื่อให้ค่าพารามิเตอร์จากผลการวิเคราะห์เชื่อถือ ได้ ซึ่งองค์ประกอบที่ใช้ในการกำหนดขนาดตัวอย่าง ในการวิเคราะห์ได้แก่ (1) การระบุคุณลักษณะตัวแบบ จำลองที่ผิดพลาด (2) ขนาดของตัวแบบจำลอง (3) การ เบี่ยงเบนจากค่าปกติ และ (4) กระบวนการประมาณ โดย Golob (2003, p. 9) การวิเคราะห์ตัวแบบจำลอง สมการโครงสร้าง โดยวิธีการประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood ควรมีขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 12 เท่า จากตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างของการ วิจัยในครั้งนี้มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้ทั้งสิ้น 35 ตัวแปร

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างควรมีขนาดตัวอย่าง 385 คน โดย การเลือกสถานประกอบการในกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล 5 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี สมุทรสาคร และนครปฐม

การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ จะดำเนินการ ใน 2 ลักษณะ คือ การตรวจสอบก่อนนำไปทดลอง ใช้ (try out) และตรวจสอบผลที่เกิดขึ้นหลังจากการไป ทดลองใช้คือ การตรวจสอบความเที่ยง (reliability)

ขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีดังนี้ ความเที่ยง (reliability) แบบสอบถามที่ได้ ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลอง (try-out) กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ของแต่ละตัวแปรควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006, p. 137; Nunnally, 1978, p. 245) และค่าจำแนก รายข้อ (corrected item-total correlation) ของ แต่ละข้อคำถามควรมีค่าตั้งแต่ 0.3 หากมีข้อคำถาม ใดทำให้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวแปรใดๆ ต่ำกว่า 0.70 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อคำถามใดๆ ต่ำ กว่า 0.30 ต้องทำการปรับปรุงแก้ไข หรือตัดข้อถาม นั้นออก ในการตรวจสอบความเที่ยงผู้วิจัยได้ตรวจสอบ ความเที่ยงทั้งข้อมูลทดลองใช้ (n = 30) และข้อมูลที่เก็บ จริงของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (n = 411) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.886 ถึง 0.959 ทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ข้อกำหนด ข้างต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติแบบพหุตัวแปร (multivariate statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model Analysis) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ได้แก่ (1) ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแบบจำลองการวัด (measurement model) และ (2) การตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36 - 45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งเป็นคณะกรรมการบริหาร หรือเจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ระยะเวลาในการดำเนินงานตั้งแต่ 5 - 10 ปี ระยะเวลาที่ใช้บริการสำนักงานบัญชีในปัจจุบัน อยู่ระหว่าง 3 - 5 ปี ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสำนักงานบัญชีโดยเฉลี่ยต่อปี มากกว่า 50,000 - 100,000 บาท

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการบริการ ความไว้วางใจ ความภักดี

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	M	SD	CV	แปลผล
ปัจจัยการบริการ (FA)				
- ด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality)	4.20	0.76	0.18	มาก
- ด้านคุณภาพงาน (Quality)	4.09	0.69	0.17	มาก
- ด้านความรู้ความสามารถ (Knowledge Competency)	4.17	0.74	0.18	มาก
- ด้านค่าธรรมเนียม (Professional Fee)	4.17	0.74	0.18	มาก
ความไว้วางใจ (Trust)	4.17	0.74	0.18	มาก
ความภักดี (Loyalty)	3.94	0.74	0.18	มาก

การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของระดับค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยการบริการ ด้านคุณภาพการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกข้อคำถาม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่นในการรักษาความลับของลูกค้าของสำนักงานบัญชี ด้านคุณภาพงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกข้อคำถาม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับผลงานที่ได้รับจากสำนักงานบัญชี สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเปรียบ

เทียบ ข้อมูลเพื่อการบริหารธุรกิจได้ ด้านความรู้ความสามารถ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกข้อคำถาม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับทีมงานของสำนักงานบัญชี ที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับระบบบัญชี ด้านค่าธรรมเนียม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกข้อคำถาม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับสำนักงานบัญชีอื่นที่มีขนาดใกล้เคียงกัน ด้านความไว้วางใจ ในภาพรวมอยู่ใน

ระดับมาก ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความไว้วางใจ ในสำนักงานบัญชี ในการรักษาข้อมูลของธุรกิจ ด้าน ความรักดี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ใช้บริการให้ ความสำคัญลำดับแรก 2 ข้อ คือ ความพึงพอใจในการ ใช้บริการของสำนักงานบัญชีที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และการ ทำงานของสำนักงานบัญชีมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยการบริการ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านคุณภาพ งาน ด้านความรู้ความสามารถ และค่าธรรมเนียมน มีค่า เฉลี่ยรวมทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมาก ความไว้วางใจ และ ความรักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี มีค่า เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากทุกข้อคำถาม ด้วยเช่นกัน

การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง โดย พิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรต่างๆ

ตาราง 2

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของ ตัวแปรปัจจัยบริการ ประกอบด้วย ด้านคุณภาพบริการ ด้านคุณภาพ งาน ด้านความรู้ความสามารถ และด้านค่าธรรมเนียมน ตัวแปรความไว้วางใจ และตัวแปรความรักดี

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	χ^2	df	χ^2/df	p-value	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
- Service Quality	4.84	2	2.42	0.088	0.999	0.995	0.965	0.0489
- Quality	1.14	1	1.14	0.285	1.000	0.929	0.983	0.0185
- Knowledge Competency	3.55	1	3.55	0.059	1.000	0.999	0.997	0.048
- Professional Fee	0.98	1	0.98	0.323	1.000	0.999	0.986	0.000
- Trust	2.74	3	0.91	0.434	1.000	0.997	0.987	0.000
- Loyalty	22.75	19	1.19	0.249	1.000	0.989	0.968	0.022

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัว แบบจำลองการวัดด้านคุณภาพบริการพบว่า ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดยการ ดำเนินงานของสำนักงานบัญชีเป็นไปตามข้อตกลงใน สัญญา สามารถตอบสนองความต้องการได้ มีน้ำหนัก องค์ประกอบมากที่สุด ด้านคุณภาพงาน พบว่า ค่า น้ำหนักองค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดย ความสามารถนำเสนอการเงินให้ผู้ใช้อ้างอิงทางบัญชี ต่างๆ ได้เข้าใจเนื้อหาประเด็นต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ด้านความรู้ ความสามารถ พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดย ทีมงานของสำนักงานบัญชี มีความรู้ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

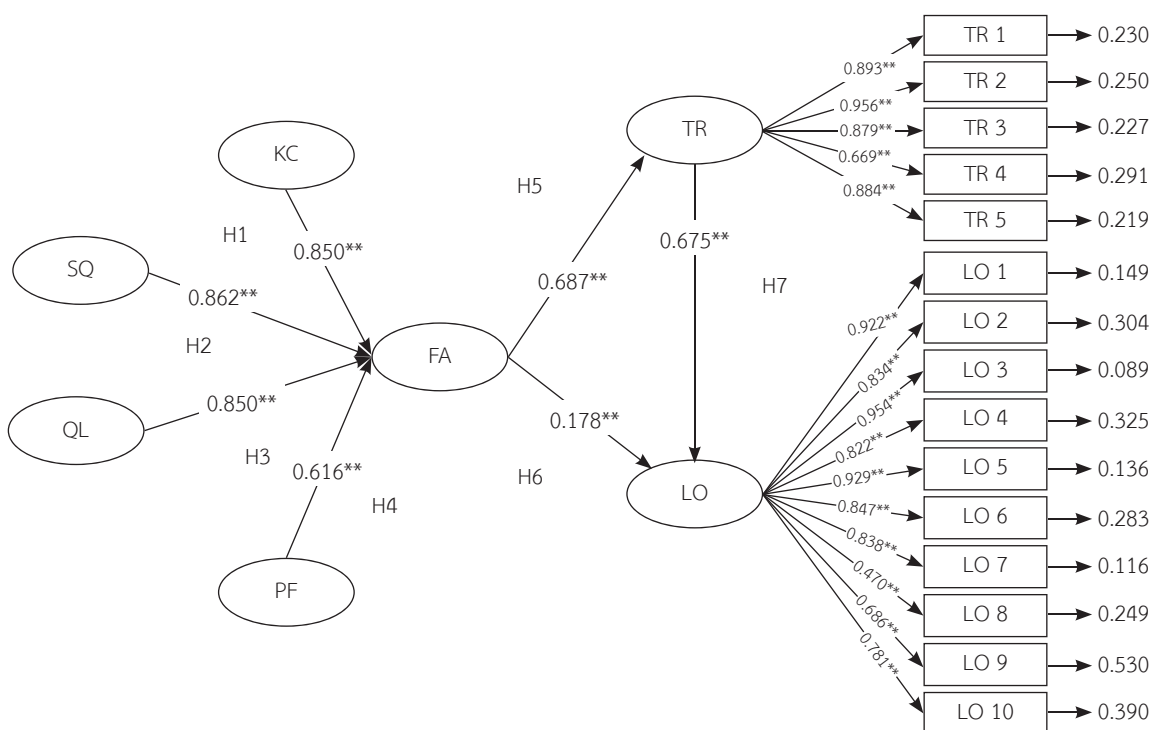
คอมพิวเตอร์ และนำมาใช้กับธุรกิจได้ มีน้ำหนัก องค์ประกอบมากที่สุด ด้านค่าธรรมเนียมน พบว่า ค่า น้ำหนักองค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดย ค่า ธรรมเนียมนมีความเหมาะสมกับระยะเวลาการให้บริการ มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ความไว้วางใจในการ ใช้สำนักงานบัญชี พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุก ค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดย ความไว้วางใจในพนักงาน ของสำนักงานบัญชี มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ความรักดีในการใช้สำนักงานบัญชี พบว่า ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดย การทำงาน ของสำนักงานบัญชีทำให้รู้สึกถึงความผูกพัน และยินดีที่ จะร่วมงานด้วย มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

การตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity)

สรุปภาพรวมการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ควรผ่านเกณฑ์กำหนด คือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ค่า Average Variance Extracted ควร มี ค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างควรมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป (Hair et al., 2006, pp. 777 - 779) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

ตัวแปรแฝงทุกตัว มีค่า Average Variance Extracted ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และค่าความเที่ยงรวม (composite reliability) มีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป ในขณะที่ตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปทั้งหมด เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นตามรายละเอียดของน้ำหนัก องค์ประกอบมาตรฐาน ค่า Average Variance Extracted (AVE) และค่าความเที่ยงรวม (CR) ของงานวิจัย

การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ตัวแบบจำลองเชิง สาเหตุ



ภาพ 2 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ และความภักดี ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำเสนอผลการ วิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ปรับเปลี่ยน แสดงการปรับตัวแบบจำลองเพื่อให้กรอบแนวความคิด สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยยอมให้ค่าความ

คลาดเคลื่อน (error variance) มีความสัมพันธ์กัน ได้ ตามความเป็นจริง รายละเอียดของการวิเคราะห์ ดัง แสดงในภาพ 2 และตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 3

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ค่าความผิดพลาดมาตรฐาน และค่า t value ตัวแบบจำลองสมการ โครงสร้าง ($n = 411$)

Path Diagram	Path Coefficients	Standard Errors	t -value
LAMBDA-Y			
TR $\longrightarrow$ TR1	0.893**	0.039	13.880
TR $\longrightarrow$ TR2	0.956**	0.035	13.069
TR $\longrightarrow$ TR3	0.879**	0.027	13.778
TR $\longrightarrow$ TR4	0.669**	0.029	13.835
TR $\longrightarrow$ TR5	0.884**	0.033	13.908
LO $\longrightarrow$ LO1	0.922**	0.031	13.254
LO $\longrightarrow$ LO2	0.834**	0.033	12.403
LO $\longrightarrow$ LO3	0.954**	0.040	13.428
LO $\longrightarrow$ LO4	0.822**	0.035	12.482
LO $\longrightarrow$ LO5	0.929**	0.035	13.450
LO $\longrightarrow$ LO6	0.847**	0.029	12.584
LO $\longrightarrow$ LO7	0.838**	0.026	13.915
LO $\longrightarrow$ LO8	0.470**	0.034	14.057
LO $\longrightarrow$ LO9	0.686**	0.049	11.345
LO $\longrightarrow$ LO10	0.781**	0.033	12.109
LAMBDA-X			
FA $\longrightarrow$ SQ	0.862**	0.059	20.664
FA $\longrightarrow$ QL	0.850**	0.188	20.069
FA $\longrightarrow$ KC	0.850**	0.188	20.069
FA $\longrightarrow$ PF	0.616**	0.030	13.423
BETA			
TR $\longrightarrow$ LO	0.675**	0.051	13.188
GAMMA			
FA $\longrightarrow$ TR	0.687**	0.050	13.778
FA $\longrightarrow$ LO	0.178**	0.048	13.254

หมายเหตุ: Path Diagram คือ แผนภาพเส้นทาง, Path Coefficients คือ สัมประสิทธิ์เส้นทาง * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($1.960 \leq t\text{-value} < 2.576$), ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t\text{-value} \geq 2.576$)

ตาราง 4

อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์								
	FA			TR			LO		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
SQ	0.862** (0.059)		0.862** (0.059)						
QL	0.850** (0.188)		0.850** (0.188)						
KC	0.850** (0.188)		0.850** (0.188)						
PF	0.616** (0.300)		0.616** (0.300)						
FA				0.687* (0.050)		0.687** (0.050)	0.178** (0.048)	0.464** (0.047)	0.641** (0.048)
TR							0.675** (0.051)		0.675** (0.051)
ตัวแปรสังเกตได้	QM	QL	KC	PF	TR1	TR2	TR3	TR4	TR5
ค่าความเที่ยง (R^2)	0.743	0.722	0.722	0.380	0.770	0.750	0.773	0.709	0.781
ตัวแปรสังเกตได้	LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9
ค่าความเที่ยง (R^2)	0.851	0.696	0.911	0.675	0.864	0.717	0.884	0.751	0.470
ตัวแปรสังเกตได้	LO10								
ค่าความเที่ยง (R^2)	0.610								
ตัวแปรแฝงภายใน		TR			LO				
ค่าความเที่ยง R^2		0.472			0.652				

$\chi^2 = 206.368$, $df = 181$, $\chi^2/df = 1.140$, $p\text{-value} = 0.0950$, $CFI = 0.999$, $GFI = 0.967$, $AGFI = 0.931$, $RMSEA = 0.018$

จากตาราง 4 ค่าอิทธิพลทางตรงทางบวกของ ปัจจัยการบริการ ทั้งหมด 4 ตัวแปร คือ ด้านคุณภาพ การบริการ ด้านคุณภาพงาน ด้านความรู้ความสามารถ และด้านค่าธรรมเนียม โดยมีค่าขนาดอิทธิพล 0.862, 0.850, 0.850 และ 0.616 ตามลำดับ ค่าอิทธิพล ของปัจจัยการที่ส่งผลโดยตรงกับความไว้วางใจ และ ความภักดี โดยมีขนาดอิทธิพล 0.687 และ 0.178 ค่าอิทธิพลปัจจัยการที่มีผลทางอ้อมต่อความภักดี

มีขนาดอิทธิพล 0.464 ส่วนค่าอิทธิพลทางตรงของความไว้วางใจต่อความภักดี มีขนาดอิทธิพล 0.675 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้

ตัวแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 206.368 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 181 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) มีค่าเท่ากับ 0.095 ค่าไค-สแควร์/องศาอิสระ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.140 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.967 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.931 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.931 และค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.018 แสดงว่าตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวแปรในแบบจำลองสมการโครงสร้างสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ได้ร้อยละ 65.20

การอภิปรายผล

1. ความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีสามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ได้ร้อยละ 65 แสดงว่า ตัวแบบจำลองโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกันค่อนข้างมาก ซึ่งสามารถอธิบายผลของอิทธิพลที่มีต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีได้เป็นอย่างดี

2. ด้านคุณภาพบริการ และคุณภาพงาน มีอิทธิพลทางตรงในทางบวกมากที่สุดด้วยขนาดอิทธิพล 0.850 ตัวแปรปัจจัยการบริการ ทั้ง 2 ตัวแปร แสดงว่าคุณภาพการบริการและคุณภาพงาน เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในองค์ประกอบปัจจัยบริการ รองลงมาเป็นด้านความรู้ความสามารถ มีขนาดอิทธิพล 0.850 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Wisher and Corney (2001) ที่กล่าวถึงความเป็นเลิศของการบริการ และสอดคล้องกับงาน

วิจัยของ Sands and McPhail (2003) เรื่อง ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงการเลือกสำนักงานบัญชี คือ การเอาใจใส่ในคุณภาพงาน ความเป็นระบบระเบียบ ความระมัดระวังในการทำบัญชี และการรายงานงบการเงิน

3. ปัจจัยการบริการ มีอิทธิพลทางตรงในทางบวกมากที่สุดกับความไว้วางใจ ด้วยขนาดอิทธิพล 0.687 แสดงว่าปัจจัยต่างๆ มีผลกับการไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี และมีค่าอิทธิพลในทางบวกต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ขณะที่ค่าอิทธิพลทางตรงในทางบวกของปัจจัยการบริการมีขนาดอิทธิพลต่อความภักดี ด้วยขนาดอิทธิพล 0.178 แสดงว่า ปัจจัยการบริการส่งผลทางตรงกับความไว้วางใจ และยังส่งผลทางอ้อมกับความภักดี ในระดับค่าอิทธิพลที่สูง ซึ่งปัจจัยการบริการมีอิทธิพลตรงทางบวกต่อความภักดีน้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Mishra (1996) เกี่ยวกับการวัดการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับความไว้วางใจ การแสดงสัมพันธภาพระหว่างลูกค้าและองค์กร

4. ความไว้วางใจ มีอิทธิพลทางตรงทางบวกต่อความภักดี ด้วยขนาดอิทธิพล 0.675 แสดงว่า เมื่อการให้บริการของสำนักงานบัญชีในด้านต่างๆ สร้างความไว้วางใจให้กับผู้ประกอบการแล้ว จึงเกิดความไว้วางใจในการให้บริการ ความไว้วางใจจะส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าทำให้มีการบอกต่อ และยังคงใช้บริการของสำนักงานบัญชีอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gomez, Arraz & Cilla (2006) ศึกษาเกี่ยวกับมิติพฤติกรรม (Behavioral Dimension) ของความภักดี ความสัมพันธ์ทางทัศนคติเพื่อเสริมแรงทางบวกให้กับการแสดงพฤติกรรมในความภักดี โดยการกลับมาใช้สินค้าหรือบริการอีก

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ในการปฏิบัติ

1. ควรมีการจัดประชุม อบรมทักษะการดูแลให้กับพนักงานในสำนักงาน ให้สามารถสร้างความเชื่อมั่น

ในการรักษาความลับของลูกค้า และมีความสามารถในการดูแล เอาใจใส่ให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้ธุรกิจได้ด้วยความรวดเร็ว และเป็นที่พึงพอใจในการใช้บริการ

2. ควรจัดให้พนักงานบัญชีได้รับการอบรมในส่วน of ข้อเสนอแนะที่ให้ผู้ใช้บริการ สามารถนำงบการเงินตามมาตรฐานการบัญชีที่ได้รับรองทั่วไป ประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจ หรือเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานของผู้ประกอบการได้

3. ควรมีการสำรวจค่าธรรมเนียมนៃของสำนักงานบัญชี โดยการเปรียบเทียบเกี่ยวกับปริมาณ การบริการ ระยะเวลา และคุณภาพการบริการ กับสำนักงานบัญชีทั่วไป เพื่อปรับปรุงให้มีค่าธรรมเนียมนៃที่มีความเหมาะสมให้กับผู้ให้บริการ และเป็นข้อมูลให้ผู้ให้บริการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชี

4. ควรจัดเอกสารเผยแพร่ข้อมูลทางการบัญชี เพื่อให้ผู้ให้บริการได้ทราบข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ให้กับผู้ประกอบการและผู้รับผิดชอบในส่วนงานบัญชี ให้

เป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สร้างความรู้สึกรักมั่นใจ ในบริการ และกลับมาใช้บริการอีก

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ควรมีการเพิ่มเติมการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการสำนักงานบัญชีเพิ่มเติมเพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิจัย และศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการทำงานด้านความรู้ความสามารถในการทำบัญชี ด้านการให้บริการ ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในองค์การ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัยประจำการศึกษา 2560 และบทความวิจัยในครั้งนี้

Reference

- Beatson, A., Lings, I., & Gudergan, S. P. (2008). Service staff attitudes, organizational practices and performance drivers. *Journal of Management and Organization*, 14(2), 168-179.
- Beattie, V., & Feamley, S. (1995). The importance of audit firm characteristic and the drivers of auditor change in UK listed companies. *Accounting and Business Research*, 25(100), 227-239
- Gomez, B. G., Arranz, A. G., & Cillan, J. G. (2006). The role of loyalty programs in behavioral and affective loyalty. *Journal of Consumer Marketing*, 23(7), 387-396
- Golob, T. F. (2003). Structural equation modeling for travel behavior research. *Transport Research*, 37(1), 1-25.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Kim, J., Morris, J. D., & Swait, J. (2008). Antecedents of true brand loyalty. *Journal of Advertising*, 37(2), 99-117.
- Kirkos, E., Spatis, C., and Manolopoulos, Y. (2007). *Applying Data Mining Methodologies of Auditor Selection*. Technological Educational institution of Thessaloniki and Aristotle University of Thessaloniki, Thessaloniki, Greece.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th edition), New York: Prentice- Hall.
- Marshall, E. M. (2000). *Building trust at speed of change; The centrality of trust*. The power of relationship-based corporation. New York: Amoco.
- Ministry of Commerce, Department of Business Development. (2000). *Accounting Act A.D. 2000*. Bangkok: Author. [In Thai]
- Mohammed, A. A., & Rashid, B. B. (2012). Customer relationship management (CRM) in hotel industry: A framework proposal on the relationship among CRM dimensions, Marketing capabilities and hotel performance. *International Review of Management and Marketing*, 2(4), 220-230.
- Phengpis, S. (2010). Problems on bookkeeping of the accounting offices in Bangkok metropolitan area. *Saint Johns Journal*, 13(14), 61-74
- Sands, J., & McPhall, J. (2003). Choice criteria of listed Australian public Companies for selecting and auditor: An exploratory study. *International journal of business studies*, 11(1), 109-133
- Stimpson, J. (2008). Applying criteria to client acceptance. *The Practical Accountant*, 41(10), 18-32.
- Stefanie, (2007). Auditor change and Auditor Choice in Nonprofit Organizations false Tate. *Press the Escape key to close. Auditing*, 26(1), 47-70.

- Sukkawan, M., Meejaiseur, P., Jarupathirun, S., & Panthai, K. (2017). The influence of organizational culture perception, job satisfaction and organizational commitment on employees' performance: A case study of hotels in phuket province. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 7(3), 109-121. [In Thai]
- Sylvia Veronica Siregar., L. Sensi Wondabio., S. Nurwahyu Harahap., & Ratna Wardhani. (2009). *Evaluation of Risk Factors in Client Acceptance Decisions: Evidence from Public Accountants in Indonesia*. Department of Accounting, Faculty of Economics, University of Indonesia.
- Whitney, J. O. (1996). *The Economic of Trust: Liberating Profits and Restoring Cover Aerate Validity*. New York: McGraw-Hill.

อิทธิพลของผู้นำทีมต่อการรับรู้ผลงานทีม: กรณีศึกษาสโมสรฟุตบอลในระดับไทยพรีเมียร์ลีก

อภิภูมิ กิตติก้อนภา¹ ประยงค์ มีใจเชื้อ²

วิรัช สงวนวงศ์วาน³ นรพล จินันท์เดช⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของผู้นำทีมต่อปทัสถานทีม ต่อทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ และต่อการรับรู้ผลงานทีม 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปทัสถานทีมต่อทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ และต่อการรับรู้ผลงานทีม 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพต่อการรับรู้ผลงานทีม ซึ่งการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กัน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารทีมในสโมสรฟุตบอลไทยระดับพรีเมียร์ลีกจำนวน 5 คน และตามด้วยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากสมาชิกทีมฟุตบอลจำนวน 550 ราย ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์และทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา, การวิเคราะห์หัตถ์แบบจำลองสมการโครงสร้าง และการวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำทีมมีอิทธิพลทางบวกต่อปทัสถานทีม ต่อทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ และต่อการรับรู้ผลงานทีม ส่วนปทัสถานทีมก็มีอิทธิพลทางบวกต่อทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ และต่อการรับรู้ผลงานทีม สำหรับตัวแปรคั่นกลางตัวสุดท้ายที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ผลงานทีมคือทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ

การศึกษานี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญคือทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดในทางตรงต่อการรับรู้ผลงานทีมในสโมสรฟุตบอลไทยระดับพรีเมียร์ลีก ซึ่งจากการวิจัยครั้งนี้ถือว่าเป็นข้อค้นพบที่จะเป็นประโยชน์ต่อวงการฟุตบอลไทยในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาทีมฟุตบอลให้เป็นทีมที่ทรงประสิทธิภาพซึ่งจะส่งเสริมให้สโมสรฟุตบอลไทยมีผลงานที่โดดเด่นในโอกาสต่อไป

คำสำคัญ: ผู้นำทีม; ปทัสถานของสมาชิกทีม; ทีมงานทรงประสิทธิภาพ; การรับรู้ผลงานทีม

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ นักศึกษาหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย

อีเมล: apipoom@hotmail.com

^{2,3,4} อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

The Influence of Team's Leader on Perceived Team's Performance: A Case Study of Thai Premier League

Apipoom Kittikongnapa¹ Prayong Meejaisue²
Wirat Sanguanwongwan³ Norapol Chinuntdej⁴

Abstract

This study, firstly, is to explore the influence of team's leader on team norms, effective team and perceived team performance, secondly to investigate the influence of team norms on effective team and team perceived team performance and finally to examine the influence of effective team on perceived team performance. Both qualitative and quantitative data are designed to gather simultaneously. Qualitative data beginning with an in-depth interview key informants in Thai premier leagues and then providing and collecting questionnaire 550 from team's members in Thai premier leagues. LISREL is used to analyze the structural equations to find out the answers to research objectives and hypotheses.

The findings are that team's leader has positive influence on team norms, effective team and perceived team performance, and team norms has positive influence on effective team and perceived team performance, and also effective team has positive influence on perceived team performance respectively. Originality/Value, it is found that the effective team has the most influence on perceived team performance and this result can be applied in Thai premier leagues by focusing on building an effective team to support both efficiency and effectiveness in organizations.

Keywords: Team's leader; Team's norms; Effective team; Perceived team performance

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Business Administration, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Rd. Bang Kapi, Hua Mak, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: apipoom@hotmail.com

^{2,3,4} Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากในปัจจุบัน สภาวะทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี วัฒนธรรม และสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการทำงานและลักษณะขององค์กร เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ในยุคที่ต้องเผชิญกับการแข่งขัน องค์กรจึงต้องมีการใช้กลยุทธ์ และเทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อปรับเปลี่ยนและพัฒนาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ และสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ผู้นำน่าจะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้การตัดสินใจของผู้นำจะส่งผลกระทบทั้งทางบวกหรือทางลบต่อองค์กรที่รับผิดชอบอยู่ ดังนั้นการสร้างความสำเร็จให้องค์กรผู้นำทีมจึงมีภาระหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงซึ่งผู้นำน่าจะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งหรือยกย่องยอมรับให้เป็นหัวหน้าและเป็นผู้ตัดสินใจสั่งการดังนั้นผู้นำทีมจึงมีภาระหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงที่จะต้องวางแผน สั่งการ ดูแล และควบคุมให้บุคลากรขององค์กรปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ทำให้ผู้นำทีมจำเป็นที่จะต้องมีการสร้างระบบการทำงาน การกำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงานตลอดทั้งการตัดสินใจที่ถูกต้องเพื่อให้เกิดความสำเร็จของทีม

ในปัจจุบันการแข่งขันกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย (ไทยพรีเมียร์ลีก) ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงมีผู้ชมในแต่ละรายการแข่งขันเป็นจำนวนมากเกิดการแข่งขันในระดับต่างๆ มีสโมสรเกิดขึ้นทั่วทุกจังหวัดในประเทศไทย ทำให้สโมสรฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยมีการปรับระบบการจัดการให้สอดคล้องกับกฎระเบียบของทางสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของผู้นำทีมต่อการรับรู้ผลงานทีมสโมสรฟุตบอลในประเทศไทยพรีเมียร์ลีก ที่จะส่งผลต่อสโมสรฟุตบอลและนักกีฬา

ฟุตบอล เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการสโมสรฟุตบอลให้เกิดผลสำเร็จในการแข่งขันได้ดียิ่งขึ้น และจะส่งผลต่อการพัฒนาสโมสรฟุตบอลไทย รวมถึงพัฒนาศักยภาพของนักกีฬาฟุตบอลให้มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้นซึ่งในปัจจุบันสโมสรฟุตบอลไทยได้มีการพัฒนาสู่ความเป็นมืออาชีพมากขึ้นซึ่งทำให้นักกีฬาทีมชาติไทยมีความแข็งแกร่งมากขึ้นด้วยแต่อย่างไรก็ตามการพัฒนานักเป็นทีมเพียงส่วนน้อยและในภาพรวมยังไม่สามารถเทียบกับทีมชั้นนำในต่างประเทศรวมถึงประเทศเพื่อนบ้านก็ได้พัฒนาขึ้นมาอย่างเห็นได้ชัดเจนเช่นกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของผู้นำทีมต่อประสิทธิภาพต่อทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ ต่อการรับรู้ผลงานทีม
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสิทธิภาพต่อทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ ต่อการรับรู้ผลงานทีม
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพต่อการรับรู้ผลงานทีม

นิยามศัพท์

1. ผู้นำทีม (Team Leader หรือ TL) หมายถึง บุคคลที่มีความรู้ความสามารถที่จะทำให้ตนมีอำนาจหรือมีอิทธิพลเหนือจิตใจของผู้อื่นเพื่อที่จะจูงใจให้ผู้อื่นกระทำการบางสิ่งบางอย่างตามที่ผู้นำต้องการหรืออยากให้กระทำโดยให้ผู้อื่นกระทำหรือแสดงพฤติกรรมของเขามาด้วยความสมัครใจ ด้วยความกระตือรือร้น ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจและทุ่มเทเสียสละเพื่อให้ผลการกระทำบรรลุเป้าหมายที่ผู้นำกำหนดไว้ซึ่งผู้นำทีมควรมีบทบาทในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ช่วยแก้ไขปัญหาและช่วยเหลือสมาชิกทีมเมื่อเกิดการขัดแย้งต้องเป็นผู้เข้าแก้ไขรวมถึงบทบาทการเป็นผู้ฝึกสอนให้แก่สมาชิกทีมด้วย

2. ปทัสถานของสมาชิกทีม (Team Norm หรือ TN) หมายถึง กฎ มาตรฐาน ความเชื่อ การยอมรับ มีทั้งแบบทางการและแบบไม่เป็นทางการของสมาชิกในทีม

3. ทีมงานทรงประสิทธิภาพ (Effective Team หรือ ET) หมายถึง ทีมที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ดีเพราะมีความยืดหยุ่นต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และยังช่วยให้มีการประสานงานในองค์กรที่ดีขึ้น มีการพัฒนาพนักงานจากการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน หรือสมาชิกทีมที่สามารถวางแผนงานและตัดสินใจในงานของตนเองและก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยสมาชิกจะต้องมีเป้าหมายร่วมกัน

4. การรับรู้ผลงานของทีม (Perceived Team Performance หรือ PTP) หมายถึง การที่สมาชิกในทีมรับรู้ผลการปฏิบัติของทีมไม่ว่าจะเป็นด้านบวกหรือด้านลบก็ตาม

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการและมาตรวัด ประกอบด้วย

ผู้นำทีม (TL) มีมาตรวัด 4 ตัวแปร ได้แก่

1. มีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (IDEAL)
2. สร้างแรงบันดาลใจ (MOTIVE)
3. กระตุ้นทางปัญญา (WISDOM)
4. คำนึงถึงปัจเจกบุคคล (INDIVID)

ปทัสถานของสมาชิกทีม (TN) มีมาตรวัด 7 ตัวแปร ได้แก่

1. การตรงต่อเวลา (TN1)
2. การเตรียมความพร้อม (TN2)
3. กฎ กติกา และมารยาท (TN3)
4. การแสดงความเคารพ (TN4)
5. การให้เกียรติ (TN5)
6. ความมุ่งมั่นและอุทิศตน (TN6)
7. ยอมรับผลการตัดสินใจ (TN7)

ทีมงานทรงประสิทธิภาพ (ET) มีมาตรวัด 8 ตัวแปร ได้แก่

1. บทบาทชัดเจน (ET1)
2. สื่อสารที่เปิดกว้างและชัดเจน (ET2)
3. ตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ (ET3)
4. มีส่วนร่วมที่สมดุล (ET4)
5. ความหลากหลายที่มีคุณค่า (ET5)
6. การจัดการความขัดแย้ง (ET6)
7. บรรยากาศเชิงบวก (ET7)
8. ความสัมพันธ์แบบร่วมมือกัน (ET8)

การรับรู้ผลงานทีม (PTP) มีมาตรวัด 3 ตัวแปร ได้แก่

1. ความสำเร็จของการทำงาน (SUCCESS)
2. การพัฒนาความสัมพันธ์ทางสังคม (RELATION)
3. ประโยชน์ต่อบุคคล (BENEFIT)

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรดังต่อไปนี้ ผู้นำทีม ปทัสถานทีม ทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ และตัวแปรเป้าหมาย คือ การรับรู้ผลงานทีม

2. ขอบเขตด้านประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานของสโมสรฟุตบอลในระดับไทยพรีเมียร์ลีก จำนวน 10 สโมสร จากผลการแข่งขันอันดับที่ 1-10 ในฤดูกาล 2559

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา การเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2560

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์ด้านวิชาการ เป็นการเพิ่มองค์ความรู้ และผลงานวิจัยทางวิชาการตลอดทั้งสามารถนำไปวิจัย

ทีมงานในอุตสาหกรรมอื่นที่มีความคล้ายคลึงกัน

2. ประโยชน์ด้านการปฏิบัติ

2.1 แนวทางสำหรับผู้บริหารที่ต้องการยกระดับการสร้างทีมที่มีประสิทธิภาพ ควรมุ่งเน้นพัฒนา ด้านผู้นำและแนวปฏิบัติร่วมของทีม

2.2 แนวทางสำหรับผู้บริหารที่ต้องการยกระดับผลงานของทีม ควรมุ่งเน้นพัฒนา ด้านผู้นำทีม แนวปฏิบัติร่วมของทีม และทีมให้ทรงประสิทธิภาพมากขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้นำทีม หมายถึง การที่บุคคลมีความรู้ความสามารถที่จะทำให้อันมีอำนาจหรือมีอิทธิพลเหนือจิตใจของผู้อื่นเพื่อที่จะจูงใจให้ผู้อื่นกระทำการบางอย่างตามที่ต้องการหรืออยากให้อันกระทำโดยให้ผู้อื่นกระทำหรือแสดงพฤติกรรมออกมาด้วยความสมัครใจ มีความกระตือรือร้น ความมุ่งมั่นตั้งใจและทุ่มเทเสียสละเพื่อให้ผลการกระทำบรรลุเป้าหมายที่ผู้นำกำหนดไว้ Stogdill (1974); Bass (1999) มุมมองด้านคุณสมบัติที่เป็นลักษณะพิเศษส่วนตัวของผู้นำทีม มุมมองนี้มองว่า ภาวะผู้นำคือการที่บุคคลมีคุณสมบัติพิเศษส่วนตัวที่สามารถทำให้อันตามเกิดความรู้สึกศรัทธา และเลื่อมใสจนมีความพร้อมที่จะยึดเอาคุณสมบัติพิเศษนั้นเป็นแนวคิดต้นแบบของตนไว้เป็นแนวทางในการคิด การพูด และการแสดงออกในโอกาสต่างๆ Gumusluoglu & Ilsev (2009) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (transformational leadership theory) เนื่องจากภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีคุณธรรมและมีการกระจายอำนาจหรือเสริมสร้างพลังจูงใจและกระตุ้นผู้ตามให้มีภาวะผู้นำ ซึ่งภาวะผู้นำลักษณะนี้กำลังเป็นที่ต้องการอย่างยิ่งในสภาวะการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันและเป็นกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงเจตคติ

และสมมุติฐานของสมาชิกในองค์การสร้างความผูกพันในการเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ที่สำคัญขององค์การ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะเกี่ยวข้องกับอิทธิพลของผู้นำที่มีต่อผู้ตามโดยผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะมีการถ่ายทอดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบที่สำคัญให้กับผู้ตาม ซึ่งผู้นำจะให้ความสนใจต่อการปฏิบัติงานของผู้ตาม และพัฒนาผู้ตาม ให้เจริญเติบโตไปพร้อมกัน ไม่ว่าจะเป็นการสอนทักษะที่มีความจำเป็นต่อการแก้ปัญหา กระตุ้นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่สำคัญ กระตุ้นการแบ่งปันความคิด ส่งเสริมความร่วมมือในการทำงานเป็นทีม รวมทั้งส่งเสริมการแก้ไขปัญหาต่างๆ อย่างสร้างสรรค์ แต่ผู้นำที่มีลักษณะเปลี่ยนแปลงจะเน้นการปรับปรุงโครงสร้างและระบบ เน้นสร้างค่านิยมและอุดมการณ์ของตนที่เข้มแข็ง ซึ่งสามารถส่งผลต่อการเพิ่มแรงจูงใจของผู้ตามให้ปฏิบัติไปในแนวทางที่ดีต่อส่วนรวมมากกว่าเพื่อประโยชน์ของตนเอง โดยการวิจัยนี้ได้สังเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำทีมซึ่งได้นำแนวคิดผู้นำเชิงปฏิรูปของ Bass & Avolio (2004) มาปรับใช้โดยมี 4 องค์ประกอบคือ

1. **การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ หรือการสร้างบารมี** หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้นำแสดงออกถึงการมีวิสัยทัศน์ และการมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีพันธกิจ ความภาคภูมิใจจากการที่ผู้นำประพฤติตัวเป็นแบบอย่าง ผู้นำจะเป็นที่ยกย่อง เคารพนับถือ ศรัทธา ไว้วางใจ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บังคับบัญชาที่มีอิทธิพลต่อแนวคิดของผู้ตามในเรื่องค่านิยม และความเชื่อ

2. **การสร้างแรงบันดาลใจ** หมายถึง ความสามารถของผู้นำในการเร้า และสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ตาม สามารถรวมความต้องการของปัจเจกบุคคล และขององค์การเข้าด้วยกันเพื่อสร้างแรงจูงใจ

3. **การกระตุ้นทางปัญญา** หมายถึง การที่ผู้นำมีการกระตุ้นผู้ตามให้ตระหนักถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ในหน่วยงานทำให้ผู้ตามมีความต้องการหาแนวทางใหม่ๆ มาแก้ปัญหาในหน่วยงานเพื่อหาข้อสรุปใหม่

ที่ดีกว่าเดิมเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่และเกิดความคิดสร้างสรรค์

4. **การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล** หมายถึง ผู้นำจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลในฐานะเป็นผู้นำให้การดูแลเอาใจใส่ผู้ตามเป็นรายบุคคลและทำให้ผู้ตามรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญซึ่งผู้ตามจะเป็นโค้ชและเป็นที่ปรึกษาของผู้ตามเพื่อความสำเร็จผล

ปทัสถานทีม หมายถึง กฎ มาตรฐาน ความเชื่อ การยอมรับ มีทั้งแบบทางการและแบบไม่เป็นทางการของสมาชิกในทีมหรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นมาตรฐานด้านพฤติกรรมของสมาชิกทุกคนในทีมที่มีร่วมกัน และมีอิทธิพลสูงต่อศักยภาพในการทำงานของสมาชิกทีมหรืออาจเป็นแบบแผนหรือโครงสร้างของพฤติกรรมทางสังคมที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกทีมใช้เป็นมาตรฐานชี้ว่า ในแต่ละสถานการณ์บุคคลควรประพฤติปฏิบัติให้สอดคล้องกับวิธีการดำเนิน ชีวิตในสังคมนั้นๆ ตามที่สมาชิกยอมรับ จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างปทัสถานของทีมกับผลกำไรที่องค์กรจะได้รับ ถึงแม้ว่าทีมไม่สามารถกำหนดแบบพฤติกรรมที่ทีมยอมรับได้ในทุกเรื่อง แต่ปทัสถานส่วนใหญ่จะสัมพันธ์กับเรื่องดังกล่าวเหล่านี้ ได้แก่ การปฏิบัติงาน ผลกำไร ทีมงาน การวางแผน การควบคุมงาน การฝึกอบรม การคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ความสัมพันธ์กับลูกค้า ความซื่อสัตย์ หรือความปลอดภัย เป็นต้น ซึ่งด้านที่ผู้นำให้ความสำคัญคือ ด้านที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของสมาชิก เช่น สัญญาของสมาชิกในทีมด้านการทุ่มเทให้กับงาน วิธีการสื่อสารที่เหมาะสม วิธีการทำงานให้สำเร็จ ดังนั้นปทัสถานจะเป็นเครื่องมือในการควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกทีมด้วยเพราะทีมจะมีแรงกดดันสมาชิกให้ปรับพฤติกรรมตามปทัสถาน Schermerhorn, Richard, Osborn & Hunt (2012); Bateman & Snell (1999) จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าปทัสถานของทีมงาน (Norms of Teamwork) เป็น

องค์ประกอบหลักที่สำคัญอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของทีมงาน ในที่นี้เน้นปทัสถานของกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ Luthans (2011) ได้อธิบายความหมายของปทัสถานว่า หมายถึง แบบแผนหรือโครงสร้างของพฤติกรรมทางสังคมที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกทีม ใช้เป็นมาตรฐานชี้ว่า ในแต่ละสถานการณ์บุคคลควรประพฤติปฏิบัติให้สอดคล้องกับวิธีการดำเนิน ชีวิตในสังคมนั้นๆ ตามที่สมาชิกยอมรับจากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างปทัสถานของทีมกับผลกำไรที่องค์กรจะได้รับ ถึงแม้ว่าทีมไม่สามารถกำหนดแบบพฤติกรรมที่ทีมยอมรับได้ในทุกเรื่อง แต่ปทัสถานส่วนใหญ่จะสัมพันธ์กับเรื่องดังกล่าวเหล่านี้ ได้แก่ การปฏิบัติงาน ผลกำไร ทีมงาน การวางแผน การควบคุมงาน การฝึกอบรม การคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ความสัมพันธ์กับลูกค้า ความซื่อสัตย์ หรือความปลอดภัย เป็นต้น

ปทัสถานแบ่งเป็น 2 ชนิด คือ **ปทัสถานเชิงนิมิต** (Positive Norms) ซึ่งหมายถึง พฤติกรรมของทีมงานที่เอื้อต่อผลการปฏิบัติงานขององค์กร เช่น การทำงานให้ถูกต้องตั้งแต่เริ่มแรก และไม่ใช่วัสดุสำนักงานอย่างสิ้นเปลือง เป็นต้น และ **ปทัสถานเชิงนิเสธ** (Negative Norms) ซึ่ง หมายถึง พฤติกรรมที่จำกัดผลการปฏิบัติงานขององค์กร เช่น การหยุดทำงานก่อนเวลาเลิก 30 นาที หยุดพักเกินเวลา หรือไม่รับทำงานให้เสร็จเนื่องจากเกรงว่าจะมีงานเพิ่มมาอีก กฎแห่งสำคัญที่จะควบคุมพฤติกรรมภายในทีมงานที่เป็นทางการ คือ การควบคุมปทัสถานของทีมงานไม่เป็นทางการซึ่งแฝงอยู่ในทีมงานทำการเปลี่ยนแปลงปทัสถานเดิมภายในทีมงานที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งหมายถึงการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของทีมงานที่เป็นทางการอันมีทีมงานที่ไม่เป็นทางการแฝงอยู่ตนเอง Carron (1988)

การวิจัยนี้ได้นำแนวคิดด้านปทัสถานทีมของ Munroe, Estabrooks, Dennis & Carron (1999) มาปรับใช้โดยมี 7 องค์ประกอบคือ 1) สมาชิกให้ความ

สำคัญด้านการตรงต่อเวลา 2) ทุกคนในทีมมีความเตรียมพร้อมทั้งร่างกาย และจิตใจ เมื่อต้องลงแข่งขัน 3) ให้ความสำคัญในเรื่อง กฎ กติกา และมารยาทในการแข่งขัน 4) มีการแสดงความเคารพ และให้เกียรติผู้มีส่วนร่วมทั้งทีม 5) การให้เกียรติแก่คู่แข่งผ่านฝ่ายตรงข้าม 6) ความมุ่งมั่นและอุทิศตนอย่างเต็มกำลังความสามารถ 7) ยอมรับผลการตัดสินของกรรมการ

ทีมที่ทรงประสิทธิภาพ หมายถึง การรวมตัวทางสังคมของบุคคลจำนวนหนึ่งและมีปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยการสร้างทีมนั้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตขององค์การและเพิ่มศักยภาพของพนักงานซึ่งการทำงานเป็นทีมสามารถทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การได้ การสร้างทีมงานเป็นกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ภายในทีม มุ่งปรับปรุงคุณภาพความสัมพันธ์ที่มีอยู่ต่อกันระหว่างสมาชิกให้มีประสิทธิผลของทีมให้สูงขึ้นได้ เพื่อมีการวางแผนที่มีจุดมุ่งหมายในการปรับปรุงหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพผ่านการวิเคราะห์อย่างมีระบบ และได้รับการยอมรับในหน่วยงาน ในการสร้างทีมงานมีวัตถุประสงค์พื้นฐานในการปรับปรุงความสามารถในการแก้ไขปัญหาระหว่างสมาชิกของทีมด้วยการทำงานร่วมกันตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งวัตถุประสงค์ประกอบด้วย สมาชิกทุกคนมีความเข้าใจบทบาทของตนเองดีในการทำงานเป็นทีม สมาชิกทุกคนมีความเข้าใจที่เกี่ยวกับกฎข้อบังคับของทีม มีการสื่อสารในระหว่างสมาชิกของทีมเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของทีม มีการสนับสนุนซึ่งกันและกัน มีความเข้าใจอย่างกระจ่างแจ้งเกี่ยวกับกระบวนการทีม มีการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด ทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจมากกว่าการแข่งขันกันของสมาชิกทีม ซึ่งเป็นสิ่งที่มีคุณค่าต่อบุคคลต่อทีมและต่อองค์การ เป็นการเพิ่มพูนความสามารถของทีมที่จะร่วมทำงานกับทีมอื่นๆ ในองค์การ และยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ต่างๆ ในการทำงานให้ดีขึ้น ซึ่ง

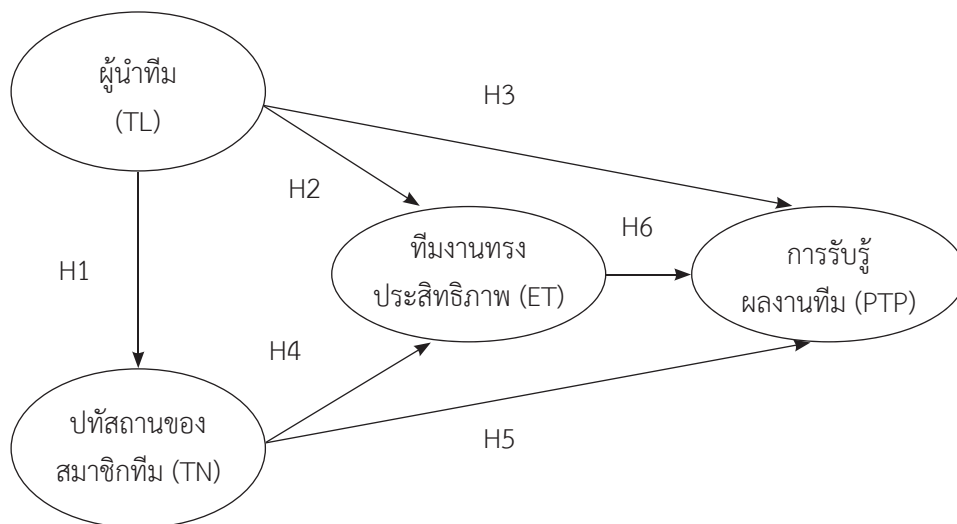
ความสัมพันธ์ที่ดีจะมีผลต่อการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายในการสร้างทีมงาน Woodcock & Francis (1994); Mican & Rodger (2000) การวิจัยนี้ได้นำแนวคิดด้านทีมที่ทรงประสิทธิภาพของ Woodcock & Francis (1994) มาปรับใช้โดยมี 9 องค์ประกอบคือ 1) จุดมุ่งหมายชัดเจน 2) บทบาทชัดเจน 3) สื่อสารที่เปิดกว้างและชัดเจน 4) การตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ 5) การมีส่วนร่วมที่สมดุล 6) ความหลากหลายที่มีคุณค่า 7) มีการจัดการความขัดแย้ง 8) บรรยากาศเชิงบวก 9) ความสัมพันธ์แบบร่วมมือกัน

การรับรู้ผลงานทีม หมายถึง การที่ผู้นำทีมและสมาชิกทีมรับรู้ถึงผลการดำเนินงานของทีมในด้านความสำเร็จของการทำงาน ในด้านการพัฒนาความสัมพันธ์ทางสังคมและด้านประโยชน์ต่อบุคคล ซึ่งผลจากการดำเนินงานของทีมไม่ใช่จะประสบผลสำเร็จเสมอไป เช่น บางทีมมีปัญหาภายในทีม แตกแยกกันจนไม่เหลือความเป็นทีม อาจมีสาเหตุมาจากการสร้างทีมได้ไม่เหมาะสมและขาดปัจจัยสนับสนุน ตามปกติแล้วทีมที่ประสบความสำเร็จจะทำงานลุล่วง สามารถรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันเอาไว้และส่งเสริมให้สมาชิกพัฒนาตนเองและพัฒนาวิชาชีพ ดังนั้นจึงอาจกล่าวเพิ่มเติมได้ว่าการรับรู้ผลงานของทีม คือ การรับรู้ความสำเร็จของทีมซึ่งอาจเป็นด้านบวกหรือด้านลบก็ได้ ซึ่งงานวิจัยหลายชิ้นใช้การศึกษาผลการทำงานของทีม หมายถึง การวัดการทำงานของทีมงานและพยายามเชื่อมโยงกับการวัดการรับรู้ผลงานทีม แต่การวัดการรับรู้ผลงานทีมเป็นเรื่องยาก ความเชื่อของผู้นำและสมาชิกในทีมเกี่ยวกับการรับรู้ผลงานทีมอาจไม่ใช่สิ่งเดียวกับที่ผู้บริหารเชื่อ สมาชิกในทีมเน้นการปฏิบัติงานภายในของทีม ดูว่าแต่ละคนทำประโยชน์แก่ทีมอย่างไรและสมาชิกทำงานด้วยกันดีเพียงใด ทางด้านผู้บริหารเน้นผลกระทบของทีมต่อองค์การ สนใจผลลัพธ์มากกว่าการปฏิบัติงาน การมองการรับรู้ผลงานทีมจึงเน้นกันคนละมุมกับการรับรู้ความสำเร็จของทีม

ซึ่งอาจเป็นด้านบวกหรือด้านลบก็ได้ การวิจัยนี้ได้นำแนวคิดด้านการรับรู้ผลงานทีมของ Levi (2011) มาปรับใช้โดยมี 3 องค์ประกอบคือ 1) ด้านความสำเร็จ

ของการทำงาน 2) ด้านการพัฒนาความสัมพันธ์ทางสังคม 3) ด้านประโยชน์ต่อบุคคล

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดอิทธิพลของผู้นำทีมต่อการรับรู้ผลงานทีม: กรณีศึกษาสโมสรฟุตบอลในระดับไทยพรีเมียร์ลีก

สมมุติฐานของการวิจัย

จากรายละเอียดของตัวแปรที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสามารถตั้งสมมุติฐานได้ 6 สมมุติฐานดังนี้

- H_1 ผู้นำทีม มีอิทธิพลทางบวกต่อ ปทัสถานทีม
- H_2 ผู้นำทีม มีอิทธิพลทางบวกต่อ ทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ
- H_3 ผู้นำทีม มีอิทธิพลทางบวกต่อ การรับรู้ผลงานทีม
- H_4 ปทัสถานทีม มีอิทธิพลทางบวกต่อ ทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ
- H_5 ปทัสถานทีม มีอิทธิพลทางบวกต่อ การรับรู้ผลงานทีม
- H_6 ทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ มีอิทธิพลทางบวกต่อ การรับรู้ผลงานทีม

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้ แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์

1. ประชากร ได้แก่ พนักงานสโมสรฟุตบอลในระดับไทยพรีเมียร์ลีกจำนวน 550 คน และผู้บริหารทีมจำนวน 5 คน
2. ทีมตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานของสโมสรฟุตบอลที่มีอันดับที่ 1 - 10 จากผลการแข่งขันในระดับไทยพรีเมียร์ลีกปี 2559
3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ตัวแปรเริ่มต้น ได้แก่ ผู้นำทีม ตัวแปรคั่นกลาง ได้แก่ ปทัสถานทีม และทีมที่ทรงประสิทธิภาพ ตัวแปรเป้าหมายตัวสุดท้าย ได้แก่ การรับรู้ผลงานทีม

4. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปรโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อทำการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยมีการวิเคราะห์ Path Analysis โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Path Analysis with LISREL)

5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยวางแผนที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 เดือน ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

5.1 ทำจดหมายถึงสโมสรฟุตบอลในระดับไทยพรีเมียร์ลีก เพื่อขอความร่วมมือในการให้ข้อมูล

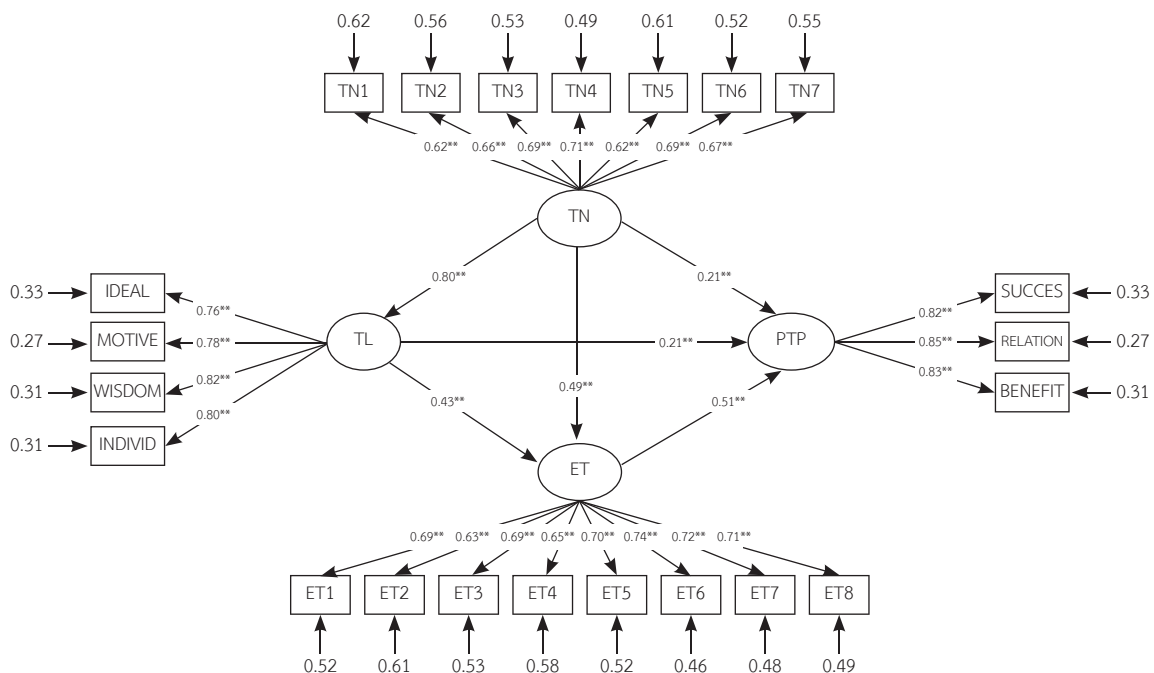
5.2 นัดหมายกับผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของแต่ละสโมสรเพื่อขอเข้าพบผู้บริหาร และแจก

แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการทำวิจัย และนัดหมายขอเข้าพบเพื่อรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเองในอีก 3 สัปดาห์ต่อมา

5.3 ขั้นที่ 3 เข้าพบผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เพื่อขอรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเองในรอบแรกเป็นเวลา 3 สัปดาห์หลังจากแจกแบบสอบถาม

5.4 ทำการประเมินค่าความเหมาะสมแบบสอบถามที่มีค่าสมบูรณ์ หากไม่ได้ตามจำนวนของตัวอย่างที่คำนวณไว้ ผู้วิจัยจะได้ทำการติดตามแบบสอบถามทางโทรศัพท์และเข้าไปรับแบบสอบถามเพิ่มเติมทุก 1 หรือ 2 สัปดาห์ เพื่อให้ได้ตามจำนวนของตัวอย่างที่คำนวณไว้

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย



$\chi^2 = 162.63$, $df = 146$, $\chi^2/df = 1.11$, $p\text{-value} = 0.16419$, $CFI = 0.999$, $GFI = 0.974$, $AGFI = 0.955$, $RMSEA = 0.014$

ภาพ 2 ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างอิทธิพลของผู้นำทีมต่อการรับรู้ผลงานของทีมสโมสรฟุตบอลในระดับพรีเมียร์ลีก

ตาราง 1

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ค่าความผิดพลาดมาตรฐาน และค่า t-value ตัวแบบสมการโครงสร้าง

(n=550)

Path Diagram	Path Coefficients	Standard Errors	t-value
LAMBDA-Y			
TN → TN1	0.62**	0.62	
TN → TN2	0.66**	0.56	14.60
TN → TN3	0.69**	0.53	14.52
TN → TN4	0.71**	0.49	12.19
TN → TN5	0.62**	0.61	11.73
TN → TN6	0.69**	0.52	12.65
TN → TN7	0.67**	0.55	12.43
ET → ET1	0.69**	0.52	
ET → ET2	0.63**	0.61	14.24
ET → ET3	0.69**	0.53	14.71
ET → ET4	0.65**	0.58	13.83
ET → ET5	0.70**	0.52	14.77
ET → ET6	0.74**	0.46	15.66
ET → ET7	0.72**	0.48	14.75
ET → ET8	0.71**	0.49	15.19
PTP → SUCCESS	0.82**	0.49	
PTP → RELATION	0.85**	0.49	21.90
PTP → BENEFIT	0.83**	0.49	20.86
LAMBDA-X			
TL → IDEAL	0.76**	0.42	
TL → MOTIVE	0.78**	0.38	12.83
TL → IDEAL	0.82**	0.32	12.71
TL → IDEAL	0.80**	0.35	12.91
GAMMA			
TL → TN	0.80**		
TL → TE	0.43**		5.93
TL → PTP	0.21**		2.91

ตาราง 1

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ค่าความผิดพลาดมาตรฐาน และค่า t-value ตัวแบบสมการโครงสร้าง (ต่อ)

(n = 550)

Path Diagram	Path Coefficients	Standard Errors	t-value
BETA			
TN → ET	0.49**		6.40
TN → PTP	0.21**		2.69
TN → PTP	0.51**		5.82

หมายเหตุ: Path Diagram คือ แผนภาพเส้นทาง, Path Coefficients คือ สัมประสิทธิ์เส้นทาง

*หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($1.960 \leq t\text{-value} < 2.576$)

**หมายถึงทางสถิติที่ระดับ .01 $t\text{-value} \geq 2.576$)

ตาราง 2

แสดงผลทดสอบสมมุติฐาน

H1	ผู้นำทีม มีอิทธิพลทางบวกต่อ ปทัสถานของสมาชิกทีม	สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H2	ผู้นำทีม มีอิทธิพลทางบวกต่อ ทีมงานทรงประสิทธิภาพ	สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H3	ผู้นำทีม มีอิทธิพลทางบวกต่อ การรับรู้ผลงานทีม	สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H4	ปทัสถานของสมาชิกทีม มีอิทธิพลทางบวกต่อ ทีมงานทรงประสิทธิภาพ	สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H5	ปทัสถานของสมาชิกทีม มีอิทธิพลทางบวกต่อ การรับรู้ผลงานทีม	สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H6	ทีมงานทรงประสิทธิภาพ มีอิทธิพลทางบวกต่อ การรับรู้ผลงานทีม	สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการวิจัย

ตัวแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 162.63 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 146 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.11 ค่าความน่าจะเป็น ($p = \text{value}$) มีค่าเท่ากับ 0.16419 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.974 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.955 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.999 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.0205 และค่า

ดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.014 แสดงว่าตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของผู้นำทีมต่อการรับรู้ผลงานทีม อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาารายด้านของด้านปทัสถานทีม ด้านการรับรู้ผลงานทีม ด้านทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ โดยอิทธิพลของผู้นำทีมต่อการรับรู้ผลงานทีมมีอิทธิพลทางตรงที่เป็นบวกต่อตัวแปร 3 ตัวแปร คือ ปทัสถานทีม ทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ และการรับรู้ผลงานทีม โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ

0.80, 0.43 และ 0.21 ตามลำดับ ในขณะที่ปัทสถาน ทีมมีค่าอิทธิพลทางตรงที่เป็นบวกต่อตัวแปร 2 ตัวแปร คือ ทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ และการรับรู้ผลงานทีม โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.49 และ 0.21 ตามลำดับ นอกจากนี้ทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ มีค่าอิทธิพลทางตรงที่เป็นบวกต่อการรับรู้ผลงานทีม โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.51 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้

การวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ซึ่งมีผลสอดคล้องและสนับสนุนสมมุติฐานเช่นกัน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ผู้นำทีมมีอิทธิพลต่อปัทสถานทีมสูงซึ่งส่งผลให้สามารถชักจูงทีมไปในทางที่ดีได้ หรือในกรณีที่ทีมต้องมีการปรับปรุง ผู้นำทีมจะเป็นบุคคลที่คอยแก้ไข เพื่อผลงานที่ดีของทีม โดยผู้นำทีมต้องสร้างความเหนียวแน่นและเป็นแบบอย่างที่ดีของทีมจะทำให้สมาชิกทีมมีความรู้สึกที่ดีต่อกันและความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ในการทำงานร่วมกันของทีม นักกีฬา การกำหนดเป้าหมายของทีมโดยอาศัยความหลากหลายในการพัฒนาทีมจะกระตุ้นทีมให้ไปสู่เป้าหมายของทีมที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ผู้นำทีมมีอิทธิพลต่อทีมทรงประสิทธิภาพเพราะผู้นำทีมที่ดีจะส่งผลให้ทีมไปสู่แนวทางที่ดี ทำให้กีฬาประเภททีมจำเป็นต้องมีผู้นำเพื่อนำทีมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ผู้นำจำเป็นที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับทีม ให้สมาชิกภายในทีมมีความสามารถในการเล่นกีฬาและเป็นส่วนหนึ่งของทีม

สมมุติฐานที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ผู้นำทีมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลงานของทีมโดยตรง เพราะถ้าผลของการแข่งขันหรือผลงานของทีมไม่เป็นไปตามที่ทีมต้องการผู้นำทีมควรจะขอคำแนะนำปรึกษาจากผู้เกี่ยวข้อง และนำมาปรับปรุง

สำหรับนักกีฬาต่อไป ผู้นำทีมมีความสำคัญกับการทำงานประสานกันของนักกีฬาในทีม เพื่อที่จะให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

สมมุติฐานที่ 4 ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัทสถานของทีมมีอิทธิพลต่อทีมทรงประสิทธิภาพเพราะเมื่อเกิดปัญหาขึ้นปัทสถานของทีมสามารถช่วยให้ทีมกลับมามีประสิทธิภาพเหมือนเดิมได้นอกจากนี้การแก้ไขปัญหาลักษณะต่างๆ ของทีมยังเป็นการช่วยสร้างให้เกิดปัทสถานเดียวกันซึ่งส่งผลให้มีความรับผิดชอบร่วมกันของนักกีฬาในทีม โดยทุกคนจะมีส่วนร่วมในการระดมความคิด ความสามารถ และประสบการณ์ในการแก้ปัญหาให้เป็นทีมที่มีประสิทธิภาพเพื่อเป็นแนวทางที่ทำให้เกิดความสำเริง รวมถึงยังสร้างจิตสำนึกที่ดีของนักกีฬาในทีม มีบรรยากาศหรือสภาพแวดล้อมที่ดี จะส่งผลต่อความสำเร็จต่อทีมในการฝึกซ้อมและการแข่งขัน

สมมุติฐานที่ 5 ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัทสถานของทีมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลงานของทีม ปัทสถานของทีมที่ดีจะส่งผลให้สมาชิกทีมมีความเป็นหนึ่งเดียวกันและทำให้สมาชิกทีมปฏิบัติตามปัทสถานทีม เพราะถ้าหากทีมขาดความเป็นปัทสถาน แนวทางของทีมอาจจะไปไม่ถึงจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ควรจะมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของนักกีฬาในทีม ปัทสถานของทีมมีความสำคัญสำหรับทีม เมื่อทีมเกิดปัญหาขึ้นสมาชิกสามารถปรับเปลี่ยนปัทสถานของทีมให้กลับมามีประสิทธิภาพเหมือนเดิมได้

สมมุติฐานที่ 6 ผู้เชี่ยวชาญ ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ทีมทรงประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลงานของทีม ทีมทรงประสิทธิภาพโดยรวมแล้วมีผลต่อการรับรู้ผลงานของทีม ถ้าประสิทธิภาพของทีมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ผลงานของทีมก็จะส่งผลดีตามมา ซึ่งต้องปฏิบัติควบคู่กัน เมื่อทุกคนในทีมทำหน้าที่ของตนเองได้เต็มที่แล้ว ก็จะเกิดประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

ประสบการณ์และแรงจูงใจของนักกีฬาทุกคนจะส่งผลให้ระบบของทีม มีผลงานที่ดีขึ้น นำทีมไปสู่ความสำเร็จต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 กำหนดไว้ว่า เพื่อศึกษาอิทธิพลของผู้นำทีมต่อประสิทธิภาพของทีม ต่อทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ ต่อการรับรู้ผลงานทีม นั้น ผลจากการวิเคราะห์พบว่าผู้นำทีมมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพของทีม ต่อทีมงานที่มีประสิทธิภาพและการรับรู้ผลงานทีมโดยผู้นำทีมมีค่าอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพของทีมสูงที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้นำที่ประสบความสำเร็จจะมีพฤติกรรมสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพซึ่งเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นอย่างยิ่งในการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพและการทำงานเป็นทีมที่ดีต่อผู้ร่วมทีมให้มีการดำเนินงานไปสู่เป้าหมายได้สำเร็จ ขณะเดียวกันพื้นฐานที่ทำให้องค์ประกอบของทีมที่มีประสิทธิภาพอยู่ที่ความสามารถที่จะเรียนรู้ ผู้นำต้องทำให้ทีมเกิดการเรียนรู้ไปด้วย เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด สมาชิกของทีมต้องมุ่งให้เกิดการเรียนรู้และทำงานร่วมกัน เพื่อประสิทธิภาพของคนอื่นๆ ในทีมด้วยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่าน Vecchio (1998); Hoy & Miskel (2005); Senge (1990); Bolman & Deal (1994)

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 กำหนดไว้ว่า เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสิทธิภาพของทีมต่อทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ ต่อการรับรู้ผลงานทีม นั้น ผลจากการวิเคราะห์พบว่าประสิทธิภาพของทีมมีอิทธิพลทางตรงต่อทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพและการรับรู้ผลงานของทีม โดยประสิทธิภาพสูงที่สุดในวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ซึ่งประสิทธิภาพของทีมได้รับความเห็นชอบร่วมกันจากสมาชิกของทีมว่าเป็นสิ่งที่เหมาะสม จากพฤติกรรมหรือสถานการณ์ที่เห็นว่าถูกต้อง ผลที่ตามมาคือมาตรฐาน

ของทีมนับเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ที่สำคัญสำหรับสมาชิกทีม ในทางการกีฬาได้พบว่า ปทัสถานทีมที่เน้นการแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของทีม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่าน Mullen & Copper (1994); Munroe, Estabrooks, Dennis & Carron (1999)

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 กำหนดไว้ว่า เพื่อศึกษาอิทธิพลของทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพต่อการรับรู้ผลงานทีม นั้น ผลจากการวิเคราะห์พบว่าอิทธิพลของทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพต่อการรับรู้ผลงานทีม เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของทีมงานและพฤติกรรมของสมาชิกทีมงาน ลักษณะสำคัญสำหรับเป็นแนวทางและหลักการในการสร้างทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ ซึ่งคุณลักษณะส่วนใหญ่เน้นกระบวนการภายใน ความจริงใจ การทดลองวิธีใหม่ๆ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทีมงานที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนักวิชาการตามที่ได้ทบทวนวรรณกรรมไว้ Argyris (1991); Woodcock & Francis (1994) ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างอิทธิพลของผู้นำทีมที่มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพของทีมมีค่าสถิติที่สูงที่สุด รองลงมาคือ ผู้นำทีมมีอิทธิพลในทางบวกต่อ ทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ ผู้นำทีมมีอิทธิพลในทางบวกต่อการรับรู้ผลงานทีม ส่วนประสิทธิภาพของทีมมีอิทธิพลในทางบวกต่อ ทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพ ทีมงานที่ทรงประสิทธิภาพมีอิทธิพลในทางบวกต่อการรับรู้ผลงานทีม มีค่าสถิติปานกลาง และ ปทัสถานทีมมีอิทธิพลในทางบวกต่อการรับรู้ผลงานทีม มีค่าสถิติน้อยที่สุด ในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างด้วยแบบจำลองกรอบแนวความคิดการวิจัยครั้งนี้ (full - model) ทั้งนี้อาจตีความได้ว่า ปทัสถานในทางการกีฬา กฎ กติกาและมารยาท การตรงต่อเวลา การให้เกียรติ ความมุ่งมั่นและอุทิศตน และยอมรับการตัดสิน ซึ่งเป็นปทัสถานของทีมที่เน้นการแข่งขัน มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการรับรู้ผลงานทีม Munroe, Estabrooks, Dennis & Carron (1999)

ข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้ (Practical Contributions)

1. จากผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง พบว่า ตัวแปรผู้นำทีมส่งอิทธิพลต่อปทัสถานของทีมสูงมาก ผู้บริหารของสโมสรฟุตบอลไทยที่ต้องการพัฒนา ปทัสถานของทีมให้มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้เป็น แนวปฏิบัติร่วมของทีม จะต้องอาศัยตัวผู้นำที่มีภาวะ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมาเป็นผู้กำหนดแนวปฏิบัติร่วม ให้กับทีม

2. จากการวิเคราะห์ พบว่า ผู้นำทีมและปทัสถาน ของทีมส่งผลต่อทีมที่ทรงประสิทธิภาพ ในระดับ ปานกลาง ดังนั้น ในการสร้างทีมที่ทรงประสิทธิภาพ ต้องอาศัยผู้นำที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) พร้อมทั้งอาศัยแนวปฏิบัติ ร่วมเป็นปัจจัยที่จะสร้างทีมที่ทรงประสิทธิภาพ

3. จากผลการวิเคราะห์ พบว่า การรับรู้ผลงาน ทีมมาจากอิทธิพลของผู้นำทีม ปทัสถานของทีม และ ทีมที่ทรงประสิทธิภาพ แต่ตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อ ผลงานทีมคือทีมที่ทรงประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้บริหาร ทีมที่ต้องการสร้างผลงานให้โดดเด่นควรสร้างทีมที่ทรง ประสิทธิภาพเป็นอันดับแรก

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งต่อไป(Theoretical Contribution)

ผู้วิจัยที่สนใจศึกษาเรื่องการทำงานเป็นทีมและ ผลงานของทีมอาจทำตัวแบบจำลองจากการวิจัยใน ครั้งนี้ ไปวิจัยศึกษาทั้งการกีฬาประเภททีมและการ ทำงานเป็นทีมภายในองค์กรธุรกิจอื่นๆ ที่มีลักษณะ ใกล้เคียงกัน

Reference

- Argyris, C. (1991). Teaching smart people how to learn. *Harvard Business Review*, 3(11), 5-18.
- Bass, B. M. (1999). Two decades of research and development in transformational leadership. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8(1), 9-32.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (2004). *Multifactor leadership questionnaire: Manual leader form, rater, and scoring key for MLQ*. Redwood City, CA: Mind Garden.
- Bolman, L. G. & Deal, T. E. (1994). Looking for leadership: Another search party's report. *Educational Administration Quarterly*, 30(1), 77-96
- Bateman, T. S., & Snell, S. A. (1999). *Management: Building competitive advantage* (4th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Carron, A. V. (1988). *Group dynamics in sport: Theoretical and practical issues*. London: Spodym.
- Gumusluoglu, L., & Ilsev, A. (2009). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation. *Journal of Business Research*, 62(4), 461-473
- Hoy, W. K., & Miskel, C. G. (2005). *Educational administration* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Stogdill, R. M. (1974). *Handbook of leadership*. London: Collier Macmillan.
- Levi, D. (2011). *Group dynamics for team* (3rd ed.). New Bury Park, CA: Sage.
- Luthans, F. (2011). *Organizational behavior: An evidence-based approach* 12th ed. California: Crisp.
- Mickan, S., & Rodger, S. (2000). The organisational context for teamwork: Comparing health care and business literature. *Australian Health Review*, 23(1), 179-192.
- Mullen, B., & Copper, C. (1994). The relation between group cohesiveness and performance: An integration. *Psychological Bulletin*, 115(2), 210-227.
- Munroe, K., Estabrooks, P., Dennis, P., & Carron, A. (1999). A phenomenological analysis of group norms in sport teams. *The Sport Psychologist*, 13(2), 171-182.
- Schermerhorn, J. R., Hunt, Osborn, R. N., & Uhl-Bien, M. (2012). *Organizational behavior*. New York: John Wiley & Sons
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of learning organization*. New York: Doubleday.
- Vecchio, R. P. (1998). *Organizational behavior*. Chicago: Dryden Press.
- Woodcock, M. (1989). *Team development manual*. London: Routledge.
- Woodcock, M., & Francis, D. (1994). *Teambuilding strategy* (2nd ed.). Cambridge, UK: Cambridge University Press

ความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้าของลูกค้า จากการรับรู้เชิงอารมณ์ ต้นทุน และตราสินค้า

อธยา พงษ์ประเสริฐ¹ ระพีพรรณ พิริยะกุล²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการรับรู้ระดับอารมณ์ของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า และความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า ที่ส่งผลต่อปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า (2) ศึกษาการรับรู้ระดับอารมณ์ของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า และความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า (3) ศึกษาอิทธิพลของต้นทุนที่เป็นนามธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้า และต้นทุนที่เป็นรูปธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า (4) ศึกษาการรับรู้ระดับของคุณภาพสินค้าและคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า และ (5) ศึกษาการรับรู้ระดับของคุณภาพสินค้า และคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง การวิจัยเชิงปริมาณจากผู้ใช้อตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าจำนวน 445 ตัวอย่างจากสมาคมฮอนด้า และเชิงคุณภาพจากผู้ใช้อตราสินค้าต่อเนื่องกันตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 10 ตัวอย่าง ใช้การทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ตราสินค้ามีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า โดยมีสัมประสิทธิ์ 0.837 ซึ่งมีนัยสำคัญอย่างยิ่ง ส่วนอีกสองปัจจัยคือ การขับเคลื่อนด้วยตัวเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า และปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า ไม่มีผลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า อันอาจเนื่องจากประชากรกลุ่มที่ศึกษา คือประชากรที่มีรายได้ปานกลาง เนื่องจาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้ารถยนต์คือ ตราสินค้าที่มีคุณภาพสูง และให้บริการที่คุณภาพดี

คำสำคัญ: ความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า; การรับรู้เชิงอารมณ์; การขับเคลื่อนด้วยตนเอง;
การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: atthayaj@gmail.com

² คณะวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Customer Immigration Intention from the Emotion, Cost and Brand Perception

Atthaya Phongprasert¹ Rapepun Piriyaikul²

Abstract

This paper is purpose (1) to study the perception of customer emotion toward brand and customer expectation toward brand influence mooring. (2) To study the perception of customer emotion toward brand and customer expectation toward brand influence customer immigration intention. (3) To study the influence of intangible switching costs and tangible switching costs on customer immigration intention. (4) To study the perception of product quality and service quality influence mooring and (5) to study the perception of product quality and service quality influence customer immigration intention. To explore the relationship of our customer retention causal model, we exercised qualitative and quantitative research approaches. From the qualitative study, researchers employ deep interviewed with 10 customers selecting the Honda car brand while the quantitative study used the survey method with the questionnaire data from 445 customers purchasing the Honda car brand.

Findings are as the testing hypothesis showed that the brand driven value had the influence on customer immigration intention with highly significant value 0.837 while the self-drive and mooring factor did not effect on customer immigration intention. According to the studied population was the middle income, then the determinant factor to maintain customer retention was the brand that provides the high-quality product and good service quality.

Keywords: Customer immigration; Intention from the Emotion; Self-drive, Brand-drive

Type of Article: Research Article

¹ Docter of Business Administration, Ramkhamhaeng University.
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: atthayaj@gmail.com

² Faculty of Science Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์การธุรกิจจำหน่ายตราสินค้ารถยนต์ เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีขนาดใหญ่ในตลาดโลก มีการแข่งขันทางการตลาดที่สูงมาก เป็นผลิตภัณฑ์และกระบวนการทางเทคโนโลยีขั้นสูงในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจประเทศไทยให้มีการเติบโต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพเศรษฐกิจโดยรวมในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา มีการชะลอตัวต่อเนื่อง ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์มียอดการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ลดลง ซึ่งจากข้อมูลสถาบันยานยนต์ระบุว่าในประเทศไทย มีปริมาณการผลิตรถยนต์ปี พ.ศ. 2557 จำนวน 1,880,007 คัน เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2556 ลดลง 23.5% และปริมาณการจำหน่าย จำนวน 881,832 คัน เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2556 ลดลง 34% ทั้งนี้ จากการจัดอันดับ นิติบุคคล หมวดธุรกิจการผลิตรถยนต์ส่วนบุคคล จัดอันดับ 1 - 10 ตามรายได้รวมปี พ.ศ. 2556-2558 จาก กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่า ภาคธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ มีอัตราการเติบโตลดลง มียอดจำหน่ายรถยนต์ลดลง ทำให้รายได้ลดลง โดยยอดรายได้สูงสุด ได้แก่ ตราสินค้ารถยนต์โตโยต้า ในปี พ.ศ. 2556 มียอดรายได้รวม 586,366,560,366.00 บาท ปี พ.ศ. 2557 มียอดรายได้รวม 510,944,219,146.00 บาท และ ปี พ.ศ. 2558 มียอดรายได้รวม 417,826,082,263.00 บาท ยอดรายได้ของตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้า ในปี พ.ศ. 2556 มียอดรายได้รวม 247,536,266,687.00 บาท ปีพ.ศ. 2557 ยอดรายได้รวม 188,723,875,172.00 บาท และปีพ.ศ. 2558 ยอดรายได้รวม 163,666,833,191.00 บาท เนื่องจากยอดรายได้รวมของตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าลดลง ทำให้ผู้ขายตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับการสร้างลูกค้า ยังมีการให้ความสำคัญกับการรักษาลูกค้า โดยยึดตามแนวคิดคุณค่าตลอดชีพของลูกค้า สามารถสร้างรายได้และกำไรที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตให้ประสบความสำเร็จ

อย่างยั่งยืนต่อไป (Kotler, 2004, p. 1) ซึ่งเป็นความท้าทายของผู้ขายตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าที่จะทำให้อูก้ามีความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าไปใช้รถยนต์ตราอื่น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษา ความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้าของลูกค้าจากการรับรู้เชิงอารมณ์ ดันทุน และตราสินค้า เพื่อเป็นโมเดลต้นแบบในการรักษาลูกค้าให้อยู่กับตราสินค้าตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ระดับอารมณ์ของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า และความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า ที่ส่งผลต่อปัจจัยที่เหนี่ยวนำลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ระดับอารมณ์ของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า และความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของดันทุนที่เป็นนามธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้า และดันทุนที่เป็นรูปธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า
4. เพื่อศึกษาการรับรู้ระดับของคุณภาพสินค้า และคุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อปัจจัยที่เหนี่ยวนำลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า
5. เพื่อศึกษาการรับรู้ระดับของคุณภาพสินค้า และคุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาเฉพาะปัจจัยการขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า ปัจจัยที่เหนี่ยวนำลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า และปัจจัยการขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า

2. ศึกษาในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนกรกฎาคม - เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2560

3. การวิจัยเชิงปริมาณศึกษาเฉพาะลูกค้ารถยนต์ฮอนด้าตราเดียวเท่านั้นที่ใช้รถยนต์ฮอนด้าต่อเนื่องกัน ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปจากสมาคมฮอนด้า และการวิจัยเชิงคุณภาพศึกษาลูกค้าที่ใช้รถยนต์ฮอนด้าต่อเนื่องกัน ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป

การทบทวนวรรณกรรม

หลักการแนวคิดการรักษาลูกค้า

ในยุคที่ธุรกิจมีการแข่งขันเข้มข้นและรุนแรงสูงขึ้น ปัญหาที่ทำให้ธุรกิจมีความกังวลคือ การที่ลูกค้า “เล็ก” หรือเปลี่ยนตราสินค้า (Keaveney & Parthasarathy, 2001, p. 374) การรักษาลูกค้าจึงเป็นหัวใจสำคัญของการตลาด (Keaveney, 1995, p. 72) เพราะลูกค้ามีมูลค่าต่อธุรกิจตลอดช่วงอายุที่ลูกค้ายังคงอยู่ ทำให้ผู้ขายตราสินค้ารถยนต์มีรายได้และอัตรากำไรสูงขึ้น (Keaveney, 1995, p. 74) ลดค่าใช้จ่ายในการแสวงหาลูกค้าใหม่ (Peter, 1988, p. 24) และต้นทุนลดลง (Zeithaml, 2000, p. 67) นอกจากนี้ ลูกค้าดังกล่าวยังจะช่วยสร้างสรรค์ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านบริการให้กับผู้ขายตราสินค้า (Reichheld & Sasser, 1990, p. 105) ช่วยทำให้ได้มีการปรับเปลี่ยน และคิดกลยุทธ์ใหม่ได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า และทันต่อการแข่งขันสูงเพื่อการรักษาลูกค้าไว้อยู่กับผู้ขายตราสินค้ารถยนต์

ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้าของลูกค้าจากการรับรู้เชิงอารมณ์ ต้นทุน และตราสินค้าครั้งนี้ โดยใช้ทฤษฎีพื้นฐาน 3 ทฤษฎีหลัก ประกอบด้วย (1) ทฤษฎีการย้ายถิ่น (A Theory of Migration) (2) ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) และ (3) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior)

(1) ทฤษฎีการย้ายถิ่น

ทฤษฎีการย้ายถิ่น (A Theory of Migration) ของ Lee (1966, p. 48) ซึ่ง Lee ได้นำทฤษฎีการย้ายถิ่นมาวางเป็นพื้นฐานของแนวคิด The Push-Pull Model of Migration ประกอบด้วย (1) ปัจจัยผลัก (push factors) หรือการขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า (2) ปัจจัยดึง (pull factors) หรือการขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า และ (3) ปัจจัยอุปสรรคแทรกแซง (intervening obstacles หรือ mooring) หรือปัจจัยที่เหนี่ยวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า

การขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า

การขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า หมายถึง แรงบันดาลใจของลูกค้าเป็นพลังขับเคลื่อนที่มีต่อตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้า กล่าวคือ เป็นการใช้องค์ความรู้ภายในของลูกค้า หรือพลังขับเคลื่อนของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าที่ผลักดันให้ดีขึ้น (Stimson & Minnery, 1998, pp. 193-214)

การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า

การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า หมายถึง ปัจจัยที่ใช้การกระตุ้นจากแรงจูงใจภายนอกของผู้ขายตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้า กล่าวคือ เป็นแรงจูงใจภายนอกที่จذبต้องได้ที่ถูกสร้างหรือผลิตขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าเป้าหมายทำให้อยากครอบครองหรืออยากเป็นเจ้าของตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้า (Bansal et al., 2005, p. 112)

ปัจจัยที่เหนี่ยวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า

ปัจจัยที่เหนี่ยวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า หมายถึง ปัจจัยที่เหนี่ยวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้า เป็นปัจจัยที่สร้างอุปสรรคให้กับลูกค้าหากกลุ่มลูกค้าต้องการที่จะเปลี่ยนจากการใช้ตราสินค้า

รถยนต์ยอนด้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบันไปใช้บริการจากผู้ขาย
ตราสินค้ารถยนต์ยอนด้าอื่น (Lee, 1966, p. 48)

(2) ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล

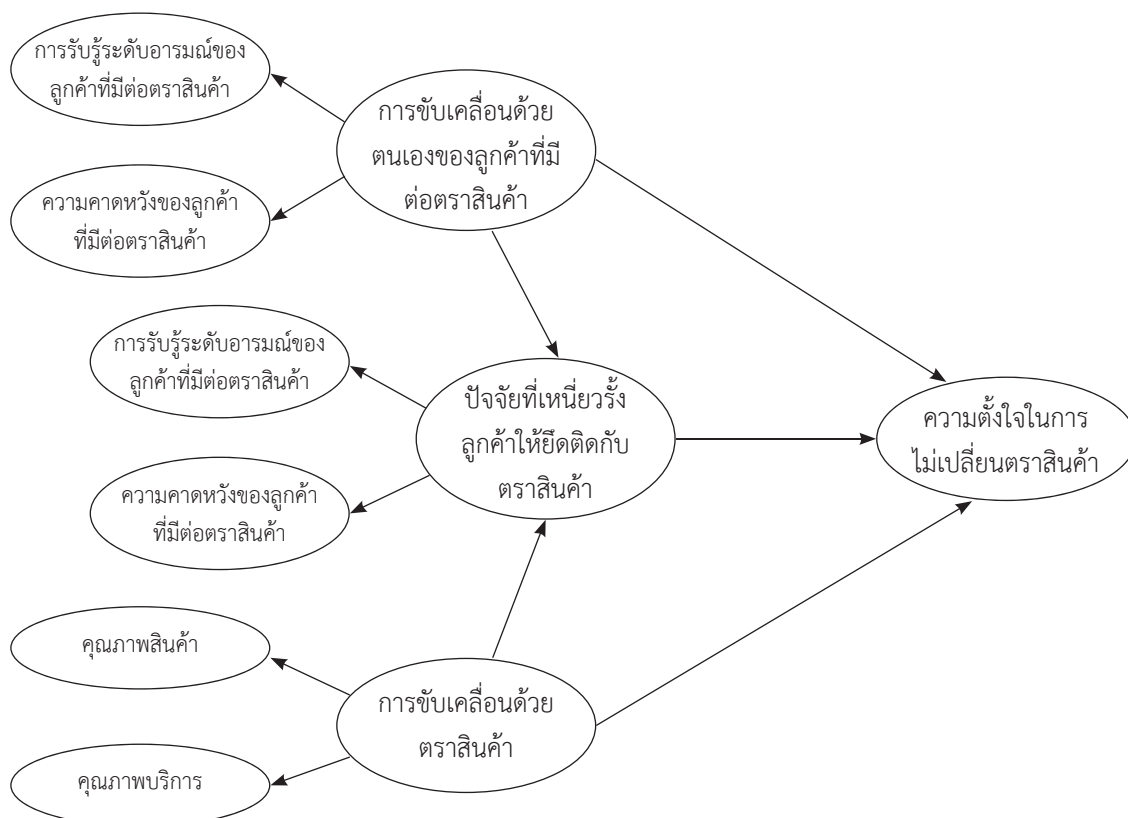
ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล เป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในด้านจิตวิทยาสังคมที่ถูกนำมาใช้อธิบายความหลากหลายของพฤติกรรมบุคคลว่า ความตั้งใจ เป็นตัวทำนายที่ดีที่สุดของพฤติกรรม (Ajzen, 1985, p. 13) ผู้วิจัยจึงได้นำความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้าของลูกค้า เป็นตัวทำนายที่ดีที่สุด

ของพฤติกรรมที่ไม่เปลี่ยนตราสินค้ารถยนต์ยอนด้าไปใช้รถยนต์ยอนด้าอื่น

(3) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยกรอบแนวคิดทฤษฎีต่างๆ จะถูกนำเสนอโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการกระบวนการทางด้านจิตวิทยาารวมอยู่ด้วย หรือมีความเกี่ยวข้องกันทางด้านจิตวิทยาได้รับการยกย่องอย่างกว้างขวางว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของความสำเร็จในการทำนายพฤติกรรม (Ajzen, 1991, p. 183)

กรอบแนวความคิด



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดของการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 การขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้ำที่มีต่อตราสินค้า มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้ำให้ยึดติดกับตราสินค้า

สมมุติฐานที่ 2 การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้ำให้ยึดติดกับตราสินค้า

สมมุติฐานที่ 3 การขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้ำที่มีต่อตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า

สมมุติฐานที่ 4 การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า

สมมุติฐานที่ 5 ปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้ำให้ยึดติดกับตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

ผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรม และวิเคราะห์จากเนื้อหา โดยการนำความรู้ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาสร้างกรอบแนวคิดเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนที่ 1) การวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยเชิงยืนยันและบูรณาการร่วมกับการค้นหาคำถามใหม่ในลักษณะผสมผสานโดยใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณในตัวแบบเชิงโครงสร้างจากข้อมูลตัวอย่างที่สำรวจ เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามจากผู้ซื้อตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้า จำนวน 445 คน และส่วนที่ 2) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อนำมาสนับสนุนการศึกษาให้สมบูรณ์ โดยการวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากลูกค้ำของตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าที่เป็นลูกค้ำมานานเกิน 10 ปี จำนวน 10 คน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ครั้งนี้ได้แก่ ผู้ใช้ตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป เป็นเวลาต่อเนื่องกันตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป จากสมาคมฮอนด้า โดยมีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้กฎของ Rule of Thumb (1 : 10) ซึ่งการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตัวชี้วัดหรือตัวแปรเชิงประจักษ์ 1 ข้อ ขนาดตัวอย่าง 10 หน่วย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรเชิงประจักษ์ 27 ข้อ ขนาดตัวอย่าง 270 หน่วย เป็นตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้

แผนการสุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น โดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ใช้รถยนต์ฮอนด้าที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งใช้รถยนต์ฮอนด้าเพียงตราเดียวเท่านั้น เป็นเวลาต่อเนื่องกันตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป แยกตามสัดส่วนของกลุ่มตลาดเป้าหมาย โดยการแบ่งออกเป็นชั้นภูมิ ซึ่งลักษณะประชากรในชั้นเดียวกันมีความคล้ายคลึงกัน ส่วนที่ต่างชั้นกันจะมีลักษณะแตกต่างกันได้แก่ กลุ่มรถยนต์นั่งขนาดเครื่องยนต์ 1,000 - 1,500 ซีซี รถยนต์นั่งขนาดเครื่องยนต์ 1,500 ซีซี ขึ้นไป และรถยนต์เอนกประสงค์ที่มีอรรถประโยชน์มากกว่าทั่วไป รวมทั้งหมด 270 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยเก็บข้อมูลรวมทั้งหมด 445 ตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพได้แก่ ผู้ใช้ตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ใช้ตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าเพียงตราเดียวเท่านั้น เป็นเวลาต่อเนื่องกันตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป รวมจำนวน 10 คน

การสร้างมาตรวัด

มาตรวัดตัวแปร เป็นคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประกอบค่า 7 ระดับตามแบบ Likert ซึ่งให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวที่ตรงกับระดับความจริงหรือความเหมาะสมที่สุด (Cruz, 2015)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ วัดความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความตรงตาม

เนื้อหา และได้นำมาปรับปรุงเนื้อหาบางส่วนในแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น วัดค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์มีค่า IOC ไม่น้อยกว่า 0.5 ได้นำไปแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และการวัดความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 30 ชุด ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.936 ซึ่งมากกว่า 0.7 ทั้งหมด ถือว่าเชื่อถือได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ

1. สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การกระจายใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ เพื่อสรุปและอภิปรายตัวแปร

2. สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบโมเดลอิทธิพลเชิงโครงสร้างตามสมมุติฐานการวิจัยด้วย Lisrel เป็นตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling--SEM) โดยเปรียบเทียบระหว่าง Variance Based และ Co variance Based

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำมาสนับสนุนการศึกษาให้สมบูรณ์ โดยการวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้

โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) จากลูกค้าของตราสินค้าฮอนด้าที่เป็นลูกค้ามานาน 10 ปีขึ้นไป

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 สถิติภาพพรรณนาเพื่อตอบวัตถุประสงค์

ผู้ใช้ตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าเป็นผู้ชายและผู้หญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันโดยเป็นผู้หญิงร้อยละ 51.69 มีช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.11 เป็นโสดร้อยละ 64.72 ระดับการศึกษาส่วนมากจบปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 76.18 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ / พนักงานราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ รวมกันคิดเป็นร้อยละ 64.94 รายได้ส่วนใหญ่ร้อยละ 75.29 อยู่ระหว่าง 15,000 - 35,000 บาท จัดเป็นรายได้ประเภทปานกลาง-ต่ำ

ลักษณะรถยนต์ที่ใช้อยู่ประจำส่วนใหญ่พบว่าเป็นรถยนต์นั่งขนาดเครื่องยนต์ 1,500 - 2,200 ซีซี เลือกใช้รถยนต์ฮอนด้า City, Jazz และ Civic รวมกันคิดเป็นร้อยละ 74.38 และส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 ใช้รถยนต์ฮอนด้ามานแล้ว 5 - 6 ปี ซึ่งกลุ่มนี้จะมีโอกาสย้ายตราสินค้าไปใช้รถยนต์ตราอื่นได้ง่าย ในขณะที่ร้อยละ 30 ใช้รถยนต์ฮอนด้าตั้งแต่ 7 ปีขึ้นไปหรือมากกว่า 15 ปี กลุ่มนี้คาดว่าจะไม่ย้ายตราสินค้าด้วยเหตุผลว่า มีความพึงพอใจที่ใช้ตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้า การเป็นตราสินค้าชั้นนำ และสมรรถนะของเครื่องยนต์ที่ดีเยี่ยมเป็นร้อยละ 45.62, 31.91 และ 31.24 ตามลำดับ

ตาราง 1

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยโดยรวมของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	ระดับ
การขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า	5.069	ค่อนข้างมาก
- การรับรู้ระดับอารมณ์ของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า	4.899	ค่อนข้างมาก
- ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า	5.236	ค่อนข้างมาก

ตาราง 1

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยโดยรวมของตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	ระดับ
ปัจจัยที่เหนี่ยวนำลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า	4.444	ปานกลาง
- ต้นทุนที่เป็นนามธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้า	4.453	ปานกลาง
- ต้นทุนที่เป็นรูปธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้า	4.434	ปานกลาง
การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า	5.299	ค่อนข้างมาก
- คุณภาพสินค้า	5.482	ค่อนข้างมาก
- คุณภาพบริการ	5.116	ค่อนข้างมาก
ความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า	4.737	ค่อนข้างมาก

จากตาราง 1 พบว่า การรับรู้ระดับอารมณ์ของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างมาก เท่ากับ 4.899 ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างมาก เท่ากับ 5.236 ต้นทุนที่เป็นนามธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 4.453 ต้นทุนที่เป็นรูปธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 4.434 คุณภาพสินค้าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างมากเท่ากับ 5.482 และคุณภาพบริการในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างมากเท่ากับ 5.116 ทั้งนี้ การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 5.299 ประกอบด้วย คุณภาพสินค้า และคุณภาพบริการ

ตอนที่ 2 สถิติภาคอนุมานเพื่อตอบสมมุติฐาน สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรแฝง

CUS_SELF หมายถึง การขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า (customer self drive toward brand)

EMO หมายถึง การรับรู้ระดับอารมณ์ของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า (customer emotion toward brand)

EXP หมายถึง ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า (customer expectation toward brand)

MOR หมายถึง ปัจจัยที่เหนี่ยวนำ (mooring) ลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า

INT หมายถึง ต้นทุนที่เป็นนามธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้า (intangible switching cost)

TAN หมายถึง ต้นทุนที่เป็นรูปธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้า (tangible switching costs)

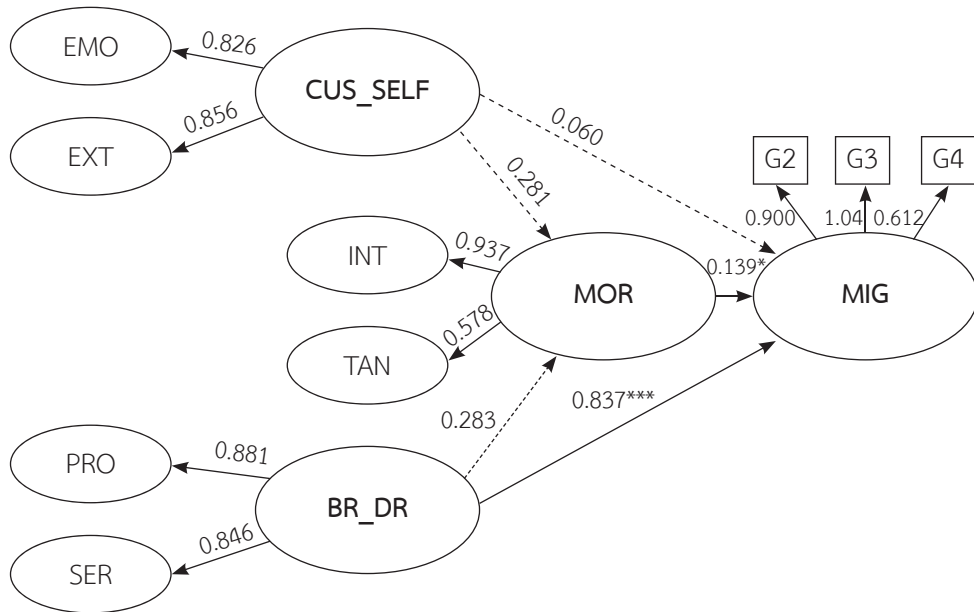
BR_DR หมายถึง การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า (brand drive)

PRO หมายถึง คุณภาพสินค้า (product quality)

SER หมายถึง คุณภาพบริการ (service quality)

MIG หมายถึง ความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้าของลูกค้า (customer immigration intention)

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างตัวแบบที่ 1



ภาพ 2 สมการโครงสร้างตัวแบบที่ 1

ตาราง 2

ผลการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐาน (hypothesis)	สัมประสิทธิ์ เส้นทางค่า (Coet.)	p-value	t-stat	ผลลัพธ์
H1 การขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้า ที่มีต่อตราสินค้า มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่เหนี่ยวนำลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า	0.281	0.127	1.527	ไม่สนับสนุน
H2 การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่เหนี่ยวนำลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า	0.283	0.120	1.554	ไม่สนับสนุน
H3 การขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า	0.060	0.760	0.306	ไม่สนับสนุน
H4 การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า	0.837***	0.000	4.144	สนับสนุน
H5 ปัจจัยที่เหนี่ยวนำลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้ามีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า	0.139*	0.025	2.238	สนับสนุน

หมายเหตุ: Significant level, * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$ $R^2 = 0.949$

R^2 for Structural Equations are Hayduk's (2006) Blocked - Error

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีสมมติฐาน 2 ข้อ คือข้อที่ 4 และ 5 ที่สนับสนุนความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า คือ การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า และปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้ามีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า

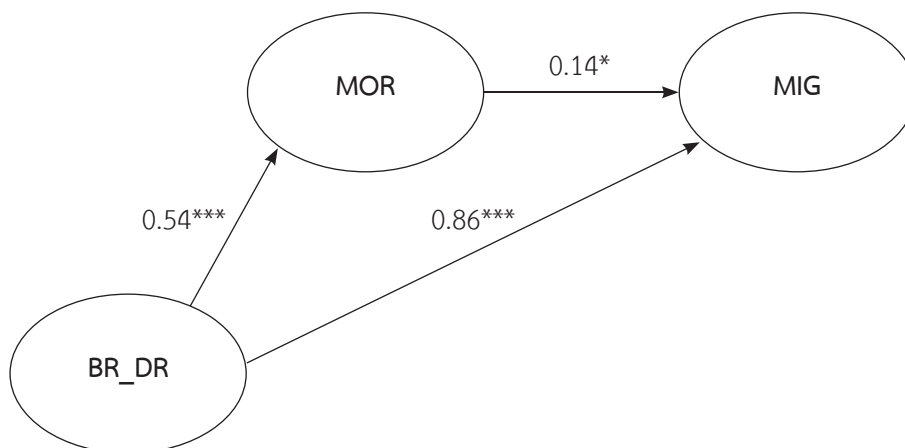
การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.837 โดยมีนัยสำคัญอย่างยิ่งทางสถิติ โดยปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย คุณภาพสินค้า เช่น สมรรถนะของรถยนต์ที่ได้มาตรฐาน ทนทาน ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงดี เป็นตราสินค้าที่เชื่อถือได้ และวางใจได้ เป็นต้น และคุณภาพบริการ เช่น ความไว้วางใจในการบริการ อุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการที่ทันสมัย มาตรฐานคุณภาพบริการสูง เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความเข้มข้นมากของตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้า ในการสนับสนุนให้ลูกค้ามีความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าไปใช้รถยนต์ตราอื่น

จากการสำรวจผู้ใช้ตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 75.29 มีรายได้ปานกลางอยู่ระหว่าง

15,000 - 35,000 บาท เลือกใช้รถยนต์นั่งขนาดเครื่องยนต์ 1,500 - 2,200 ซีซี ได้แก่ รถยนต์ Honda City, Honda Jazz และ Honda Civic รวมกันคิดเป็นร้อยละ 74.38 จึงเลือกการขับเคลื่อนด้วยตราสินค้าในการใช้ประโยชน์หลักของตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้า เช่น สมรรถนะของรถยนต์ที่ได้มาตรฐาน อุปกรณ์ชิ้นส่วนของรถยนต์ใช้ของแท้มีความทนทานใช้งานได้นาน การบริการที่มีความไว้วางใจได้ เป็นต้น ซึ่งเป็นประโยชน์หลักของมาตรฐานของตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าในการสนับสนุนความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า

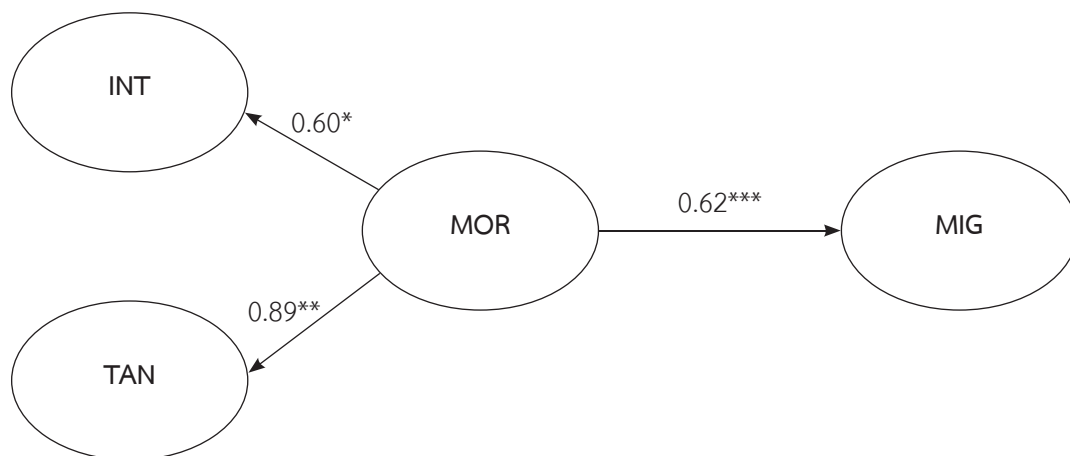
ปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้ามีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ค่อนข้างน้อย เท่ากับ 0.139 แต่ก็มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ต้นทุนที่เป็นนามธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้า เช่น ต้นทุนของเวลา ต้นทุนของการเรียนรู้ ต้นทุนความเสี่ยงทางด้านอารมณ์ เป็นต้น และ ต้นทุนที่เป็นรูปธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้า เช่น ต้นทุนทางด้านการเงิน ค่าเสื่อมราคา ค่าบำรุงดูแลรักษารถยนต์ เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างตัวแบบที่ 2



ภาพ 3 สมการโครงสร้างตัวแบบที่ 2 MOR เป็น Partial Mediator

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างตัวแบบที่ 3



ภาพ 4 สมการโครงสร้างตัวแบบที่ 3

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกลูกค้าที่ใช้ตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้ามานานเกิน 10 ปี จำนวน 10 คน เพื่อเป็นการยืนยันสมการโครงสร้างความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้าของลูกค้า พบว่าลูกค้าตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าส่วนมากให้เหตุผลทางด้านคุณภาพสินค้า และคุณภาพบริการ

คุณภาพสินค้า ได้แก่ (1) ตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าเป็นรถยนต์ที่มีสมรรถนะได้มาตรฐาน มีการพัฒนา ย่นระยะเวลาอย่างต่อเนื่อง หากคิดจะเปลี่ยนรถยนต์ก็จะคิดถึงตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าเป็นอันดับแรก ผลที่ได้สนับสนุนงานวิจัยเชิงปริมาณในตัวแปรคุณภาพสินค้าในรายละเอียดของตัวแปรคือ คุณสมบัตินี้ของรถยนต์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.604 และ (2) ตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้ามีความทนทานใช้งานได้ นาน ไม่มีปัญหาตลอดอายุการใช้งาน วางใจได้ คุ่มค่ามาก ผลที่ได้สนับสนุนงานวิจัยเชิงปริมาณในตัวแปรคุณภาพสินค้าในรายละเอียดของตัวแปรคือ มีความทนทานใช้งานได้นาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.342

คุณภาพบริการ ได้แก่ (1) ความไว้วางใจในพนักงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหาได้ตรงตามความต้องการในการให้บริการ ความไว้วางใจในศูนย์บริการฮอนด้าที่มีการตรวจสอบคุณภาพบริการทุกครั้งจากผู้จัดการด้านช่างก่อนส่งมอบให้กับลูกค้า ผลที่ได้สนับสนุนงานวิจัยเชิงปริมาณในตัวแปรคุณภาพบริการในรายละเอียดของตัวแปรคือ ความไว้วางใจในศูนย์บริการฮอนด้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.363 และ (2) อุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ ในการให้บริการที่ทันสมัยในการซ่อมบำรุงรักษารถยนต์ ซึ่งอยู่ใกล้กับห้องรับรองลูกค้า ผลที่ได้สนับสนุนงานวิจัยเชิงปริมาณในตัวแปรคุณภาพบริการในรายละเอียดของตัวแปรคือ ศูนย์บริการฮอนด้ามีอุปกรณ์เครื่องมือในการให้บริการที่ทันสมัย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.063

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. อภิปรายผลการวิจัยการขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า มีค่าสถิติทดสอบที่ เท่ากับ 1.527 ไม่ส่งผลต่อปัจจัยที่เหนี่ยวนำลูกค้าให้ยึดติดกับ

ตราสินค้า ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boyle et al. (1998, p. 71) ซึ่งแสดงว่าลูกค้าที่ใช้ตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าไม่ได้คำนึงถึงความสำคัญทางด้านการรับรู้ระดับอารมณ์และความคาดหวังที่มีต่อตราสินค้า เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มรายได้ปานกลาง จึงเลือกใช้รถยนต์ฮอนด้า Honda City, Honda Jazz และ Honda Civic เป็นส่วนมากในการใช้งาน เพื่อตอบสนองความต้องการด้านคุณสมบัติหลักที่เป็นมาตรฐานคุณภาพของรถยนต์ มากกว่าเหตุผลทางด้านการรับรู้ระดับอารมณ์

2. อภิปรายผลการวิจัยการขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า มีค่า สถิติทดสอบที เท่ากับ 1.554 ไม่ส่งผลต่อปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์สมการโครงสร้างตัวแบบที่ 2 พบว่า การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้ามีอิทธิพลต่อปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boyle et al. (1998, p. 71)

3. อภิปรายผลการวิจัยการขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า มีค่า สถิติทดสอบที เท่ากับ 0.306 ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wong (2004, p. 366) และ Gures et al. (2014, p. 67) แสดงว่าการขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้าไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มรายได้ปานกลาง จึงเลือกใช้รถยนต์ฮอนด้า Honda City, Honda Jazz และ Honda Civic เป็นส่วนมากในการใช้งาน ซึ่งเป็นรถยนต์ที่ทำการตลาดแบบมวลชน (mass-marketing)

4. อภิปรายผลการวิจัยการขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า มีค่า สถิติทดสอบที เท่ากับ 4.144 มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า อย่างมีนัยสำคัญอย่างยิ่งทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jahanshahi, et al (2011, p. 254), Halim et al (2014, p. 160)

และ Rai and Medha (2013, pp.41-42) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความเข้มแข็งมากในการสนับสนุนให้ลูกค้าที่ใช้ตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้า

5. การอภิปรายผลการวิจัยปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า มีค่า สถิติทดสอบที เท่ากับ 2.238 มีอิทธิพลค่อนข้างน้อยต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า แต่ก็มีความสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Burnham et al. (2003, p. 110)

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์สมการโครงสร้างตัวแบบที่ 1 ซึ่งตั้งสมมุติฐานว่า ปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า เป็นปัจจัยคั่นกลางหรือปัจจัยส่งผ่านแบบเต็มที่เกิดจากปัจจัยการขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า และปัจจัยการขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า แต่เมื่อทำการวิเคราะห์สมการโครงสร้างตัวแบบที่ 2 จึงพบว่า ปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า เป็นปัจจัยส่งผ่าน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.54 อย่างมีนัยสำคัญอย่างยิ่งทางสถิติที่เกิดจากปัจจัยการขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า และปัจจัยการขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า ก็ยังคงมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.86 อย่างมีนัยสำคัญอย่างยิ่งทางสถิติ มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า จึงอภิปรายได้ว่า ปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า เป็นปัจจัยส่งผ่านบางส่วน ประกอบด้วยต้นทุนที่เป็นนามธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้า และต้นทุนที่เป็นรูปธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้า

เมื่อทำการวิเคราะห์สมการโครงสร้างตัวแบบที่ 3 จึงพบว่า ต้นทุนที่เป็นรูปธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้า เป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติมีค่าเท่ากับ 0.89 ส่งผลให้ปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า มีค่าเท่ากับ 0.62 อย่างมีนัยสำคัญอย่างยิ่งทางสถิติ มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า

จากการอภิปรายผลทดสอบสมมุติฐานการวิจัย จึงสรุปได้ว่า การรักษาลูกค้ากลุ่มที่เลือกใช้รถยนต์ฮอนด้า

Honda City, Honda Jazz และ Honda Civic ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่รายได้ปานกลาง จะต้องทำให้ปัจจัยการขับเคลื่อนด้วยตราสินค้ามีความเข้มแข็ง ซึ่งประกอบด้วย คุณภาพสินค้า และคุณภาพบริการ รวมถึงจะต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับต้นทุนที่เป็นรูปธรรมในการเปลี่ยนตราสินค้า ซึ่งเน้นความสำคัญให้กับการบำรุงรักษารถยนต์ การเปลี่ยนอะไหล่อุปกรณ์ที่มีคุณภาพ มาตรฐานของศูนย์บริการฮอนด้า จึงจะทำให้การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้ามีอิทธิพลส่งผลต่อปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า และมีอิทธิพลส่งผลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้าของลูกค้า

ข้อเสนอแนะประโยชน์เชิงบริหาร

การวิจัยเรื่อง “ความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้าของลูกค้าจากปัจจัยเชิงอารมณ์ ต้นทุน และตราสินค้า” ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยการขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า การขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า ปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้า และความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้าผู้ใช้ตราสินค้ารถยนต์ฮอนด้า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีช่วงอายุระหว่าง 20 - 39 ปี เป็นกลุ่มที่มีรายได้ประเภทปานกลาง - ต่ำ จึงเลือกใช้รถยนต์ฮอนด้าขนาดเครื่องยนต์ 1,500 - 2,200 ซีซี โดยเลือกใช้รถยนต์ Honda City, Honda Jazz และ Honda Civic

ดังนั้น ศูนย์บริการรถยนต์ฮอนด้าควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กรธุรกิจตลอดไป โดยยึดตามแนวคิดเรื่องคุณค่าตลอดชีพของ

ลูกค้า ด้วยการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักคือ กลุ่มลูกค้าที่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 20 - 39 ปี เป็นกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง กลุ่มดังกล่าวนี้ คำนึงถึงคุณประโยชน์หลักมากกว่าการรับรู้ระดับอารมณ์ของตราสินค้า นำเสนอด้วยรถยนต์ Honda City, Honda Jazz และ Honda Civic โดยการเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับปัจจัยการขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า ตราสินค้าที่มีคุณภาพสูงและบริการที่คุณภาพเยี่ยม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยเรื่อง “ความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้าของลูกค้าจากปัจจัยเชิงอารมณ์ ต้นทุน และตราสินค้า” ซึ่งมีการขับเคลื่อนด้วยตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญอย่างยิ่งทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.837 และมีปัจจัยที่เหนียวรั้งลูกค้าให้ยึดติดกับตราสินค้าเป็นปัจจัยส่งผ่านบางส่วน (partial mediator) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.139

ในขณะที่ การขับเคลื่อนด้วยตนเองของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้ควรรักษาปัจจัยคั่นกลาง หรือปัจจัยส่งผ่านแบบเต็ม (fully mediator) คือ ความเชื่อมั่นในตราสินค้า (brand trust) โดยสมมุติฐานว่า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการไม่เปลี่ยนตราสินค้า ในการวิจัยครั้งต่อไป

Reference

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. *In Action-control: From cognition to behavior*, ed. J. Kuhl and J. Beckman, 11-39. Heidelberg, Germany: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Bansal, H. S., Taylor, S. F., & James, Y. S. (2005). Migrating to new service provider: Toward a unifying framework of customers switching behaviors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(1), 96-115
- Boyle, P. J., Halfacree, K., & Robinson, V. (1998). *Exploring contemporary migration*. Harlow: Longman.
- Burnham, T., Frels, J., & Mahajan, V. (2003). Consumer switching costs a typology, Antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(2), 109-126.
- Cruz, A. V. (2015). *Relationship between product quality and customer satisfaction*. Retrieved from <https://www.scholarworks.waldenu.edu/dissertations/1403>
- Gures, N., Arslan, S., & Tun, S. Y. (2014). Customer expectation, satisfaction and loyalty relationship in Turkish airline industry. *International Journal of Marketing studies*, 6(1), 66-74.
- Halim, P., Swasto, B., Hamid, D., & Firdaus, M. R. (2014). The influence of product quality, brand image, and quality of service to customer trust and implication on customer loyalty (survey on customer brand sharp electronics product at the South Kalimantan Province). *European Journal of Business and Management*, 6(29), 159-166.
- Jahanshahi, A. A., Gashti, M. A. H., Mirdamadi, S. A., Nawaser, K., & Khaksar, S. M. S. (2011). Study the effects of customer service and product quality on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(7), 253-260.
- Keaveney, S. M. (1995). Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of marketing*, 59(2), 71-82.
- Keaveney, S. M., & Parthasarathy, M. (2001). Customer switching behaviour in online Service: An exploratory study of the role of selected attitudinal, behavioural, and demographic factors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(4), 374-390.
- Kotler, P. (2004). *Marketing Management*. (Eleventh Edition). Pearson Education.
- Lee, E. S. (1966). A Theory of Migration. *Demography*, 3(1), 47-57.
- Peters, T. (1988). *Thriving on Choos*. New York: Alfred A. Knopf
- Rai, A. K., & Medha, S. (2013). The antecedents of customer loyalty: An empirical investigation in life insurance context. *Journal of Competitiveness*, 5(2), 39-163.

- Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. Jr. (1990). Zero Defections: Quality Comes to Services, *Harvard Business Review*, 68(5), 105-111.
- Stimson, R. J., & Minnery, J. (1998). "Why People Move to the 'Sun-Belt': A Case Study of Long-Distance Migration to the Gold Coast, Australia." *Urban Studies* 35(2), 193-214.
- Wong, A. (2004). The role of emotional satisfaction in service encounters. *Journal of Managing Service Quality*. 14(5), 365-376.
- Zeithaml, V. A. (2000). Service Quality, Profitability, and the Economic Worth of Customers, What We Know and What We Need to Learn, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 67-85.

ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืม ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

โอภาส มีเชื้อ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา 2. เพื่อสร้างตัวแบบประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ จากนักศึกษา ที่กู้ กยศ. ที่สามารถชำระหนี้ได้และชำระหนี้ไม่ได้ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ และการวิเคราะห์เส้นทาง โดยใช้ตัวแบบสมการเชิงโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า

1. ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ต้องให้ความสำคัญในด้าน การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ทศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม และความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ อย่างผสมผสานกัน
2. ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ได้รับอิทธิพลรวมเชิงบวกจากทศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม และการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 70

คำสำคัญ: กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา; ชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงิน; นโยบายสาธารณะ

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยสยาม

38 ถนนเพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160, ประเทศไทย

อีเมล: Opad@hotmail.com

The Effectiveness of Public Policy Implementation for the Repayment of Student Loans fund

Opad Meechao¹

Abstract

This research aims to; 1. Study of the Effectiveness of Public Policy Implementation for the repayment of Student Loan Fund, 2. To create the modeling of the Effectiveness of Public Policy Implementation for the repayment of Student Loan Fund. Researchers used quantitative research from student of those who repay and those who unable to repay the loan in Bangkok area. Total of 420 cases using simple random. The instrument used in the research questionnaire created data were analyzed by percentage, and path analysis by using structural equation model.

The findings of this research were as follows.

1) Effectiveness of Public Policy Implementation need to focus on to create a good image for loans, development of personnel in the operation, quality communication system, attitude toward the policy of loan, trust to repay loan and satisfaction of the policy the repayment of debt to combination.

2) The effectiveness of public policy implementation for the repayment of Student Loan Fund received positive influences including attitude toward the policy of loan repayment. The quality communication system, trust to repay loan, satisfaction of the policy the repayment of debt. The create a good image for the loan fund and development of personnel in the operation, Statistical significance of the predictive power of the model was 70 percent.

Keywords: Student Loans Fund; Repayment Loans fund; Public Policy

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Philosophy in Management, Siam University

38 Petchkasem Road, Bang Wa, Phasi Charoen District, Bangkok 10160, Thailand

E-mail: Opad@hotmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความสำคัญในการศึกษาของประชาชน ถูกระบุถึงสิทธิและเสรีภาพในการศึกษาไว้ในหมวด 3 มาตรา 49 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ซึ่งบัญญัติไว้ว่า “บุคคลย่อมมีสิทธิเสมอกันในการรับการศึกษาไม่น้อยกว่า 12 ปี ที่รัฐจะต้องจัดให้อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย ผู้ยากไร้ ผู้พิการหรือทุพพลภาพ หรืออยู่ในสภาวะยากลำบาก ต้องได้รับสิทธิตามวรรคหนึ่งและการสนับสนุนจากรัฐเพื่อให้ได้รับการศึกษาโดยทัดเทียมกับบุคคลอื่น การจัดการศึกษาอบรมขององค์การวิชาชีพหรือเอกชน การศึกษาทางเลือกของประชาชน การเรียนรู้ด้วยตนเองและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ย่อมได้รับความคุ้มครองและส่งเสริมที่เหมาะสมจากรัฐ” (The Constitution of the Kingdom of Thailand B. E. 2550, p. 31) แต่การที่รัฐบาลให้การศึกษาระดับขั้นพื้นฐานแก่ประชาชน ยังพบว่าไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน เนื่องจากทั้งภาคส่วนอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจ ต่างก็ต้องการทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ความสามารถที่สูงกว่าการศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อจะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาองค์การและประเทศชาติต่อไป

กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) จัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2538 โดยกระทรวงการคลัง กระทรวงศึกษาธิการ และทบวงมหาวิทยาลัย ได้ร่วมพิจารณาบนพื้นฐานการให้ความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อยอมรับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ อีกทั้งเพื่อแก้ปัญหาทางสังคมเรื่องความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา จึงได้มีมติร่วมกันในหลักการโครงการจัดตั้งกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา โดยมีกระทรวงการคลัง กระทรวงศึกษาธิการ และทบวงมหาวิทยาลัย เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแล และ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ทำหน้าที่บริหารจัดการเงินให้กู้ยืม ต่อมาคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อ

วันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2539 ให้เริ่มดำเนินการกองทุนในลักษณะเงินทุนหมุนเวียน ตามนัยมาตรา 12 แห่งพระราชบัญญัติเงินคงคลัง พ.ศ. 2491 กองทุนจึงเริ่มเปิดให้กู้ยืมตั้งแต่ปีการศึกษา 2539 ด้วยงบประมาณประจำปีจำนวนกว่า 3,652 ล้านบาท และได้รับการจัดสรรงบประมาณสมทบเป็นรายปีตามความจำเป็น โดยมีหลักการพื้นฐานว่า “เพื่อให้เงินกู้ยืมแก่นักเรียน นักศึกษา ซึ่งมาจากครอบครัวที่มีรายได้น้อย สำหรับศึกษาต่อตั้งแต่ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ทั้งสายสามัญและสายอาชีวศึกษา) จนถึงระดับปริญญาตรีในประเทศ รวมทั้งการศึกษานอกระบบ ต่อเนื่องจากระดับมัธยมศึกษาตอนต้นตามหลักสูตร และประเภทที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนด โดยนักเรียน นักศึกษาจะต้องชำระคืนพร้อมดอกเบี้ยอัตราต่ำเมื่อจบการศึกษาแล้ว”

กองทุนนี้นับเป็นกลไกสำคัญของรัฐบาลที่ช่วยให้การสนับสนุน และขยายโอกาสเพื่อพัฒนาการศึกษาของประเทศให้เยาวชนไทยได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพได้มาตรฐานอย่างเท่าเทียมกัน โดยมีวิสัยทัศน์ คือ “เป็นองค์การการเงินชั้นนำ มุ่งสร้างโอกาสทางการศึกษา เพื่อพัฒนาสังคมไทย” นอกจากนี้ทางกองทุนยังได้ประกาศพันธกิจของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) ซึ่งก็คือ “ให้กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาแก่นักเรียน นักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ด้วยการบริหารจัดการและระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของเศรษฐกิจและสังคมไทย โดยรักษาวินัยทางการเงินการคลังและหลักธรรมาภิบาล”

สำหรับปัญหาสำคัญของ กยศ. ในปัจจุบันคือ มีนักศึกษาเป็นจำนวนมากที่ผิดนัดชำระคืนเงินกู้แก่กองทุนฯ ประเด็นดังกล่าวก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ กับผู้กู้ยืมรายอื่นๆ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาว่า มีปัจจัยทางการจัดการนโยบายสาธารณะอะไรบ้างที่นำมาบูรณาการแล้วส่งผลต่อประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเพื่อ

นำไปสู่ความสามารถชำระคืนเงินกู้ยืมให้แก่กองทุนได้ตามกำหนดเวลา งานวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความมุ่งหวังว่า ผลการวิจัยที่ได้จะช่วยให้ผู้บริหารกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และแก่นักศึกษาผู้กู้ยืมเงินจากกองทุนนี้ เพื่อให้สามารถนำไปปรับกระบวนการยุทธศาสตร์ ด้านการบริหารจัดการกองทุนให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงในบริบทต่างๆ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและสถานะทางการเงินของประเทศไทย ทั้งยังช่วยส่งเสริมงานวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อวงการการศึกษาของประเทศไทยในด้านการจัดการ และเพื่อเป็นแนวทางให้นักศึกษารายใหม่ๆ สามารถเตรียมพร้อมให้เป็นลูกหนี้ที่ดี เป็นบัณฑิตซึ่งเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพของประเทศไทย มีความสามารถส่งเงินคืนเงินกู้ยืมตามกำหนดเวลาเพื่อให้กองทุนมีเงินหมุนเวียนให้นักศึกษารุ่นหลังต่อไป และเพื่อไม่ต้องให้กองทุนเป็นภาระทางการคลังของประเทศไทยในอนาคตอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา
2. เพื่อสร้างตัวแบบประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

สมมติฐานในการวิจัย

1. ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ได้รับอิทธิพลทางตรงจากความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืมเงิน ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ และทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

2. ประสิทธิภาพในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน และระบบสื่อสารและเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ

3. ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน และระบบสื่อสารและเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งจะแบ่งสาระของการทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

แนวคิดเรื่องการสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ ถูกนำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบประการหนึ่งในการบริหาร ช่วยเอื้อให้องค์กรธุรกิจดำเนินไปได้อย่างก้าวหน้าและมั่นคง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งเกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนจำนวนมาก และยิ่งไปกว่านั้นในทางการบริหารธุรกิจยังอาจตีค่าได้ว่าภาพลักษณ์ของบริษัทเปรียบเสมือนสินทรัพย์ (Asset) อันมีค่าซึ่งยากจะประเมินออกมาเป็นตัวเลขนับบัญชีได้ภาพลักษณ์ (Image) Kotler (2000, p. 553) ให้ความหมายของภาพลักษณ์ว่า เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวข้องอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของผู้รับสารหรือการตีความหมายที่เก็บอยู่ในความทรงจำ อันเกิดจากความประทับใจ

ส่วนการสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Corporate image) ได้รับความสนใจและถูกนำมาศึกษาจากนักวิชาการ ด้านการจัดการและการสื่อสารมากขึ้น โดยการสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กรที่เด่นชัดและเหมาะสม สามารถสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ รวมถึงเสริมสร้างความมั่นใจและความภักดีต่อองค์กร กระตุ้นให้เกิดการลงทุน ดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถเข้าร่วมงาน และเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน (Askegaard & Christensen, 2001, pp. 292 - 315)

จากการศึกษาสรุปได้ว่าภาพลักษณ์ขององค์กร หมายถึง การรับรู้และความประทับใจต่อองค์กร โดยมีกระบวนการรับรู้ข้อมูลและการตีความหมาย อันเกิดจากการสื่อสารเอกลักษณ์ขององค์กรทั้งอย่างตั้งใจและไม่ตั้งใจ ซึ่งองค์กรได้สื่อสารออกไปสู่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรนั่นเอง

แนวคิดเรื่องการพัฒนาด้านบุคลากร

แนวคิดและงานวิชาการหลายๆ ด้าน แสดงให้เห็นว่าบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการจัดการองค์กร ซึ่งบุคลากรในองค์กรก็เปรียบเสมือนกับคนในสังคมที่จำเป็นต้องมีระบบการจัดการ เพื่อให้เกิดการอยู่รวมตัวกันได้อย่างสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรหรือสังคมนั้นๆ โดยเน้นในเรื่องการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรถือว่าเป็นอีกแง่มุมหนึ่งที่สำคัญของบุคลากรในเชิงพฤติกรรม ซึ่งทำให้การดำเนินงานสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้อย่างดีที่สุด ประหยัดที่สุด และส่งเสริมประสิทธิภาพขององค์กรมากที่สุด การวิจัยนี้สนใจศึกษาตัวแปรด้านบุคลากรในองค์กร โดยมุ่งเน้นการศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์กร พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Organizational citizenship behavior: OCB)

Smith and Organ (1983, pp. 653-663) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

โดยผลการศึกษาสามารถแบ่งพฤติกรรมดังกล่าวออกได้เป็น 2 ประเภทคือ การช่วยเหลือผู้อื่นโดยไม่หวังผล และการปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร ในขณะที่ Podsakoff, Ahearne & MacKenzie (1997, pp. 262 - 270) กล่าวว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีองค์ประกอบอยู่ 7 ประการ ได้แก่

1. การริเริ่มส่วนบุคคล เป็นพฤติกรรมของบุคคลในการริเริ่มต้องงานและมีส่วนร่วม
2. ความจงรักภักดีต่อองค์กร
3. พฤติกรรมช่วยเหลือ
4. การปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร
5. การมีน้ำใจเป็นนักกีฬา ให้การยอมรับความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่ม
6. การทำความดีให้สังคมในองค์กร
7. การพัฒนาตนเอง เพื่อนำมาใช้ในการทำงานเป็นต้น

แนวคิดเรื่องสื่อสาร และเทคโนโลยี

การติดต่อสื่อสารระหว่างกันมากมีผลกระทบต่อองค์กรสามารถดำรงอยู่ เพราะองค์กรเกิดการรวมกันของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน อาทิ ด้านภาษา ความคิด ค่านิยม บรรทัดฐาน การรับรู้ การตีความ การใช้ชีวิต และการประพฤติปฏิบัติตัว เป็นต้น ในการบริหารงานและการทำงานในองค์กรจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยถ้าขาดการสื่อสาร พบว่าการสื่อสารเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงบุคลากรภายในองค์กร แผนกแต่ละแผนก สาขาแต่ละสาขาเข้าด้วยกัน หากขาดการสื่อสารก็ส่งผลให้การบริหารงานเพื่อจัดการทรัพยากรและการแก้ปัญหาไม่สามารถถูกล่วงไปได้ นอกจากนี้บุคลากรเพียงคนเดียวก็ไม่สามารถทำให้จุดมุ่งหมายขององค์กรบรรลุผลได้ เช่นเดียวกันการที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเหมือนกันทุกอย่งนั้นเป็นไปไม่ได้ ถ้าหากแต่ละคนมีความแตกต่างทางด้านการศึกษาและวัฒนธรรม จึงเห็นได้ว่าการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการจัดการองค์กร

เพื่อให้องค์การสามารถที่จะบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ และส่งผลให้เกิดองค์การที่มีประสิทธิภาพ อันจะก่อให้เกิดเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันต่อไป (Downs & Hazen, 1977, pp. 63-73)

แนวคิดเรื่องทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง สภาพทางจิตของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้ในการที่จะตอบสนองต่อบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์เฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งในการทำงานชอบหรือไม่ชอบ ตามปกติแล้วบุคคลจะต้องมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันเสมอ ซึ่งได้มีนักจิตวิทยาหรือกลุ่มผู้ที่ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติให้ความหมายไว้หลายความหมายดังต่อไปนี้

Schiffman and Kanuk (2004) ทัศนคติเป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ ทำให้มีพฤติกรรมลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง และได้กำหนดองค์ประกอบทัศนคติไว้ 3 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) คือ ความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) ความเชื่อ (Beliefs) อาจแตกต่างกันไปแต่ละบุคคล ซึ่งในส่วนของความเชื่อและการรับรู้จะได้รับจากประสบการณ์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลายแหล่งข้อมูล และความรู้นี้จะมีผลกระทบต่อ ความเชื่อ (Beliefs)

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) คือ ความรู้ (Knowledge) จะสะท้อนอารมณ์ (Emotion) หรือ ความรู้สึก (feeling) ของผู้บริโภคมที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ในเรื่องความชอบและอารมณ์ที่มีต่อสิ่งนั้นๆ

3. ส่วนของพฤติกรรม (Conative Component) หรือ Behavior หรือ Doing) จะสะท้อนถึงแนวโน้มจะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือแนวโน้มการกระทำที่แสดงออกหรือแนวโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้า

แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ (trust) หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งเกิดความเชื่อมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งความเชื่อมั่นนั้นเกิดจากความน่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์จริงใจของสิ่งนั้นๆ (Dwyer and Tanner, 2009) ซึ่งสามารถเป็นที่พึ่งพิงได้ในเรื่องหนึ่งๆ โดยที่ไม่ทำให้เราผิดหวังจากการกระทำของทั้งสองฝ่าย (Reina, D. & Reina, M., 1999, pp. 3 - 13) ทุกคนจะต้องมีขอบเขตจำกัดความของความไว้วางใจ และหากบุคคลนั้นเกิดความผิดหวังจากความไว้วางใจ ความไว้วางใจก็จะลดน้อยลง หรือหมดไปตามลำดับ ดังนั้นความไว้วางใจจึงขึ้นอยู่กับสิ่งที่คุณค่าหนึ่งๆ คาดหวัง ฉะนั้นการทำความเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคลอื่นจึงมีความสำคัญมากต่อการสร้างความไว้วางใจ ความคาดหวังของบุคคลเป็นสิ่งที่ตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ดังนั้นการแสดงความคาดหวังจึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกันจนแทบจะแยกออกจากกันไม่ได้ เพราะเมื่อมนุษย์เกิดความต้องการแล้ว การคาดหวังก็จะเพิ่มขึ้นตามมา อย่างไรก็ตามความต้องการของมนุษย์เมื่อเกิดความต้องการแล้ว ก็มักจะคาดหวังสูงขึ้นไปอีกตามลำดับ

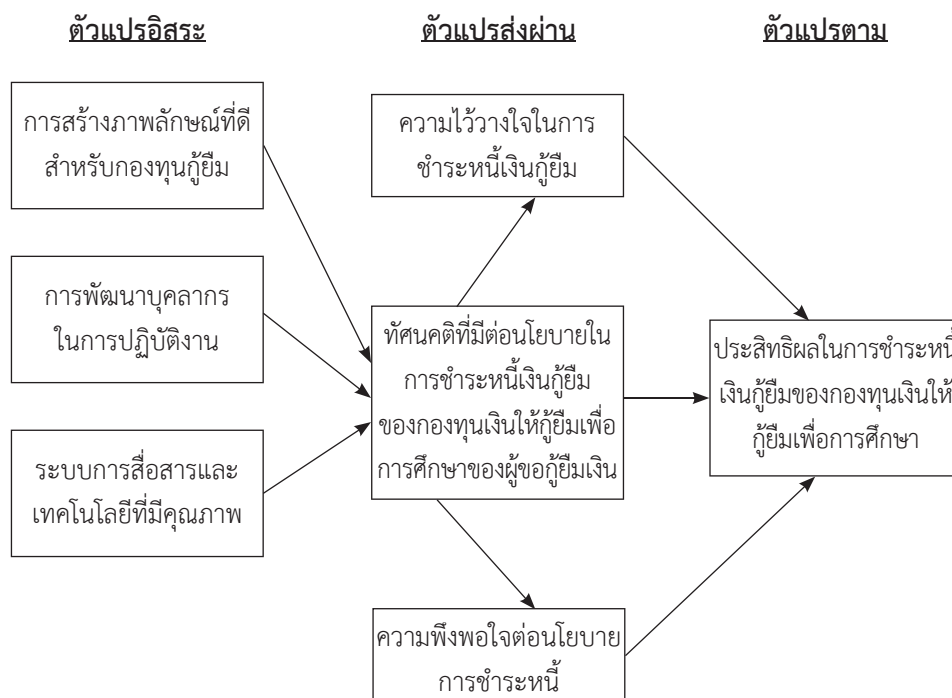
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ คือความสามารถในการโน้มน้าวสิ่งต่างๆ ซึ่งต้องอาศัยทักษะ ความรู้ และพฤติกรรมของบุคคล ความรู้สึกที่ดีที่ผู้อื่นอยากทำให้เรา จนทำให้เราเกิดความไว้วางใจหรืออยากกระทำอย่างสม่ำเสมอ ปฏิบัติด้วยความจริงใจและตรงไปตรงมา (Mayer and Davis, 1999, pp. 123- 136)

ความไว้วางใจ คือ สภาพความเป็นจริงที่มีบุคคลจำนวนหนึ่งเกิดความเชื่อมั่นโดยเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความเชื่อ (reliability) และความซื่อสัตย์จริงใจ (integrity) ซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะกำหนดลักษณะข้อผูกมัด เพื่อแสดงสัมพันธ์ภาพระหว่างลูกค้ากับองค์การ (Morgan & Hunt, 1994, p. 23)

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

The Royal Society (1999, p. 775) ให้นิยามของความพึงพอใจ คือ ความรู้ที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ ทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวก และทางลบ ความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุขเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวก เห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ ระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึก เรียกว่า ความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบเสมอ ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความรู้สึกชอบ หรือพอใจของบุคคลที่มีต่อการงานและองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจอื่นๆ ถ้างานที่ทำหรือองค์ประกอบเหล่านั้น

ตอบสนองความต้องการของบุคคลได้ บุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจในงานขึ้นจะอุทิศเวลา แรงกาย แรงใจ รวมทั้งสติปัญญาให้แก่งานของตนให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีคุณภาพ การวิจัยในอดีต ได้ชี้ให้เห็นว่า ความพึงพอใจของลูกค้าย่อมมาก่อนความไว้วางใจ (Garbarino and Johnson, 1999) มีการตรวจสอบผลกระทบในเชิงบวกของความพึงพอใจซึ่งมีผลกระทบต่อความไว้วางใจในสภาพแวดล้อมการทำธุรกรรม (Pavlou, 2003) หากลูกค้าได้รับประสบการณ์เป็นที่พึงพอใจจากผู้ค้า พวกเขาจะมีระดับความไว้วางใจที่สูงบนพื้นฐานจากประสบการณ์ ซึ่งส่งผลให้พวกเขามีแนวโน้มที่จะกลับมาซื้ออีก นอกจากนี้ ความพึงพอใจของลูกค้าเหล่านี้ จะเป็นความไว้วางใจ และก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวต่อผู้ค้า (Ganesan, 1994) สำหรับการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมดผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวความคิด

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยประชากรในการทำวิจัย ได้แก่ นักศึกษา ผู้กู้ยืมเงินจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร การหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยสูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1967) จากประชากร จำนวน 5,600,790 ราย (จากฐานข้อมูล นักศึกษา กยศ.) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดย ผู้วิจัยทำการเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างขึ้นอีกร้อยละ 5 จึงได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องจัดเก็บทั้งสิ้น 420 ตัวอย่าง เมื่อคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยแยกเก็บ ข้อมูลจากนักศึกษา ที่ กยศ. ที่สามารถชำระหนี้ได้ และชำระหนี้ไม่ได้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในสัดส่วน ที่เท่าๆ กัน อาศัยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยอาศัยฐานข้อมูลรายชื่อ นักศึกษา จากธนาคารกรุงไทย การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบสมการโครงสร้าง เชิงเส้นของตัวแปร โดยผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมในการ วิเคราะห์ คือ LISREL Version 8.52 เพื่อช่วยในการ สร้างรูปแบบสมการ โครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Modeling: SEM) หรือ การวิเคราะห์ โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร

งานวิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) เพื่อพิจารณาความสอดคล้อง ระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ราย นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ ความตรงเชิงเนื้อหา (Content

validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว เฉพาะข้อที่อยู่ในเกณฑ์ และข้อที่ปรับปรุง จะนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามฉบับ สมบูรณ์ และนำไปทดลองใช้ (try - out) กับนักศึกษา ผู้กู้ยืมเงินจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาใน จังหวัดนครปฐม ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ราย นำข้อมูลดังกล่าวมาหาค่าความเชื่อมั่นด้วย ค่าอัลฟา ครอนบาค ได้ค่า 0.91

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.71) ศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 72.38) มีอายุในช่วง 21 - 22 ปี (ร้อยละ 33.81) อาชีพของผู้ปกครองส่วนใหญ่คือ ค้าขาย (ร้อยละ 35.71) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับบิดามารดา (ร้อยละ 59.52) ระยะเวลาที่กู้ยืมเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาอยู่ในช่วง 4 ปี (ร้อยละ 38.10) ส่วนใหญ่สมาชิกในครอบครัวไม่มีใครกู้เงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ยกเว้นผู้ตอบ (ร้อยละ 62.86) และส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว (ไม่นับตัวผู้ตอบ) (ร้อยละ 59.76)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแบบประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาผู้วิจัยได้ กำหนดสัญลักษณ์และความหมายของตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ตามตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1

ผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแบบประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ

ตัวแปรสังเกตได้	ความหมาย
image01	การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อประโยชน์ต่อส่วนตัว
image02	การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและบริบทแวดล้อม
dev01	การใช้ทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ
dev02	การพัฒนาทักษะการทำงาน

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตาราง 1

ผลการทดสอบสมมุติฐาน ตัวแบบประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ (ต่อ)

ตัวแปรสังเกตได้	ความหมาย
dev03	การรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้ดำรงอยู่คู่กับองค์กร
commun01	ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพเพื่อการประสาน หล่อหลอมทางองค์การ
commun02	ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพเพื่อบรรยากาศของการติดต่อสื่อสาร
commun03	ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพเพื่อคุณภาพของสารสนเทศ
atti01	ทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ
atti02	ทัศนคติด้านความรู้สึก
atti03	ทัศนคติด้านพฤติกรรม
trust01	ความไว้วางใจในการชำระหนี้
trust02	ความไว้วางใจในการตอบสนองความต้องการ
satis01	การสร้างประสบการณ์แห่งความพึงพอใจ
satis02	การสร้างสัมพันธภาพที่ดี
eff01	ประสิทธิผลด้านความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรที่มี
eff02	ประสิทธิผลด้านสินทรัพย์
ตัวแปรแฝง	ความหมาย
IMG	การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม
DEV	การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน
COM	ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ
ATT	ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม
TRU	ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืมเงิน
SAT	ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้
EFF	ประสิทธิผลต่อนโยบายการชำระหนี้

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ด้วยวิธี Maximum Likelihood ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป LISREL 8.52 เพื่อทำการเปรียบเทียบถึงความกลมกลืน

ระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้น กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเกณฑ์ในการตรวจสอบประกอบด้วยค่า Chi-square/df, CFI GFI, AGFI, RMSEA และ SRMR ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังตาราง 2

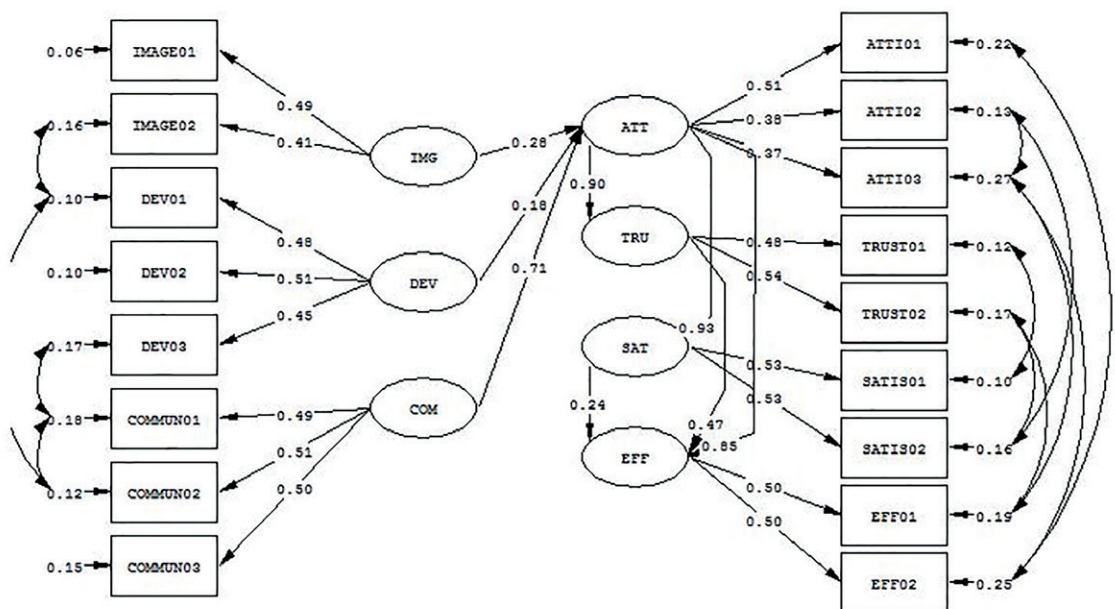
ตาราง 2

เปรียบเทียบถึงความกลมกลืนระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้น กับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
Chi-square/df	< 3.00	1.87	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.99	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.95	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.90	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.038	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.05	0.032	ผ่านเกณฑ์

เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล จากตาราง 2 พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืน กับข้อมูลเชิงประจักษ์ทั้ง 6 ดัชนีผ่านเกณฑ์ การยอมรับ

คือ Chi-square = 179.66, Chi-square/df. = 1.87, CFI=0.99, GFI=0.95, AGFI=0.90, RMSEA=0.038 และ SRMR = 0.032



Chi-Square=179.66, df=96, P-value=0.06107, RMSEA=0.048

ภาพ 2 ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ตัวแบบหลังปรับ

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตาราง 3

ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

ปัจจัยผล	ทัศนคติที่มีต่อ นโยบายในการ ชำระหนี้เงินกู้ยืม ATT ($R^2 = 0.87$)			ความไว้วางใจ ในการชำระหนี้ กู้ยืม TRU ($R^2 = 0.92$)			ความพึงพอใจ ต่อนโยบายการ ชำระหนี้ SAT ($R^2 = 0.86$)			ประสิทธิผลต่อ นโยบายการ ชำระหนี้ EFF ($R^2 = 0.70$)		
ตัวแปรเหตุ	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
การสร้างภาพลักษณ์ที่	0.28		0.28	0.25	0.25		0.25	0.25		0.24	0.24	
IMG (t -value)	3.92		3.92	3.70	3.70		3.71	3.71		2.98	2.98	
การพัฒนาบุคลากร	0.18		0.18	0.16	0.16		0.16	0.16		0.15	0.15	
DEV (t -value)	2.62		2.62	2.60	2.60		2.60	2.60		2.58	2.58	
ระบบการสื่อสาร	0.71		0.71	0.64	0.64		0.64	0.64		0.60	0.60	
COM (t -value)	5.17		5.17	5.03	5.03		5.01	5.01		4.88	4.88	
ทัศนคติ				0.90	0.90	0.93	0.93	0.85		0.85		
ATT t -value)				6.82	6.82	7.12	7.12	5.96		5.96		
ความไว้วางใจ										0.47		0.47
TRU t -value)										3.99		3.99
ความพึงพอใจ										0.24		0.24
SAT t -value)										3.69		3.69

DE = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TE = Total Effect, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

ผลการวิเคราะห์พบว่า ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ได้รับอิทธิพลรวมเชิงบวกจาก ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\chi^2 = 0.85$) ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\chi^2 = 0.60$) ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\chi^2 = 0.47$) ความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ ($\chi^2 = 0.24$) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\chi^2 = 0.24$) และการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ($\chi^2 = 0.15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ความพึงพอใจ

ต่อนโยบายการชำระหนี้ ได้รับอิทธิพลรวม เชิงบวกจาก ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\chi^2 = 0.93$) ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\chi^2 = 0.64$) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\chi^2 = 0.25$) และการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ($\chi^2 = 0.16$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ได้รับอิทธิพลรวม เชิงบวกจาก ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ($\chi^2 = 0.90$) ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\chi^2 = 0.64$) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\chi^2 = 0.25$) และ

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ($\chi^2=0.16$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

และทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ได้รับอิทธิพลรวม เชิงบวกจาก ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ($\chi^2 = 0.71$) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม ($\chi^2 = 0.21$) และการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน ($\chi^2 = 0.18$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

ประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติเพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา เกิดจากปัจจัยทั้งภายใน ได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อนโยบายในการชำระหนี้เงินกู้ยืม ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม และความพึงพอใจต่อนโยบายการชำระหนี้ และภายนอก ได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม การพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงาน และระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ที่ส่งผลกระทบต่อผู้กู้ยืมเงิน โดยปัจจัยภายในตัวนักศึกษาที่ต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบของตนที่มีต่อการชำระหนี้ โดยปัจจัยดังกล่าวเริ่มต้นที่ทัศนคติที่ดี (Sainak, 2000, p. 26) ความไว้วางใจ (Reina, D. & Reina, M. 1999, pp. 3-13) และความพึงพอใจต่อนโยบายในการชำระหนี้ (Singh & Sirdeshmukh, 2000) ส่วนปัจจัยที่สองเป็นปัจจัยภายนอกซึ่งต้องการเกิดจากการจัดการที่ดีของการบริหารกองทุน โดยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Kotler 2000, p. 553) และการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติงานเพื่อให้บริการแก่นักศึกษา (Tansuwanrat, 2009; Sathonghuam, 2017) อีกทั้งการพัฒนา ระบบสื่อสารและเทคโนโลยีที่มีคุณภาพเพื่อให้เข้าถึงตัวนักศึกษาผู้กู้ยืมเงิน (Sareerat at al., 1998, pp. 35-36)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผลจากการวิจัยพบว่าประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเกิดจากทัศนคติที่ดีของผู้กู้ ดังนั้นก่อนพิจารณาผู้กู้ยืมเงิน คุณสมบัติหนึ่งก็คือการประเมินทัศนคติของผู้กู้ยืม โดยอาจมีการประเมินเพื่อสะท้อนสภาพก่อนกู้ยืม นอกจากการประเมินเพียงผลการเรียนเท่านั้น หากผู้กู้ยืมมีความตระหนักและเข้าใจถึงที่มาของการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และเข้าใจความรับผิดชอบและบทบาทของตนในการชำระหนี้ให้ตรงเวลาเพื่อรุ่นน่อง ก็จะทำให้ประสิทธิผลในการนำนโยบายดังกล่าวไปใช้มีความสำเร็จตามเป้าหมาย

2. ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบรวมได้แก่ความไว้วางใจ และความพึงพอใจที่มีต่อกองทุนเงินให้กู้ยืม ปัจจัยดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องมาจากการมีทัศนคติที่ดี ดังนั้นกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาต้องคำนึงถึงโดยอาจมีการประเมินผลของสองปัจจัยดังกล่าว และหาหนทางที่จะพัฒนาความไว้วางใจ และสร้างความพึงพอใจต่อการชำระหนี้คืนของลูกหนี้

3. ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาที่มีอิทธิพลมากที่สุดได้แก่ระบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ ดังนั้นการเพิ่มช่องทางเพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างทัศนคติที่ดี เป็นสิ่งที่กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาจำเป็นต้องทำเป็นลำดับแรก ยิ่งในยุคที่การสร้างสารสนเทศผ่านแอปพลิเคชัน ทำได้ง่ายยิ่งถือเป็นโอกาสอันดีในการพัฒนาศักยภาพของประสิทธิผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยดังกล่าวมุ่งเน้นไปที่การทำวิจัยเชิงปริมาณ หากต้องการศึกษาประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติในเชิงลึก ควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพประกอบ โดยอาจทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก หรือการทำสนทนากลุ่มกับผู้วางนโยบาย

กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

2. การศึกษาวิจัยดังกล่าวมีขอบเขตเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นหากจะได้มิติที่มีความครบถ้วนชัดเจนอาจจะทำการศึกษาในเขตปริมณฑลและจังหวัดอื่น

Reference

- Askegaard, S., & Christensen, L. T. (2001). Corporate Identity and Corporate Image Revisited: A Semiotic Perspective. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 292-315.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. Experimental Designs, New York. Cuyno.
- Downs, C. W., & Hazen, M. D. (1977). A Factor Analytic Study of Communication Satisfaction. *The Journal of Business Communication*, 14(3), 63-73.
- Dwyer, F. R., & Tanner, J. F. (2009). *Business Marketing Connecting Strategy, Relationships and Learning* (2nd ed.). Irwin. McGraw-Hill.
- Garbarino, E., & Johnson. M. S. (1999). The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships. *Journal of Marketing*, 63(2), 70-87.
- Ganesan, S. (1994). Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, 58(2), 1-19.
- Kotler. P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). The University of Michigan, Prentice Hall of India.
- Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1999). The effect of the performance appraisal system on trust for management: A field quasi-experiment. *Journal of Applied Psychology*, 84(1), 123-136.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 59(4), 69-103.
- Podsakoff, P. M., Ahearne, M., & MacKenzie, S. B. (1997). Organizational Citizenship Behavior and the Quantity and Quality of Work Group Performance. *Journal of Applied Psychology*, 82(2), 262-270.

- Reina, D., & Reina, M. (1999). *Trust and Betrayal in the Workplace*. M. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Sainak, I. (2000). *A Study of Teachers Attitude in Teaching Rhythmic Movement Activities Using Teaching Assessment Handbook*. Thesis of Master of Education, Educational Measurement, Srinakharinwirot University. [In Thai]
- Sathonghuam, P. (2017). Self-development for academic support staff of Silpakorn University. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 4(1), 84-96. [In Thai]
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior* (8th ed.). Upper Saddle River, NJ. Prentice -Hall.
- Sereerat, S., & Other. (1998). *Organization Behavior*. Bangkok: Theera film & Seitex. [In Thai]
- Singh, J., & Sirdeshmukh, D. (2000). Agency and trust mechanisms in consumer satisfaction and loyalty judgments. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 150-167.
- Smith, C. A., Organ, D. W., & Near, J. R. (1983). Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedent. *Journal of Applied Psychology*, 68(4), 653-663.
- Tansuwanrat, W. (2009). *Factors Affecting the Purchase of House brand Mobile Phones in Bangkok Area and Perimeters*. Independent Study of Master of Business Administration, Faculty of Business Administration, Rangsit University. [In Thai]
- The Constitution of the Kingdom of Thailand B. E. 2550. *Rights and freedoms of Thai people Section 47 – 50*. Retrieved from <https://th.wikisource.org/wiki/>
- The Royal Society. (1999). *The Royal Society Dictionary B.E. 2542* (edition) Bangkok: Nanmee Books. [In Thai]
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd Edition), New York: Harper and Row.

ความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ประสิทธิภาพของผู้นำ และความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

ณัฐ ธาระสีบ¹ นิภา รุ่งเรืองวุฒิไกร²
 กฤติยา ยวงนิชัย³ ชัยฤทธิ์ ทองรอด⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้นำวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ประสิทธิภาพของผู้นำที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคลจำนวน 420 ชุด เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า 1) องค์ประกอบของผู้นำเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย (1) การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง (2) ความคิดสร้างสรรค์ (3) การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (4) ความมีจริยธรรม และ (5) บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม โดย ความคิดสร้างสรรค์มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 2.21 การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.94 การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลงมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.83 ความมีจริยธรรมมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.74 และบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.72 2) ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ประสิทธิภาพของผู้นำและความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับประสิทธิภาพของผู้นำโดยมีสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.813 ผู้นำเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการแข่งขันโดยมีสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.305 ประสิทธิภาพของผู้นำมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการแข่งขันโดยมีสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.326 ที่ระดับนัยสำคัญ

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม; ประสิทธิภาพของผู้นำ; ความสามารถในการแข่งขัน; วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 2086 ถนนรามคำแหง หัวหมาก, บางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
 อีเมล: tara_nut@hotmail.com

^{2,3} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

⁴ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Relationship Between Innovative Leadership, Effectiveness and Competitive Advantage: SMEs in Bangkok

Nut Tarasueb¹ Nipa Rungruangwuttikai²
Kittiya Youngwanich³ Chairit Thongrawd⁴

Abstract

This research aims to 1) to study the innovative leadership of the small and medium enterprises in Bangkok 2) to study the relationship between innovative leadership, effectiveness and competitive advantage of small and medium enterprises in Bangkok. Samples used in this study consists of Executives of small and medium enterprises, that is, the number of 420 kits. Structural equation analysis (Structural Equation Modeling: SEM)

The results of this research found that: 1) the components of innovative leadership consisted of (1) visionary and leading change, (2) creative thinking (3) teamwork and participation (4) ethics and (5) Innovative Organization. Creative thinking

has a standardized regression coefficient of 2.21, teamwork and participation with a regression coefficient of 0.94, visionary and leading change with a coefficient of regression of 0.83, ethics with a regression coefficient of 0.74 and innovative organization had a coefficient of 0.72. 2) The relationship between innovative leadership, effectiveness and competitive advantage of small and medium enterprises in Bangkok. The results show that innovative leadership have a positive relationship with effectiveness. Effectiveness with a coefficient of 0.813. Innovative leadership is in the same direction as competitive advantage, with a coefficient of 0.305. Effectiveness is related in the same direction to the competitive advantage, with a coefficient of 0.326 at the significance level.

Keywords: innovative leadership; effectiveness; competitive advantage; small and medium enterprises

Type of Article: Research Article

¹ Doctor of Business Administration Program, Ramkhamkaeng University
2086 Ramkhamhaeng Rd. Bang Kap, Hua Mak, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: tara_nut@hotmail.com

^{2,3} Faculty of Business Administration, Ramkhamkaeng University

⁴ College of Logistics and Supply Chain, Suansunandha Rajabhat University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกเข้าสู่ยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ที่เทคโนโลยีดิจิทัลจะมีอิทธิพลอย่างมาก และจะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งกับชีวิตอย่างแท้จริง และจะเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การบริการ และกระบวนการทางสังคมอื่นๆ โดยในบริบทของประเทศไทยนั้น เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถตอบปัญหาความท้าทายที่ประเทศเผชิญอยู่ และเพิ่มโอกาสในด้านเศรษฐกิจและสังคมได้ เช่น การพัฒนาขีดความสามารถของธุรกิจในประเทศทั้งภาคการผลิต การบริการ และการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้แข่งขันในโลกสมัยใหม่ได้ การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ปัจจัยผลิต แต่ขณะเดียวกันการใช้งานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในภาคธุรกิจ วิสาหกิจขนาดใหญ่ วิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อมมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในระดับที่แตกต่างกันอย่างมาก ผลผลิตของธุรกิจ SMEs ไทยตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยไม่มีการลงทุนในเทคโนโลยีที่จะช่วยพัฒนาผลผลิตของธุรกิจ SMEs ซึ่งผลของการขาดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมทำให้ผลผลิตการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมลดต่ำลง ดังนั้นในแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่หนึ่งจึงได้มุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการปรับกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ (Ministry of Information and Communication Technology (2016)

ในการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ผู้นำองค์กรถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะผู้นำองค์กรเป็นผู้ที่สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมายขององค์กร ซึ่ง National Innovation Agency (2004) ที่ได้อธิบายถึงองค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรมที่

ยังยืนยันว่า จะต้องประกอบด้วยปัจจัยภายในที่สำคัญ คือ การที่ผู้บริหารระดับสูงให้การสนับสนุนการดำเนินงานอย่างจริงจัง องค์การที่มีผู้บริหารที่มีความสามารถจะสร้างผลกระทบทางบวกต่อผู้บังคับบัญชา และทำให้องค์การกลายเป็นองค์การที่มีประสิทธิภาพประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้ (Sooksan & Gayle, 2010, p. 38)

ในการศึกษาที่ผ่านมาพบส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะและบทบาทของผู้นำ (Howell & Shamir, 2005; Sydänmaanlakka, 2003) ประกอบกับแนวคิด ทฤษฎีภาวะผู้นำส่วนใหญ่เป็นแนวคิดที่มีเนื้อหาและโครงสร้างของทฤษฎีที่ศึกษาและสร้างขึ้นจากข้อมูลในบริบทของสังคมหรือองค์กรของประเทศทางตะวันตกเป็นส่วนใหญ่ และยังเน้นให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำในสภาพแวดล้อมทั่วไป ไม่ได้ชี้เฉพาะไปที่ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership) ของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้นำวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ประสิทธิภาพของผู้นำที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ของการวิจัย

1. นำผลที่ได้จากการวิจัยองค์ประกอบผู้นำเชิงนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทักษะของผู้นำเชิงนวัตกรรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. นำผลที่ได้จากการวิจัยความสัมพันธ์ผู้นำเชิงนวัตกรรม ประสิทธิภาพของผู้นำ และความสามารถในการแข่งขันไปประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ

3. เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศ

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. ประสิทธิภาพของผู้บริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคลในทุกอุตสาหกรรม จำนวน 266,912 คน ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร
2. กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคล จำนวน 420 คนที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95%
3. ด้านขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการวิจัยนี้จะเริ่มดำเนินการเดือนตุลาคม 2560 ถึงเดือนมกราคม 2561 โดยมีระยะเวลาดำเนินการ 4 เดือน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคลในทุกอุตสาหกรรม จำนวน 266,912 คน ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธี precision reliability relation (Punthai, 2014, p. 121) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 คำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 399.4 คน เพื่อความคลาดเคลื่อนของข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 คน (ความคลาดเคลื่อนที่ได้จะน้อยกว่าปกติ)

ด้านขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ประสิทธิภาพของผู้บริหาร และความสามารถในการแข่งขัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ หนังสือ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ประสิทธิภาพของผู้บริหาร และความสามารถในการแข่งขันเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 นำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม โดยกำหนดข้อความแบบสำรวจรายการแบบมาตราส่วนประมาณค่า
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาชุมชนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบและแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขสำนวนภาษา
4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาวะผู้นำ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา เพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดให้มีความสมบูรณ์ มีความชัดเจน และมีความเหมาะสม พร้อมกับประเมินคำถามในแต่ละข้อว่ามีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ โดยการหาดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ผลการประเมินตามเกณฑ์ นำผลคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญ

ให้มาพิจารณาแต่ละข้อ แล้วนำคะแนนไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด โดยผู้วิจัยจะเลือกข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (Best & Kahn, 2003) และปรับสำนวนภาษาตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ ส่วนข้อที่มีค่าต่ำกว่า 0.5 ตัดออกจากแบบสอบถาม

5. เรียบเรียงข้อคำถามที่ผ่านการประเมินจัดเป็นชุดคำถามใหม่ เพื่อนำไปทดลองใช้ กับกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคล โดยทดลองใช้กับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 40 คน

6. วิเคราะห์รายข้อ เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกโดยวิธี Item-total correlation (r) แล้วคัดเลือกคำถามรายข้อที่มีคุณภาพเมื่อ r มีค่าตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป

7. หาค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีการของ Cronbach (1974) และใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟายอมรับที่ค่ามากกว่า 0.7 (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2006)

8. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถาม ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากโครงการบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มโดยผู้วิจัยการแบ่งพื้นที่เขตตามนโยบายการพัฒนาเมือง (Mekvichai, 2011, p. 91) ได้ 6 เขต

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ในการสำรวจเพื่อเก็บข้อมูลโดยการจับฉลาก เพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา โดยผู้วิจัยจะทำการกำหนดจำนวนตัวอย่างในการเก็บข้อมูลของทั้ง 10 เขต ในจำนวนเขตละเท่าๆ กัน

ขั้นตอนที่ 4 วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกหน่วยตัวอย่างโดยยึดหลักความสะดวกเป็นสำคัญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ตามความคิดเห็นของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม, ความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสถิติเชิงพรรณนา (Quantitative Statistic Descriptive analysis) โดยใช้สถิติ ดังนี้ 1) ร้อยละ (Percentage) 2) ค่าเฉลี่ย (Mean = $\bar{X}$) 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation = SD)

2. การวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) โดยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) ด้วยเทคนิคการใช้หลักการค่าประมาณความควรจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood: ML) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรว่ามีผลต่อตัวแปรตามมากน้อยเพียงใด ด้วยโปรแกรม Amos (Vanichbuncha, 2010, p. 183)

สรุปผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95) ให้ความคิดเห็นมากที่สุด คือ ความมีจริยธรรม (ค่าเฉลี่ย = 4.10) ดังตาราง 1

ตาราง 1

ระดับความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรและตัวแปรมาตรวัด	$\bar{X}$	SD	CV	แปลผล
การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง	4.04	0.48	0.11	มาก
ความคิดสร้างสรรค์	3.79	0.60	0.16	มาก
การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม	3.95	0.44	0.12	มาก
ความมีจริยธรรม	4.10	0.54	0.14	มาก
บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม	3.89	0.55	0.15	มาก
โดยรวม	3.90	0.66	0.12	มาก

2. ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในงานของผู้ได้บังคับบัญชา และการทุ่มเทในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชา (ค่าเฉลี่ย = 3.92) ดังตาราง 2

มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพของผู้นำของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90) ให้ความคิดเห็นมากที่สุด

ตาราง 2

ระดับความคิดเห็นต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรและตัวแปรมาตรวัด	$\bar{X}$	SD	CV	แปลผล
ความมีประสิทธิภาพของผู้นำ	3.85	0.63	0.17	มาก
ความพึงพอใจในงานของผู้ได้บังคับบัญชา	3.92	0.79	0.21	มาก
การทุ่มเทในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชา	3.92	0.79	0.21	มาก
โดยรวม	3.90	0.66	0.17	มาก

3. ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.92) ให้ความคิดเห็นมากที่สุด คือ การสร้างความแตกต่างด้านการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 4.04) ดังตาราง 3

ตาราง 3

ระดับความคิดเห็นต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรและตัวแปรมาตรวัด	$\bar{X}$	SD	CV	แปลผล
การสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม	3.87	0.61	0.16	มาก
การสร้างความแตกต่างด้านการตลาด	4.04	0.52	0.13	มาก

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตาราง 3

ระดับความคิดเห็นต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ตัวแปรและตัวแปรมาตรฐาน	$\bar{X}$	SD	CV	แปลผล
การสร้าง ความแตกต่างด้านคุณภาพ	3.92	0.50	0.13	มาก
ต้นทุนที่ต่ำ	3.84	0.51	0.14	มาก
โดยรวม	3.92	0.37	0.09	มาก

4. การทดสอบข้อสมมุติฐาน

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (measures of the model fit)

การตรวจสอบความสอดคล้องกันของโมเดลหรือตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ ถ้าสอดคล้องกันก็สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ และถ้าตัวแปรไม่มีความสอดคล้องกันแล้ว ตัวแบบสมการโครงสร้างจะไม่สามารถนำมาคำนวณได้ ผู้วิจัยต้องดำเนินการปรับโมเดลจนมีความสมบูรณ์ เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือตามหลักของขบวนการวิจัยก่อนนั่นเอง ดังนั้น การพัฒนาโมเดลให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้น นิยมเรียกว่า “Model Fit” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

โมเดลตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) มีความสอดคล้องกัน ซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมินโมเดล ดังนี้

- 1) ค่า Chi-square Probability Level: CMIN-p เท่ากับ .663
- 2) Relative Chi-square: CMIN/df เท่ากับ .734
- 3) Goodness of Fit Index: GFI เท่ากับ .969
- 4) Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA เท่ากับ .000

จากผลการวิจัยที่ได้ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกัน โดยขอแสดงข้อมูลตามตาราง 4

ตาราง 4

เกณฑ์และผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สัญลักษณ์	ค่าสถิติ	วัตถุประสงค์	เกณฑ์	ผลการวิจัย	ผลการพิจารณา
CMIN-p	Chi-square Probability Level	เพื่อตรวจสอบค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ ซึ่งจะต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	$p > .05$	0.663	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
CMIN/df	Relative Chi-square	ตรวจสอบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	< 3	0.026	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์

ตาราง 4

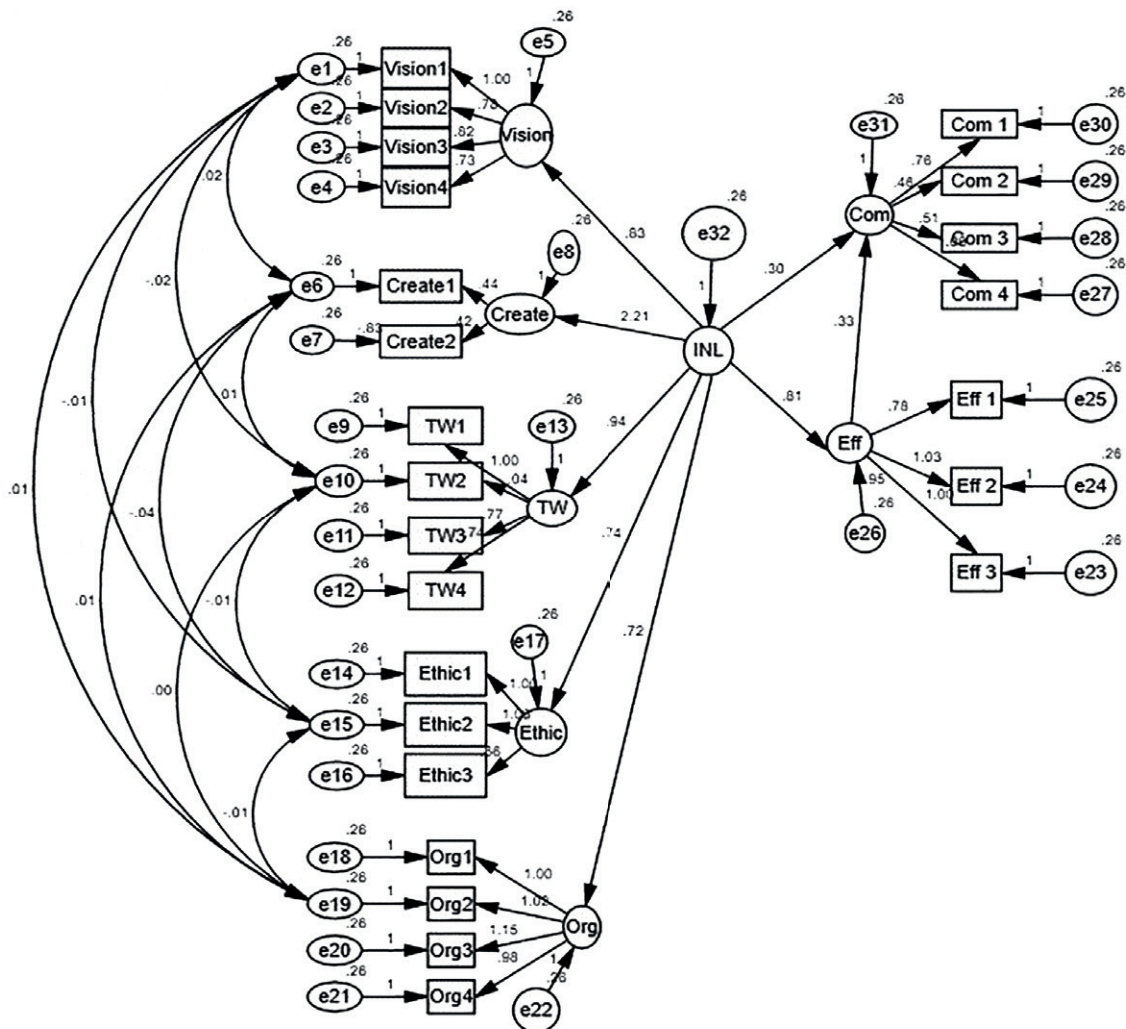
เกณฑ์และผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ต่อ)

สัญลักษณ์	ค่าสถิติ	วัตถุประสงค์	เกณฑ์	ผลการวิจัย	ผลการพิจารณา
GFI	Goodness of Fit index	เพื่อวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบโดยมีค่าระหว่าง 0-1.00	> 0.90	0.969	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation	เพื่อบอกค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแบบในรูปของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณค่าระหว่าง 0-1.00	< 0.08	0.000	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์

ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล (parameter estimation of the model) หรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่างๆ

ผลการวิเคราะห์เส้นทางของรูปแบบความสัมพันธ์แบบเต็มรูปของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (ตัวแปรแฝง) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสร้างรูปแบบความสัมพันธ์แบบเต็มรูป (over identified model) ซึ่งเป็นรูปแบบ

ที่มีเส้นทางเชื่อมระหว่างตัวแปรในทิศทางเดียวกันที่สามารถเชื่อมได้ไปสู่ตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรภายในหรือตัวแปรแฝงทุกสมการโครงสร้าง ซึ่งได้แสดงค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Weights) ค่า t -value (critical ratio: C.R.) ค่า p -value และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ ดังภาพ 1



ภาพ 1 การประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลหรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่างๆ

จากภาพ 1 สามารถแสดงผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลหรือผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ต่างๆ ซึ่งได้แสดงค่าสถิติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Weights) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) ค่า t -Value (critical ratio: C.R.) และ ค่า p -Value

จากนั้นนำค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของแต่ละสมการโครงสร้างมาเขียนเส้นทางของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ผ่านการตกแต่งแบบความสัมพันธ์

ให้เป็นแบบจำลอง ที่ประหยัด (Parsimonious Model) เพื่อให้ได้รูปแบบที่มีความสัมพันธ์ที่ดีที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับประสิทธิผลของผู้นำโดยมีสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.813 ที่ระดับนัยสำคัญ แสดงว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญต่อประสิทธิผลของผู้นำ

ผู้นำเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการแข่งขันโดยมีสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.305 ที่ระดับนัยสำคัญ แสดงว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขัน

ประสิทธิผลของผู้ที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการแข่งขันโดยมีสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.326 ที่ระดับนัยสำคัญ แสดงว่า ประสิทธิผลของผู้เป็นปัจจัยสำคัญต่อ ความสามารถในการแข่งขัน

5. ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และผลรวมอิทธิพลระหว่างตัวแปร

เมื่อพิจารณาผลรวมอิทธิพลพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการ

แข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครมีผลรวมอิทธิพลมากที่สุด คือ ตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรง มีค่าเท่ากับ 0.305 มีอิทธิพลทางอ้อม มีค่าเท่ากับ 0.265 และรวมอิทธิพล มีค่าเท่ากับ 0.570 ผลรวมอิทธิพลรองลงมาคือ ตัวแปรประสิทธิผลของผู้ที่มีอิทธิพลทางตรง มีค่าเท่ากับ 0.326 และไม่มีอิทธิพลทางอ้อม ดังตาราง 5

ตาราง 5

ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และผลรวมอิทธิพลระหว่างตัวแปร

ตัวแปรตาม	อิทธิพล (Effects)	ตัวแปรทำนาย	
		Innovative Leadership	Effectiveness
Effectiveness	Direct Effect	0.813	0.000
	Indirect Effect	0.000	0.000
	Total Effect	0.813	0.000
Competitive	Direct Effect	0.305	0.326
Advantage	Indirect Effect	0.265	0.000
	Total Effect	0.570	0.326

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์สนับสนุนผลทดสอบสมมุติฐานที่พบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมคือ ทักษะ ของผู้นำที่มีอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อรวมถึงพฤติกรรมในการทำงานของบุคลากรในองค์กรที่จะส่งผลให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในองค์กร เช่น การดำเนินการหาวิธีใหม่ๆ แนวคิดใหม่ๆ ในการพัฒนาสินค้า / บริการใหม่ๆ ออกสู่ตลาด หรือการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า / บริการมากกว่าคู่แข่งในตลาด ลดกระบวนการการทำงานเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น การดำเนินการหรือทิศทางของธุรกิจจะถูกกำหนดโดยผู้นำหรือเจ้าของกิจการทั้งสิ้น โดย

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านให้ความเห็นว่า ควรประกอบด้วย (1) การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง (2) ความคิดสร้างสรรค์ (3) การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (4) ความมีจริยธรรม (5) บรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม

การอภิปรายผล

1. องค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้นำวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1) การมีวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลงโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม = 4.04) และมีความเห็นคล้ายคลึงกัน สังเกตได้จากการมีส่วนร่วมเพียง

เบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.48 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันรวมเท่ากับ 0.11 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การสร้างวิสัยทัศน์นำการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย = 4.14) มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันเท่ากับ 0.14 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Michael et al. (2017) ที่พบว่า การที่ผู้นำองค์กรกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร กลยุทธ์ขององค์กร และแผนการดำเนินงานขององค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรมมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้เกิดการสร้างนวัตกรรมในองค์กร โดยวิสัยทัศน์ขององค์กรมีความท้าทายและเป็นไปได้จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจการสร้างนวัตกรรมในองค์กรให้เกิดขึ้น และบุคลากรในองค์กรร่วมมือกันนำวิสัยทัศน์ไปสู่การปฏิบัติ

2) ความคิดสร้างสรรค์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 และมีความเห็นคล้ายคลึงกัน สังเกตได้จากการมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.60 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันรวมเท่ากับ 0.16 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ จินตนาการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันเท่ากับ 0.16 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ George et al. (2012) และ Michael et al. (2017) ที่พบว่า ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์การสร้างทางเลือกใหม่ๆ การมีความคิดนอกกรอบของผู้นำองค์กร เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและขับเคลื่อนการทำงาน รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานมีอิสระด้านความคิดในการวางแผนการทำงานของตนเองอย่างสร้างสรรค์ ช่วยส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร

3) การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.95) และมีความเห็นคล้ายคลึงกัน สังเกตได้จากการมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.44 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันรวมเท่ากับ 0.12 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การมีเป้าหมายร่วม (ค่าเฉลี่ย = 4.18) มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผัน

เท่ากับ 0.18 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ George et al. (2012) และ Jong and Hartog (2007) ซึ่งพบว่า การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมของผู้นำและพนักงานในองค์กรจะทำให้เกิดการสอนงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และความคิดสร้างสรรค์มากกว่าการทำงานเพียงคนเดียว โดยการสร้างนวัตกรรมในองค์กรนั้นจะเน้นให้โอกาสพนักงานสะท้อนผลการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องและเสนอแนะแนวทางในการทำงาน

4) ความมีจริยธรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม = 4.10) และมีความเห็นคล้ายคลึงกัน สังเกตได้จากการมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.54 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันรวมเท่ากับ 0.14 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พฤติกรรมทางจริยธรรม (ค่าเฉลี่ย = 4.20) มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันเท่ากับ 0.18 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ George et al. (2012) ที่พบว่าองค์กร ธุรกิจในยุคใหม่ต้องบริหารโดยคำนึงถึงจริยธรรม รับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วยการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ รับผิดชอบต่อพนักงานด้วยการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม และรับผิดชอบต่อในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม นอกจากนั้นยังต้องดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใสพร้อมจะให้สาธารณชนตรวจสอบ จริยธรรมเข้าไปเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทุกด้านขององค์กร การทำงานภายใต้ระบบทุนนิยมและกระแสเศรษฐกิจใหม่ถ้าไม่คำนึงถึงเรื่องจริยธรรมจะสร้างผลกระทบในทางลบได้อย่างรุนแรงและกว้างขวางมากกว่ายุคใดๆ

5) บรรยากาศแห่งองค์กรนวัตกรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 และมีความเห็นคล้ายคลึงกัน สังเกตได้จากการมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.55 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันรวมเท่ากับ 0.15 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ = 4.02) มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.56 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันเท่ากับ 0.14 ซึ่งสอดคล้อง

กับงานวิจัยของ George et al. (2012) และ Horth and Vehar (2012) ที่พบว่า องค์การที่มีบรรยากาศในองค์การที่สนับสนุนนวัตกรรม สนับสนุนให้พนักงานเข้าถึงในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม บรรยากาศต่างๆ ในองค์การจะกระตุ้นให้พนักงานเกิดความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

2. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้นำของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับประสิทธิผลของผู้นำ โดยมีสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.813 ที่ระดับนัยสำคัญ แสดงว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรม เป็นปัจจัยสำคัญต่อประสิทธิผลของผู้นำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Antonakis et al. (2003); (Thongrawd, 2007) และ Maina (2012) ที่พบว่าความสามารถของผู้นำทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานได้ตามความต้องการ ทำให้เกิดประสิทธิผลแก่องค์การ ผู้นำที่มีประสิทธิภาพ มีแนวโน้มที่จะสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา มีแนวโน้มที่จะตั้งเป้าหมาย การปฏิบัติงานได้ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในเรื่องการจูงใจของผู้นำ ได้พบในงานศึกษาหลายชิ้นว่าเป็นประเด็นหนึ่งที่ส่งผลให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จ

3. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการแข่งขัน โดยมีสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.305 ที่ระดับนัยสำคัญ แสดงว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรม เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Leonidas et al. (2015) และ Porter (1980) ที่พบว่า ความสามารถของผู้นำ ทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานได้ตามความต้องการ ทำให้เกิดประสิทธิผลแก่องค์การ ผู้นำที่มีประสิทธิผลมีแนวโน้มที่จะสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา มีแนวโน้มที่จะตั้งเป้าหมายการปฏิบัติงานได้ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะใน

เรื่องการจูงใจของผู้นำ ได้พบในงานศึกษาหลายชิ้นว่าเป็นประเด็นหนึ่งที่ส่งผลให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จ

4. ประสิทธิผลของผู้นำส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประสิทธิผลของผู้นำมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการแข่งขัน โดยมีสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.326 ที่ระดับนัยสำคัญ แสดงว่า ประสิทธิผลของผู้นำ เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bass and Avolio (1997) และ Leonidas et al. (2015) ที่พบว่า การดำเนินการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นส่วนที่สนับสนุนการบริหารงานของเจ้าของกิจการ การนำกลยุทธ์ไปสู่ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ จะสะท้อนให้เห็นแนวโน้มที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในนวัตกรรมของบริษัท การที่มีบทบาทร่วม การค้นคว้าวิจัย ความเสี่ยงในธุรกิจ การเป็นอิสระและพฤติกรรม การแข่งขันอย่างรุนแรง ผลที่ได้รับคือ ความสำเร็จในเป้าหมายของกลยุทธ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมุ่งเน้นการปรับปรุงด้านภาวะผู้นำโดยสนับสนุนการสร้างภาวะผู้นำให้เกิดขึ้นกับพนักงานในทุกระดับขององค์กรโดยกำหนดรูปแบบกระบวนการในการสร้างนวัตกรรมอย่างชัดเจนเพื่อเป็นมาตรฐานหรือแผนในการพัฒนาคนขององค์กร

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาอิทธิพลของการมีวิสัยทัศน์ นำการเปลี่ยนแปลง, ความคิดสร้างสรรค์, การทำงานเป็นทีม และการมีส่วนร่วม, ความมีจริยธรรม และบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรม ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้นำและความสามารถในการแข่งขัน

Reference

- Antonakis, J., Cianciolo, A. T., & Sternberg, R. J. (2003). *Leadership: Past, present and future*, Retrieved from https://researchgate.net/publication/28570972_Leadership_Past_present_and_future
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1997). *Transformation leadership development: Manual for the multifactor leadership questionnaire*. Palo Alto, CA: Mindgarden.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (2003). *Research in education* (9th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychological testing* (3rd ed.). New York: Harper and Row.
- George, G., McGahan, A. M., & Prabhu, J. (2012). Innovation for Inclusive Growth: Towards a Theoretical Framework and a Research Agenda. *Journal of Management Studies*, 49(4), 661-683.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Horth, D. M., & Vohar, J. (2012). *Becoming a leader who fosters innovation*. Singapore: Center for Creative Leadership
- Howell, J. M., & Shamir, B. (2005). The Role of Followers in the Charismatic Leadership Process: Relationships and their Consequences. *Academy of Management Review*, 30(1), 96-112.
- Jong, J. P., & Den Hartog, D. N. (2007). How leaders influence employees' innovative behaviour. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41-64.
- Leonidas, C. L., Thomas, A. F., Paul, C., Stavroula, S., & Constantine, S. K. (2015). Environmentally friendly export business strategy: Its determinants and effects on competitive advantage and performance. *International Business Review*, 24, 798-811.
- Maina, M. (2012). *Total quality operations effectiveness and competitive advantage in horticultural industry in Kenya*. Retrieved from http://erepo.usiu.ac.ke/bitstream/handle/11732/1528/Muchara_PHD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Mekvichai, B. (2011). *Urban development policy*. Bangkok: Urban Green Development Institute. [InThai]
- Michael, D. M., Erin, M. T., Cory, H., & Tristan, M. (2017). Cognitive skills and leadership performance: The nine critical skills. *The Leadership Quarterly*, 28(1) 24-39.
- Ministry of Information and Communication Technology. (2016). *Digital development plan for economy and society*. Retrieved from http://www.mict.go.th/assets/portals/1/files/590613_4Digital_Economy_Plan-Book.pdf[InThai]

- National Innovation Agency. (2004). *Innovation management for executives*. Bangkok: Ministry of Science and Technology. [InThai]
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: The Free Press.
- Punthai, B. (2014). *Introduction to educational research methodology* (3th ed.). Bangkok: Ramkhamkaeng University Press. [InThai]
- Sooksan, K., & Gayle, C. A. (2010). The power of vision: Statements that resonate. *Journal of Business Strategy*, 31(1), 37-45.
- Sydänmaanlakka, P. (2003). *Intelligent leadership and leadership competencies: Developing a leadership framework for intelligent organizations*. Retrieved from <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/2042>
- Thongrawd, C. (2007). SME Leadership in a situation of Economic Crisis and the Survival of SME Industrial. *Journal of the Association of Researchers*, 12(2), 106-112. [In Thai]
- Vanichbuncha, K. (2010). *Using SPSS for windows for data analysis* (16th ed.). Bangkok: Thammasarn. [InThai]

แนวทางสำหรับการพัฒนาการแสดงละครของสถาบันการศึกษา ไปสู่กิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืน

สุเมธ ป้อมป้องภัย¹ ธรรมธร ปัญญโสภณ² พรพรม ชมงาม³

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาโอกาสและความต้องการของผู้ชมละครของสถาบันการศึกษาในปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาบทละครโทรทัศน์ที่เป็นไปได้ในการนำมาผลิตละครเวที 3) เพื่อศึกษาผู้ร่วมผลิต และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาละครเวทีให้เป็นกิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืน การศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ชมการแสดงละครของสถาบันการศึกษา จำนวน 13 คน ผู้ร่วมผลิต จำนวน 2 คน ผู้สนับสนุน จำนวน 4 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านกิจการเพื่อสังคม และผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการการแสดง กลุ่มละ 1 คน รวมทั้งหมด 21 คน

ผลการศึกษาพบว่า การสร้างโอกาสใหม่สำหรับผู้ชมการแสดงละครของสถาบันศึกษานั้น การแสดงจะต้องเน้นการนำเทคโนโลยี เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงเพื่อเข้ามาช่วยในการนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ให้ตื่นตาตื่นใจ และยังเป็นการลดต้นทุนในการผลิตด้วย

การนำบทละครโทรทัศน์ที่ดัดแปลงเป็นบทละครเวที ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวถึงบทละครโทรทัศน์ที่สามารถดัดแปลงเป็นบทละครเวทีได้ โดยเจาะลึกในด้านเนื้อหา มีการนำเสนอมุมมองในการเล่าเรื่องที่ เป็นประโยชน์ให้ความรู้และข้อคิดที่ดีต่อผู้ชม รองลงมาคือ การนำเสนอเทคนิคพิเศษในละครเวที เมื่อดัดแปลงเป็นละครเวทีแล้ว ภาพจำที่ผู้ชมรับรู้จากละครโทรทัศน์นั้นอาจเกิดขึ้นบนเวทีด้วย

นอกจากนี้ แนวทางสำหรับการพัฒนาการแสดงละครของสถาบันการศึกษาไปสู่กิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืน การแสดงละครต้องมุ่งเน้นการสร้างสรรคการแสดงละครที่เข้าใจง่าย เข้าถึงผู้ชมได้ทุกกลุ่ม เนื้อหาของละครนำเสนอประเด็นที่สะท้อนสังคมที่สามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหาของสังคมได้ โดยให้มีความร่วมมือจากภาคประชาชนด้วย เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ผู้ร่วมผลิต และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในกิจการเพื่อสังคมได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การแสดงละคร; สถาบันการศึกษา; ละครเวที; กิจการเพื่อสังคม

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ คณะนิเทศศาสตร์, สาขาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
119 ถนนกล้วยน้ำไท แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย
อีเมล: sumet.p@bu.ac.th

^{2,3} คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Guidelines for the Development of Academic Performance to Sustainable Social Enterprise

Sumet Pompongpai¹ Tanyatorn Panyasopon² Pornprom Chomngam³

Abstract

The research had three objectives: 1) to study the opportunity and desire of audience members of staged plays at present, 2) to investigate television dramas which were possible for theatre production, and 3) to examine the co-producers and stakeholders in developing staged plays to become sustainable social enterprise. The research was qualitative, using in-depth interviews with 21 persons; 13 audience members, two co-producers, four sponsors, one specialist for social enterprise, and one expert of performing arts management.

The results showed that giving a new opportunity for audience members about the academic performance, the show must focus on bringing in technology like social media as part of the show to help in presenting something new. It also reduced the cost of production. Regarding good television plays adapted for stage play, most informants considered that they could be adapted for stage plays by making the content compact and easy to understand, presenting a useful narrative perspective, providing knowledge and insights to the audience members. In addition, guidelines for the transformation of academic performance to sustainable social enterprise, drama must focus on creating dramatic theaters that could be accessed by all groups of audience members. The content of the drama presented issues that reflected the society, leading to the solution of social problems. With the cooperation of the people, this was to generate income for the community, co-producers and stakeholders who were parts of the sustainable activities.

Keywords: Performance; Academic Performance; Staged Plays; Social Enterprise

Type of Article: Research Article

¹ Faculty of Communication Arts, Communication Arts in Strategic Communication, Bangkok University
119 Kluai Nam Thai Road, Phra Khanong Subdistrict, Klong Toey, Bangkok 10110, Thailand
E-mail: sumet.p@bu.ac.th

^{2,3} Faculty of Communication Arts, Bangkok University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสังคมของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้คนในสังคมตกอยู่ในสภาวะความเครียดและมีวิธีการจัดการกับความเครียดของตัวเอง คือ การทำให้ตัวเองสบายใจ และหลีกเลี่ยงจากปัญหาที่รุมเร้า เช่น การเล่นเกม เล่นอินเทอร์เน็ต ดูหนังออนไลน์ ฟังเพลง ร้องคาราโอเกะ เป็นต้น (Piyayodilokchai, kampusiripong, Sawatmuang, & Chandrapas. 2015, p. 59) อย่างไรก็ตาม การแสดง หรือ ศิลปะ (Arts) ที่คนในสังคมหันมาสนใจ คือ ศิลปะการแสดง (Performing Arts) ซึ่งหมายถึง ศิลปะที่เกี่ยวข้องกับการแสดง ซึ่งเป็นได้ทั้งแบบดั้งเดิมหรือประยุกต์ ได้แก่ ละครโทรทัศน์ ละครเวที ละครเพลง ภาพยนตร์ คอนเสิร์ต ดนตรี และการแสดงพื้นบ้าน เพราะศิลปะแขนงนี้มีส่วนช่วยเสริมการแก้ปัญหา และสร้างเสริมจิตใจของมนุษย์ให้สูงขึ้น พร้อมเกิดการพัฒนาร่างกายด้านอารมณ์และจิตใจ ขณะเดียวกัน ก็มีมีส่วนช่วยเสริมสร้างสติปัญญา นอกจากนี้ Damrong (2014, p. 106) กล่าวว่า ละครเป็นเครื่องมือในการแบ่งปันเรื่องราวและสามารถพัฒนาตนเองเปลี่ยนแปลงสู่การตระหนักรู้จนเกิดปัญญา ดังนั้น ศิลปะการแสดง คือ ยาวิเศษขนานหนึ่งในการรักษาสุขภาพจิต ช่วยให้ชีวิตมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น สร้างความอ่อนโยนของจิตใจ และสร้างสรรค์ความเจริญทางปัญญาและอารมณ์ด้วยการวิจัยของ Sukee (2011) พบว่าศิลปะการแสดงมีคุณค่า และสามารถนำมาประยุกต์เข้ากับศาสตร์อื่นๆ ได้ และเป็นกระบวนการที่จะสร้าง “คนเก่ง คนดี และมีความสุข” ได้ ละครเวทียังสร้างความเจริญทางด้านศิลปะที่สามารถสร้างพลเมืองที่เข้าใจมนุษย์ มีความละเอียดอ่อนทางอารมณ์และสามารถต่อยอดไปสู่ความงามแห่งวัฒนธรรมและอารยธรรมของชาติได้

ศิลปะการแสดงจึงเข้ามาอยู่ในการพัฒนามนุษย์สังคมโดยผ่านการศึกษาและให้ความบันเทิง ขณะเดียวกันสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานที่สอนศิลปะ

การแสดงจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ที่กว้างมากขึ้นโดยการประชาสัมพันธ์ เช่น ให้ผู้เรียนและผู้ชมเรียนรู้อุปกรณ์ที่ดีและมีคุณค่า สร้างนักแสดงที่มีชื่อเสียง สร้างความสามารถที่โดดเด่นและแตกต่างจากที่เคยทำมา ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ การแสวงหาแหล่งเงินทุนของคณะละครให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องแสวงหา พันธมิตร (Alliance) ในการร่วมผลิตละครเวทีเพื่อให้มีเงินทุนส่งผลให้สถานศึกษาที่ผลิตละครเวทีต้องปรับตัวเพื่อก้าวข้ามผ่านการนำเสนอละครเวทีในรูปแบบใหม่โดยการนำนวัตกรรมที่หลากหลายมาใช้ในการแก้ปัญหาการผลิต หรือการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสังคมและสิ่งแวดล้อมที่กำลังเป็นกระแสในแนวทางของ กิจกรรมเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในการประกอบธุรกิจที่ไม่หวังผลกำไร โดยการนำกำไรที่เกิดขึ้นนั้นส่งคืนให้กับสังคมในรูปแบบของการให้หรือการแก้ปัญหาสังคม

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหารวมถึงความต้องการที่จะให้มีการเปลี่ยนแนวทางการแสดงละครของสถาบันการศึกษาเพื่อให้มีโอกาสเติบโตและพัฒนาความยั่งยืนไปสู่สังคมได้ ผ่านการใช้ นวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์ทางด้าน “ศิลปะการแสดง” (Performing Arts) อันหมายรวมถึงการละคร (Drama) ดนตรี (Music) นาฏศิลป์ทั้งไทยและสากล (Dance) ในการถ่ายทอดความคิดสร้างสรรค์นั้นสู่สาธารณชนได้ ทั้งนี้การหลอมรวม ละคร ดนตรี นาฏศิลป์ เข้าด้วยกัน และเพิ่มศักยภาพด้วยการนำเอาเทคโนโลยีมาผสมผสานกับศิลปะ เช่น สื่อดิจิทัล มัลติมีเดีย การหลอมรวมเพื่อประยุกต์ใช้สิ่งเหล่านี้ที่นำไปสู่ นวัตกรรมสร้างสรรค์ทางศิลปะการแสดงรูปแบบใหม่ ที่จะสร้าง คณะละครมหาวิทยาลัยกรุงเทพแห่งนี้ให้แข็งแกร่ง พร้อมนำศาสตร์และศิลป์แก้ไขเพื่อพัฒนาให้พลเมืองของประเทศมีคุณค่า อีกทั้งยังเป็นการสร้างการเติบโตของคณะละครให้ยั่งยืน เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์และนำเสนอแนวทางสำหรับการพัฒนาการ

แสดงละครของสถาบันการศึกษาไปสู่กิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืน โดยการแสวงหาโอกาสและความต้องการของผู้ชม รวมถึงบทละครที่ผู้ชมต้องการชม และสร้างความเชื่อมโยงระหว่างพันธมิตร ผู้ผลิต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกหน่วยงานที่ร่วมขับเคลื่อนละครเวทีและสังคมเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง ศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม อีกทั้ง ละครเวทีของสถาบันการศึกษานับเป็นฟันเฟืองสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนงานด้านการศึกษา ด้านศิลปวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสร้างรายได้ให้กับประเทศชาติและผู้ประกอบการ ที่จะก้าวข้ามไปสู่กิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืนอันเป็นประโยชน์ต่อเยาวชน และประเทศชาติสืบไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาโอกาสและความต้องการของผู้ชมละครในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาบทละครโทรทัศน์ที่เป็นไปได้ในการนำมาผลิตละครของสถาบันการศึกษา
3. เพื่อศึกษาผู้ร่วมผลิต และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาละครของสถาบันการศึกษาให้เป็นกิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การแสดงละคร หมายถึง ละครเวที ที่จัดแสดงบนเวทีโดยมีองค์ประกอบ ได้แก่ นักแสดง ฉาก แสง เสียง เสื้อผ้า และผู้ชม โดยเปิดให้ชมการแสดงทั้งเสียและไม่เสียค่าเข้าชม
2. ละครของสถาบันการศึกษา หมายถึง ละครเวทีที่จัดแสดงโดยสถาบันการศึกษา เช่น โรงเรียน หรือ มหาวิทยาลัย เป็นต้น โดยมีการดำเนินงานทั้งครู อาจารย์ และนักศึกษา
3. กิจการเพื่อสังคม หมายถึง การประกอบธุรกิจ โดยมีเป้าหมายที่จะแก้ปัญหาสังคม มากกว่าการหาผลประโยชน์ทางการค้า

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาแนวทางสำหรับการพัฒนาการแสดงละครของสถาบันการศึกษาไปสู่กิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืน โดยการศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับวิเคราะห์โดยสัมภาษณ์จากผู้สร้าง ผู้บริหารงานศิลปะมืออาชีพ นักวิชาการศิลปะการแสดง ผู้ชมละครเวที ผู้สนับสนุนเงินทุนและสิ่งของ และสื่อมวลชน ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2561 เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์นี้ไปสร้างเป็นตัวอย่างต้นแบบในการพัฒนาการแสดงละครของสถาบันการศึกษาไปสู่กิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืนต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบโอกาสและความต้องการของผู้ชม เพื่อเป็นแนวทางตอบสนองความต้องการของผู้ชมในการผลิตละครของสถาบันการศึกษาครั้งต่อไป
2. ทราบความต้องการของผู้ชมในการนำบทละครโทรทัศน์มาดัดแปลงเป็นละครเวที และการสร้างฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ที่ชื่นชมละครเวทีและละครของสถาบันการศึกษา
3. แนวทางของกิจการเพื่อสังคมสามารถนำมาใช้พัฒนาการหารายได้ในรูปแบบใหม่ที่เป็นรูปธรรมได้อย่างยั่งยืน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดหลักการเกี่ยวกับละครเวที

Panthumkamol (1995) กล่าวว่า ละคร คือ ศิลปะร่วม (Composite Art) เป็นศาสตร์ที่รวมศิลปะหลายแขนงไว้ด้วยกัน ความกลมกลืนของศิลปะและความร่วมมือของทุกฝ่ายจะส่งผลให้ละครสมบูรณ์แบบและประสบความสำเร็จ และ Toburin Pattrra (2000, as citd in Thanomwong 2008, p. 6) กล่าวว่า ละคร คือ การเลียนแบบธรรมชาติของชีวิตมนุษย์ ที่นำเสนอภาพการใช้ชีวิตต่างๆ ของมนุษย์ให้อยู่บน

เวที ให้ผู้ชมได้ชมอย่างมีศิลปะ และยังศึกษาละครสมัยใหม่ (Modern Drama) จาก Rattanan (2003, p. 2) กล่าวว่า ในปี ค.ศ. 1850 วงการละครคอนได้เริ่มเปื้อน่ายละครคอนที่แสดงชีวิตของชนชั้นสูงและละครคอนแนวบันเทิงที่ไร้สาระ จึงได้เกิดรูปแบบและละครสมัยใหม่ คือ พวกลัทธินิยม (realism) และธรรมชาตินิยม (naturalism) ขึ้นมา Damrong (2014). กล่าวถึงละครสร้างสรรค์ (Creative Drama) หมายถึง ละครนอก รูปแบบที่นำองค์ประกอบของละครมาใช้ในการเรียน มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาศักยภาพของเด็กผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ทั้งกิจกรรมกลุ่มและเดี่ยว นอกจากนี้ Warissarapuricha (Suraiman) (2017) กล่าวว่า การทำละครเวทีที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องมีความรู้ตั้งแต่เบื้องต้นจนกระทั่งละครจัดแสดงสู่สายตาสาธารณชน เพื่อให้มีความเข้าใจในขั้นตอนการผลิตและการทำงานของแต่ละฝ่ายงาน และวิวัฒนาการของละครเวทีในสถานศึกษาละครในการศึกษา (Educational theatre) ในประเทศไทยที่มีโรงละคร ระบบการควบคุมและดำเนินงานการผลิตละครโดยนักเรียนตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาไปจนถึงระดับมหาวิทยาลัย

แนวคิดเรื่องการตลาดสำหรับการแสดง

จากหนังสือ Standing Room Only : Strategies for Marketing the Performing Arts ของ ฟิลลิป คอลเลอร์ และ โจแอน เชฟฟ์ (Kotler & Scheff, 1997) กล่าวว่า พันธกิจของศิลปะการแสดง คือ ความเข้าใจการตลาดของศิลปะการแสดง การพัฒนากลยุทธ์ การส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์ การวางแผนการตลาด เงินทุนและการควบคุมเงินทุน รวมถึงการทำให้อนาคตของศิลปะการแสดงดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure)

Satawedon (1996, pp. 103-105) ได้สรุปแนวคิด

การเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า การส่งข่าวสารของผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารนั้นจำเป็นต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (target audience) ของตนเองให้มากที่สุดเพื่อจะได้ทำการสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยผ่านสื่อ (Media) ความผูกพันระหว่างมนุษย์กับการสื่อสารถือเป็นหนึ่งปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ในยุคสมัยนี้ เช่น การเปิดรับ (Selective Exposure) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นต้น

แนวคิดกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

Kosayodhin (2010) กล่าวว่า กิจการเพื่อสังคมเป็นองค์กรเครือข่ายที่มีเป้าหมายในการพัฒนาและการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเป็นเครื่องมือสำคัญที่รวมผู้สร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนมาร่วมผลักดันให้ประเทศก้าวหน้า และการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนให้เกิดรายได้อันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน เช่น กิจการเพื่อสังคมด้านสื่อ BE MAGAZINE และ The Performance to Change “กลุ่มละครมะขามป้อม” ละครเร่ สังคมเท่า เป็นต้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยมีกระบวนการดำเนินการวิจัย ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ทบทวนวรรณกรรม ศึกษาแนวความคิด หลักการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 2 การค้นหา สัมภาษณ์ เก็บข้อมูลจากผู้ประสบความสำเร็จ ผู้ชม และผู้สนับสนุนทุกรูปแบบ ใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 21 คน คือ ผู้ชมการแสดงละครของสถาบันการศึกษา จำนวน 13 คน ผู้ร่วมผลิต จำนวน 2 คน ผู้สนับสนุน จำนวน 4 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านกิจการเพื่อสังคม 1 คน และ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการจัดการแสดง จำนวน 1 คน ขั้นตอนที่ 3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการกับกลุ่มตัวอย่างโดยมีคำถามที่แตกต่างกัน ลักษณะการสัมภาษณ์จะเป็นคำถามปลายเปิดแบบมีโครงสร้าง โดยมีหัวข้อเรื่องในการสัมภาษณ์ ที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดประเด็นต่างๆ ไว้อย่างครบถ้วน และทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง เช่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตรงประเด็นตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ขั้นตอนที่ 4 วิธีการสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎีเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาจัดทำเป็นแบบสัมภาษณ์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยได้คัดเลือกประเด็นที่น่าสนใจจากการศึกษาข้อมูลข้างต้น ขั้นตอนที่ 5 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยวางแผนเข้าสัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในส่วนแรก ผู้ศึกษาเลือกการใช้การสนทนาขั้นต้นและลงพื้นที่ เพื่อทำความเข้าใจถึงรูปแบบและสถานการณ์ ปัจจุบันโดยรวมของละครของสถาบันการศึกษา หลังจากนั้นทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ชม ผู้ร่วมผลิต ผู้สนับสนุน และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยคัดเลือกบุคคลที่เป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี ในระหว่างการสัมภาษณ์ผู้ศึกษาได้ทำการบันทึกเทปการสัมภาษณ์ และหลังจากการสัมภาษณ์ได้ทำการถอดเทปเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกแล้ว จึงนำผลที่ได้มาแปลผลแล้ววิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้แนวคิดต่างๆ มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ แล้วจึงนำข้อสรุปที่ได้มาเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาการแสดงละครของสถาบันการศึกษาไปสู่กิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืนต่อไป

ผลการวิจัย

1. ผลวิจัยเกี่ยวกับโอกาสและความต้องการของผู้ชมละครในปัจจุบัน ผู้ชมต้องการหาโอกาสไปรับชมการแสดงละครของสถาบันการศึกษาทุกครั้งเมื่อมีการจัดแสดง และเมื่อคณะละครสถาบันการศึกษาที่ชื่นชอบจัดแสดงละครก็จะติดตามเสมอเมื่อมีโอกาส ทั้งนี้ มีปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึง เช่น วันจัดการแสดง รอบการแสดง และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในวันนั้นๆ เป็นต้น เนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่อยู่ในวัยเรียน และวัยทำงานแล้ว ทำให้ยากที่จะรับชมได้ครบทุกสถาบันการศึกษาตามวันและเวลาที่สถาบันนั้นๆ จัดการแสดงขึ้น และละครเวทีเรื่องล่าสุดที่ผู้ชมได้รับชม เช่น ละครเพลงเรื่อง แสงเทียน The Candlelight Blues ละครเพลงเรื่อง Kiss of Spider Woman และละครเวที เรื่อง พุ่มพวง ดวงจันทร์ เป็นต้น

ความต้องการของผู้ชมการแสดงละครของสถาบันในปัจจุบัน จากการสัมภาษณ์ ผู้ชม ผู้ร่วมผลิต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้เชี่ยวชาญด้านกิจการเพื่อสังคม และผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการจัดการแสดง สามารถสรุปเป็นประเด็นได้ ดังนี้

1) ผู้ชมมีความต้องการชมการแสดงละครของสถาบันการศึกษาที่คัดเลือกบทละครที่มีชื่อเสียง และมีเนื้อเรื่องที่น่าสนใจทั้งเชิงวิชาการ เชิงสังคม อันสามารถเป็นภาพสะท้อนให้สังคมได้เห็นในทุกแง่มุม และทุกมิติของสังคม เช่น การนำวรรณกรรมไทยมาดัดแปลง การแปลบทละครที่นำมาจากต่างประเทศ เป็นต้น

2) ผู้ชมมีความต้องการชมการแสดงละครของสถาบันการศึกษาที่มีเนื้อหาครบรสทั้งบทบาทการแสดง การร้อง การเต้นของนักแสดง และการนำเสนอโปรดัคชั่น ฉาก แสง เสียง เสื้อผ้า และการแสดง ที่สมบูรณ์แบบในระดับสากลเทียบเท่าบรอดเวย์ ทั้งละครแนวแฟนตาซี ความรัก ละครย้อนยุค เพศ ศาสนา การเมือง และโศกนาฏกรรม

3) ผู้ชมมีความต้องการที่จะชมละครของสถาบันการศึกษาเพื่อความบันเทิงใจ ข้อคิด ประชญาชีวิต และสุนทรียศาสตร์ ผ่านการชมการแสดงละคร โดยผู้ชมได้รับถึงพลังและการสื่อสารที่ผู้แสดงพยายามส่งความคิดหลักของบทละครนั้นๆ ไปสู่ผู้ชม เมื่อผู้ชมได้รับรู้ถึงสาร (Message) ผู้ชมหลายท่านได้นำไปทบทวน คิดวิเคราะห์และแก้ไขกับตัวเอง อีกทั้งยังนำข้อคิดที่ได้รับไปเป็นแรงผลักดันในการดำเนินชีวิตต่อไป

4) ผู้ชมมีความต้องการชมการแสดงละครของสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพด้านการแสดง โดยนักแสดงที่ผู้ชมกล่าวถึง มักเป็นนักแสดงที่มีความสามารถในการแสดงที่ชำนาญอยู่แล้ว หรือผ่านการแสดงมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งความสามารถของนักแสดงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมมีนักแสดงในดวงใจ ชื่นชอบและติดตามที่จะมาชมการแสดงละครของสถาบันการศึกษาทุกครั้งเมื่อจัดแสดง อีกทั้งผู้ชมสามารถจดจำการแสดงละครของสถาบันการศึกษาแต่ละสถาบันได้อย่างขึ้นใจ สามารถบอกความแตกต่างในด้านคุณภาพการผลิตได้อย่างละเอียด เห็นความแตกต่างได้อย่างชัดเจน เนื่องจากการแสดงละครของสถาบันการศึกษาแต่ละสถาบันนั้นมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองทั้งในด้านการแสดง ด้านการผลิต

5) ความรู้สึของผู้ชมหลังชมการแสดงละครของสถาบันการศึกษา มีทั้งความสุข และความทุกข์เกิดขึ้นหลังจากชมการแสดง โดยความสุขเกิดจากการที่ได้รับข้อคิดจากการชม การอินกับการแสดง การเห็นความพยายามของนักแสดงและทีมงานในทุกด้าน และด้านความทุกข์ ผู้ชมกล่าวว่าบางเรื่องดูแล้วไม่เข้าใจ การไม่มีมารยาทในการต้อนรับที่ดีของสถาบันการศึกษาบางแห่ง นักแสดงไม่สามารถถ่ายทอดการแสดงได้อย่างสมบทบาท กล่าวคือ การแสดงที่ไม่จริง การไม่ค้นคว้าหาข้อมูลในการผลิตโปรดัคชั่นหรือการออกแบบที่ไม่ถูกต้องตามยุคสมัย การตีความละครผิดเพี้ยนไป

6) ผู้ชมกับความต้องการเข้าถึงข่าวสาร ส่วนใหญ่ผู้ชมทราบข่าวและติดตามข้อมูลการแสดงละครของสถาบันการศึกษาผ่าน ก) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยแอปพลิเคชัน เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นช่องทางที่สะดวกสบาย รวดเร็ว และง่ายต่อการเข้าถึง หากชื่นชอบและเป็นแฟนประจำของคณะละครสถาบันการศึกษานั้นๆ จะติดตามข่าวสารบ่อยๆ ผ่าน เพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) ของคณะละครสถาบันการศึกษาโดยตรง ข) การบอกปากต่อปาก เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เกิดจากผู้ชมผู้ชมด้วยกันที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารไปต่อได้อย่างรวดเร็ว และ ค) บุคคลที่รู้จักร่วมแสดงเชิญให้มาชมการแสดง

7) ผู้ชมกำหนดราคาบัตรเข้าชมการแสดงละครของสถาบันการศึกษาที่สามารถซื้อได้ โดยบัตรละครชุดในราคาเฉลี่ย 250-1,500 บาท ละครเพลงในราคาไม่เกิน 3,000 บาท เนื่องจากอยู่ในราคาที่ผู้ชมจะยินดีจ่ายและมีกำลังซื้อ ถ้าให้ตีความมีโปรโมชันเพื่อให้ผู้ชมได้มีทางเลือกในการซื้อบัตรที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ในกรณีที่การแสดงละครของสถาบันการศึกษานั้นเปิดให้ชมฟรี ผู้ชมกลุ่มนี้ยินดีร่วมสนับสนุนเงินในจำนวนเฉลี่ย 100-1,000 บาท

8) ผู้ชมมีความต้องการได้รับการอำนวยความสะดวกอย่างมีประสิทธิภาพจากคณะละครของสถาบันการศึกษา เมื่อผู้ชมมาชมการแสดงละครของสถาบันการศึกษา เช่น การจองบัตรและการรับบัตรที่ง่ายและสะดวก การประชาสัมพันธ์ป้ายสถานที่จัดแสดงที่ชัดเจน การจัดที่นั่งภายในโรงละคร การจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ที่จอดรถ และการบริการรถรับส่ง เป็นต้น

9) ผู้ชมมีความคาดหวังต่อการแสดงละครของสถาบันการศึกษา คือ การปลูกฝัง ถ่ายทอด และพัฒนาบุคลากรด้านศิลปะการแสดง ศิลปะการละครให้เติบโตอย่างถูกต้อง ด้วยการสอน การดูแลและให้คำปรึกษาของครูแก่นักเรียนนักศึกษาอย่างเต็มที่ และเมื่อสถาบัน

การศึกษาจะต้องผลิตละครเรื่องใหม่ สิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตควรชัดเจนและนำเสนอต้องสามารถที่จะตอบสนองผู้ชมได้ คือ ก) สิ่งที่ยากส่งสาร (message) ถึงผู้ชมให้ชัดเจน ข) การนำบทละครใหม่ๆ มาจัดแสดง เนื่องจากปัจจุบันมีการนำเสนอละครเรื่องเดิมๆ ค) เนื้อหาของละครควรเน้นความรักชาติ ที่แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของไทย เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ควรปลูกฝังให้กับผู้ชม และสร้างค่านิยมให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ได้เห็นและตระหนักถึงคุณค่าของการเป็นพลเมืองที่ดี และไม่ควรนำเสนอเนื้อหาที่เสียชื่อเสียงทางเมือง และ ง) การผลิตงานและการแสดงอย่างมืออาชีพ

10) ข้อเสนอแนะจากผู้ชมที่คณะกรรมการของสถาบันการศึกษาควรนำไปปรับปรุงเพื่อพัฒนาให้ดีกว่าเดิม ดังนี้ ก) คณะละครของสถาบันการศึกษาต้องแสดงศักยภาพ และหาความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน เพื่อให้รัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญของละคร สถาบันการศึกษาว่าจะสามารถเป็นฟันเฟืองสำคัญที่จะสามารถพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคมได้ ข) การเปิดโอกาสให้คณะละครของสถาบันการศึกษาได้มีโอกาสในการไปแสดงในโรงละครใหญ่ๆ ของประเทศ ค) สถาบันการศึกษาต้องเข้มงวด ให้ความรู้ และควบคุมผลงานที่จะผลิตให้มีความเข้าใจต่อศิลปะการแสดง และศิลปะการละคร ให้อย่างถ่องแท้เพื่อผลิตผลงานที่มีคุณค่ามากกว่าการทำละครเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ง) หากสถาบันศึกษานั้นมีความสามารถที่จะไปแข่งขันในระดับธุรกิจแบบมืออาชีพได้ ให้จัดตั้งเป็นคณะละครมืออาชีพอย่างจริงจังและแยกตัวออกจากสถาบันการศึกษาเพื่อการสร้างชื่อเสียงและรายได้ที่มั่นคงให้กับคณะละคร จ) พัฒนาศักยภาพของนักแสดงและทีมงานให้เก่งและดีเทียบเท่ามืออาชีพ และ ฉ) การจัดตั้งสมาคมศิลปะการแสดงขึ้นเพื่อควบคุมและรักษาระดับคุณภาพของทุกสถาบันให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน

2. ผลวิจัยเกี่ยวกับบทละครที่เป็นไปได้ในการนำ

มาผลิตละครเวที ความสนใจส่วนใหญ่ของผู้ให้ข้อมูลส่วนมากสนับสนุนให้คณะละครของสถาบันการศึกษานำ บทละครโทรทัศน์ที่ดี หรือ บทที่ได้รับรางวัล และนำมาดัดแปลงเป็นบทละครเวทีได้ จากที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันก็มีการนำบทละครโทรทัศน์มาดัดแปลงเป็นละครเวทีอยู่แล้ว เช่น สี่แผ่นดิน แม่นาค ลอดลายมังกร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม นับเป็นความท้าทายอย่างมากของคณะละครของสถาบันการศึกษาที่จะหยิบบทละครโทรทัศน์ที่ดี หรือที่ได้รับรางวัลมาดัดแปลง เป็นบทละครเวที สิ่งสำคัญในการดัดแปลงบทต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่างด้วยกัน สามารถแบ่งเป็นประเด็นได้ ดังนี้

1) การเลือกบทประพันธ์ ในการเลือกหยิบบทประพันธ์ที่จะนำมาดัดแปลงเป็นละครเวที ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ เมื่อเป็นบทละครเวทีแล้วจะสามารถผลิตออกมาเป็นโปรดักชั่นที่สมบูรณ์แบบได้รวมถึงโอกาสช่วงวันและเวลาในการจัดการแสดงนั้น จะเอื้ออำนวยต่อการจัดการแสดงมากเพียงใด

2) ผู้ดัดแปลงบท การดัดแปลงบทผู้ดัดแปลงจะต้องมีความรู้ ความสามารถที่ชำนาญ และความเข้าใจ บทประพันธ์ดั้งเดิมอย่างถ่องแท้ เพื่อการดัดแปลงจะได้ยังคงรักษาแก่นความคิดของเรื่องในบทประพันธ์ดั้งเดิมให้คงอยู่

3) การนำเสนอมุมมองใหม่ๆ ที่แตกต่าง ผู้ผลิตหรือผู้ดัดแปลงสามารถนำเสนอมุมมองใหม่ๆ ผ่านการนำเสนอในบทละครเวทีได้ เช่น เรื่อง แม่นาค ปกติจะเล่าเรื่องผ่านตัวละครหลักที่เป็น แม่นาค แต่บทดัดแปลงสามารถเล่าเรื่องผ่าน แดง ลูกของแม่นาคได้ เป็นต้น

4) ละครเวทีที่ดีควรมีความยาวที่เหมาะสม ในระยะเวลาประมาณ 1-3 ชั่วโมง และควรมีพักครึ่งเวลาให้ผู้ชมได้พักระหว่างชมการแสดง

5) การนำเสนอเทคนิคพิเศษในละครเวที เมื่อดัดแปลงเป็นละครเวทีแล้ว ส่วนใหญ่ความพิเศษที่

ละครโทรทัศน์ทำได้และเกิดภาพจำสำหรับผู้ชมนั้น ทำให้เมื่อกลายเป็นละครเวทีแล้วภาพจำที่ผู้ชมรับรู้จากละครโทรทัศน์นั้นอาจจะต้องเกิดขึ้นบนเวที เช่น การแปลงร่างเป็นรูของคำแก้ว ในละครเรื่อง นาคี เป็นต้น

3. ผลวิจัยแนวทางการพัฒนาคณะละครของสถาบันการศึกษาไปสู่กิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืน กิจการเพื่อสังคม คือ การทำธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง เช่น ธุรกิจโรงแรม กิจการการแสดงละคร เป็นต้น โดยมีเป้าหมายเพื่อนำกำไรมาช่วยเหลือสังคม เช่น ความยากจน ความเหลื่อมล้ำ การขาดโอกาสทางการศึกษา การขาดโอกาสทางสังคม เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ในสังคมลดน้อยลงและอาจหมดไปในที่สุด ตลอดจนรายได้ที่ได้จากการประกอบการยังสามารถนำไปจุนเจือผู้ร่วมผลิต ทีมงาน ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างยั่งยืน

กิจการเพื่อสังคม จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะสามารถแก้ปัญหาสังคมได้ด้วยประชาชนเอง โดยไม่ต้องรอความช่วยเหลือจากรัฐบาลอีก ดังนั้น คณะละครของสถาบันการศึกษาต้องเตรียมความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง รวมถึงการเติบโตของอุตสาหกรรม ละครเวที ที่เกิดขึ้นอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ จึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนการแสดง การละคร และจัดแสดงละครเวทีต้องแสวงหาแนวทางและการดำเนินการให้คงอยู่สามารถอยู่รอดได้ด้วยตนเอง โดยผ่านแนวคิด เรื่อง กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่จะใช้ “ละครเวที” เป็นเครื่องมือในการหารายได้ เช่น ต้องการเพิ่มมูลค่าให้สินค้า และเพิ่มมูลค่าด้วย “นวัตกรรม” เพื่อการสร้างสรรค์ผลงานที่แตกต่างและดึงดูดความสนใจของผู้ชมต่างๆ มาบริโภคให้มากขึ้น โดยมีแนวทาง ดังนี้

1) โครงสร้างการดำเนินงานของคณะละครสถาบันการศึกษาที่เป็นกิจการเพื่อสังคม สามารถอยู่

ได้ในทุกองค์กร ทุกโครงสร้าง หลักใหญ่ใจความ คือ วิสัยทัศน์ ของผู้บริหารองค์กรที่ตระหนักถึงปัญหาของสังคม และอยากช่วยแก้ไขปัญหานั้นด้วยผลประกอบการทางธุรกิจของตน และการมีชุมชนเป็นส่วนร่วม คือการสร้างกลุ่มผู้ชมกลุ่มใหม่ โดยโครงสร้างและการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม มี 3 องค์ประกอบ ดังนี้ ก) สามารถเป็นองค์กรเดิมที่มีผู้นำและผู้ร่วมธุรกิจ ข) การมีส่วนร่วมของทุกคน และ ค) ความเป็นเจ้าของ และหากคณะละครสถาบันการศึกษาจัดตั้งเป็นกิจการเพื่อสังคมแล้ว คณะละครสามารถดำเนินงานตามพันธกิจได้ทันที

2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneur) สำหรับคณะละครของสถาบันการศึกษาควรมีคุณยึดหลักธรรมาภิบาลในการบริหาร และดำเนินงานและการบริหารเรื่องการเงินสำคัญอย่างมาก ทุกขั้นตอนจะต้องตรวจสอบได้

3) ละคร คือ นวัตกรรม กล่าวคือ ละครจะทำให้คนได้ออกมาปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้นกว่าการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ การแสดงละครของสถาบันการศึกษานั้นจะต้องนำเสนอเนื้อหาที่ดี สะท้อนสังคม เสียดสีสังคม และจรรโลงใจ หรือประเด็นที่กำลังเป็นกระแสสังคมเพื่อการแก้ไขปัญหาสังคม เนื่องจากการนำเสนอเนื้อหาของละครของสถาบันการศึกษานั้นมีความแตกต่างจากคณะละครมืออาชีพหรือคณะละครที่แสวงผลกำไร และให้ข้อคิดผู้ชมได้นำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตได้ ดังนั้น คณะละครของสถาบันการศึกษาควรนำเสนอละครที่ให้ข้อคิดที่ดีต่อผู้ชมต่อไป

4) คุณภาพโปรดักชั่นของการแสดงละครของสถาบันการศึกษา ต้องคำนึงถึงความพร้อมความสามารถ และทักษะของแต่ละสถาบันด้วย สามารถทำได้โดยเริ่มจากโปรดักชั่นเล็กๆ แล้วค่อยพัฒนาไปสู่ความยิ่งใหญ่ตระการตา

5) แนวทางในการกำหนดราคาบัตรละคร สำหรับการจำหน่ายไม่ควรจะสูงหรือแพงมากเกินไป ต้องคำนึง

ถึงความอยู่รอดของตัวเอง คำนวณงบประมาณในการลงทุนและผลประโยชน์ที่จะกลับมาเป็นกำไร ถึงแม้จะไม่ได้กำไรมาก แต่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้เกิดการบอกต่อ และการกลับมาชมซ้ำ และยังสามารถเปิดช่องรับบริจาคได้อีกด้วย

6) แนวทางการประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันคงต้องใช้ช่องทาง สื่อสังคม (Social media) ในการส่งสารให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมโดยเน้นการอย่างต่อเนื่อง ถ้าให้เกิดการติดตามซึ่งจะทำให้ผู้ชมรู้จักและสนใจละครสถาบันการศึกษามากขึ้น และทำการตลาดออนไลน์ควบคู่กันไป

7) แนวทางการหาผู้สนับสนุน เป็นเรื่องที่ต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวอย่างสูงในการหาผู้สนับสนุนที่เป็นรูปแบบของเงินทุน หรือสิ่งของ หากแต่หาสปอนเซอร์ผู้ที่มีความสัมพันธ์ (Connection) และพันธมิตรที่ดีกับผู้ให้การสนับสนุนก็จะเป็นเรื่องง่าย หรือสามารถเริ่มต้นเองได้โดยการตั้งวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และนำเสนอต่อสังคมผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เปิดหมวกรับบริจาคตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จัดแสดงละครผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ แล้วรับบริจาคโดยเปิดบัญชีธนาคาร เพื่อนำรายได้ที่ได้ไปจัดตั้งคณะละครกิจการเพื่อสังคม เป็นต้น นอกจากนี้ การมุ่งหน้าขอความช่วยเหลือ ความร่วมมือ และการสนับสนุนจากภาครัฐ อย่างเช่น กระทรวงวัฒนธรรม เป็นเรื่องที่คณะละครสถาบันการศึกษาควรทำ

8) โอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการด้านการแสดง สิ่งสำคัญที่สุดที่จะประสบความสำเร็จอย่างภาคภูมิใจ คือ การนำเสนอเนื้อหาที่ดี หากมีเนื้อหา หรือการแสดงเป็นตัวตั้งต้นที่ดีแล้ว เรื่องอื่นที่จะเป็นสิ่งที่สนับสนุนการแสดงจะตามมาเอง เช่น ผู้สนับสนุน ผู้ชม การเป็นที่ยอมรับ เป็นต้น การนำเสนอผลงานการแสดงของศิลปิน บุคลากร นักเรียน นักศึกษามาจัดแสดงในแต่ละปี หรือแต่ละเทศกาลนั้น เมื่อได้ตารางวันจัดแสดงที่ชัดเจนแน่นอนแล้ว ควรนำชื่อการแสดง และรายละเอียดทั้งหมดของการแสดงนั้นมาจัดลงใน

ตารางการแสดงประจำปีของคณะละครทันที เพื่อที่ฝ่ายหาผู้สนับสนุนจะได้ดำเนินการไปหาเงินทุนหรือสิ่งของมาจนเจอคณะละคร นอกจากนี้ การจัดการแสดงโดยความร่วมมือระหว่างองค์กรเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการประหยัดค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายได้ให้กับคณะละครของสถาบันการศึกษา

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางสำหรับการพัฒนาการแสดงละครของสถาบันการศึกษาไปสู่กิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืน” ซึ่งได้ทำการศึกษาจากผู้ชม ผู้ร่วมผลิต ผู้สนับสนุน ผู้เชี่ยวชาญด้านกิจการเพื่อสังคม ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการการแสดง โดยผู้วิจัยพบผลการวิจัย ดังนี้

โอกาสที่ผู้ชมจะได้มารับชมละคร ผู้เชี่ยวชาญด้านกิจการเพื่อสังคม เน้นว่าการนำเทคโนโลยี เช่น สื่อสังคมออนไลน์ อย่างเฟซบุ๊ก หรือ ยูทูบ มาเป็นช่องทางในการนำเสนอละครเพื่อให้ผู้ชมมีโอกาสในการรับชมละครเวทีหรือละครของสถาบันศึกษามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Kumar, Chaturvedi & Merhotra (2013) ในประเด็นที่ว่า สื่อใหม่เปิดโอกาสกว้างขึ้นสำหรับผู้ชมใหม่ๆ ที่ชอบชมผ่านสื่อออนไลน์ และอาจจะนำไปสู่การเป็นกลุ่มใหม่ที่จะมาชมละครเวที เพราะสื่อใหม่มีการนำเสนอ การส่งเสริมละครได้เร็ว

ความต้องการของผู้ชมต่อคณะละครของสถาบันการศึกษาในปัจจุบัน ผู้ชมมีการเลือกรับชมการแสดงละครที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจสะท้อนสังคม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Piriyaphatankung (2013) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมละครเวทีโรงเล็กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในประเด็นที่ว่า ผู้ชมไปชมละครเวทีเพราะสนใจเนื้อเรื่องมากที่สุด นอกจากนี้ ยังค้นพบว่าการทำละครควรให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อการสร้างสรรค์ในการผลิตร่วมกับคณะละคร ซึ่งสอดคล้องกับ Gardner (2014, p. 2) ที่กล่าว

ว่า ผู้ชมมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะการทำละครเปลี่ยนจากทำเพื่อผู้ชมมาเป็นการทำละครร่วมกับผู้ชม นั่นคือสิ่งที่ผู้ชมได้มีส่วนร่วมในชุมชนด้วย

ส่วนการเปิดรับข่าวสารเรื่องละคร ผู้ชมต้องการทราบข้อมูลข่าวสารของคณะละครของสถาบันการศึกษาผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยแอปพลิเคชัน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ ซึ่งเป็นช่องทางที่สะดวกสบาย รวดเร็ว และง่ายต่อการเข้าถึง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Piriaphatankung (2013) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมละครเวทีโรงเล็กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในประเด็นที่ว่า ผู้ชมมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครเวทีจากสื่ออินเทอร์เน็ตโดยผ่านช่องทาง เฟซบุ๊ก แฟนเพจ มากที่สุด เพราะสื่อเฟซบุ๊กเป็นสื่อที่คนนิยมใช้ในปัจจุบันและรวดเร็วมาก

ผู้ชมจดจำชื่อเสียงของคณะละครของสถาบันการศึกษา คุณภาพของโปรดักชั่น ราคาบัตรที่สมเหตุสมผล และการอำนวยความสะดวกอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ฟิลลิป คอเลอร์ และ โจแอน เชฟฟ์ (Kotler & Scheff, 1997 p. 193) ในประเด็นที่ว่า ความสำคัญของชื่อเสียงคุณภาพของการผลิตละครและส่งเสริมเรื่องราคาบัตรของสถาบันที่นำเสนอละคร ก็จะเหมือนตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้ชมจำได้ และจะทำให้ผู้ชมกลับมาชมละครอีกในครั้งต่อไป

2. เนื้อหาของละครโทรทัศน์ไทยส่วนมากมุ่งเน้นละครแนวชีวิต ความรัก ที่ให้ความบันเทิงใจอย่างไร้แก่นสารชั่วครั้งชั่วคราว เช่น การตบตีของนางเอกกับนางร้าย การปะทะอารมณ์ของแม่พระเอกกับนางเอก เป็นต้น จึงยากที่จะทำให้ผู้ชมได้ลุ่มลึกถึงเรื่องราวที่ประเทืองปัญญา ผู้ผลิตละครโทรทัศน์จึงควรพัฒนาคุณค่าของละครโทรทัศน์ไทยให้มีคุณค่าและสาระมากกว่านี้ ดังนั้น ผู้ผลิตต้องให้ความสำคัญในการคัดเลือกบทละครโทรทัศน์ที่ดี มีคุณค่า หรือได้รับรางวัล

มาดัดแปลงเป็นบทละครเวที เพื่อเจาะลึกในด้านเนื้อหา นำเสนอมุมมองในการเล่าเรื่องที่เป็นประโยชน์ความรู้และข้อคิดที่ดีให้รายละเอียดต่อผู้ชมได้ และสิ่งสำคัญในการดัดแปลงบท ผู้ดัดแปลงบทจะต้องมีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญที่จะเข้าใจบทประพันธ์ดั้งเดิม และการนำเสนอเทคนิคพิเศษในละครเวที เมื่อดัดแปลงเป็นละครเวทีแล้ว ภาพจำที่ผู้ชมรับรู้จากละครโทรทัศน์นั้นอาจจะต้องเกิดขึ้นบนเวทีด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ Jirabovornwisut (2011) เรื่องพัฒนาการและสุนทรียทัศน์ในการสร้างสรรค์บทละครโทรทัศน์ไทย ในประเด็นที่ว่า เนื้อหาของบทละครโทรทัศน์ไทยซึ่งยังคงวนเวียนกับละครแนวชีวิตที่มีแก่นเรื่องเกี่ยวกับความรัก และความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว สะท้อนให้เห็นพฤติกรรมคนไทยที่นิยมดูละครโทรทัศน์เพื่อเอารสชาติมากกว่าเอาเนื้อหาของเรื่อง

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า การดัดแปลงบทข้ามสื่อ เมื่อดัดแปลงแล้ว โครงเรื่องของบทประพันธ์ดั้งเดิมยังคงอยู่ เพื่อรักษาเนื้อหาที่ดีของบทประพันธ์เดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ratanavijit (2012) เรื่องการดัดแปลงข้ามสื่อ ละครเรื่อง “แม่เคเบธ” ของ วิลเลียม เชกสเปียร์ ในประเด็นที่ว่า การเล่าเรื่องและการดัดแปลงข้ามสื่อ ที่ปรากฏในสื่อละครเวที ละครโทรทัศน์ แอนิเมชัน และภาพยนตร์ ยังคงปรากฏโครงเรื่องหลักเหมือนในบทละครดั้งเดิม เพราะเนื้อหาเดิมดีอยู่แล้ว

3. แนวทางการพัฒนาการแสดงละครของสถาบันการศึกษาไปสู่กิจการเพื่อสังคม ต้องมุ่งเน้นการสร้างสรรคการแสดงละครที่เข้าใจง่ายเข้าถึงผู้ชมได้ทุกกลุ่ม เนื้อหาของละครนำเสนอประเด็นที่สะท้อนสังคมหรือกระแสสังคมที่สามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหาของสังคมได้ โดยให้มีความร่วมมือจากภาคประชาชนด้วย เพื่อให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในกระบวนการประกอบการเพื่อสังคมที่นำไปสู่การสร้างสรรคสังคม รวมถึงการมอง

หาโอกาสและนำนวัตกรรม (Innovation) เทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสังคมเพื่อการลดต้นทุนในการผลิต ส่งผลให้เกิดความมั่งคั่งทั้งทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยผลตอบแทนที่ได้รับมาจากการประกอบธุรกิจเพื่อสังคมนั้นจะมีการนำกลับไปกระจายสู่สังคม และช่วยส่งเสริมให้ชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tarnittanakorn (2011) เรื่อง Social Enterprise: ธุรกิจแห่งการสร้างสรรค์สังคม ในประเด็นที่ว่า กิจกรรมเพื่อสังคมเป็นหลักการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม และแก้ไขปัญหาสังคมอย่าง

ยั่งยืน ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้มีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) เรื่องกิจการเพื่อสังคมยังเป็นเรื่องที่ยังไม่แพร่หลาย และยังไม่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลอย่างจริงจัง ส่งผลให้การศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงแนวทางในการเปลี่ยนแปลงอาจจะได้ผลหรือไม่นั้นต้องทำการศึกษาต่อในลำดับต่อไป

2) ผู้ทำละครเพื่อการศึกษา ควรศึกษาวิธีการหาเงินทุนของผู้ผลิตละครในเชิงธุรกิจเพื่อนำมาปรับใช้กับการแสดงละครของสถาบันการศึกษา

Reference

- Damrong, P. (2014). *Applied Drama: The use of drama for development* (1st ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Gardner, L. (2014). *What do theatre audiences want?*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/stage/theatreblog/2014/feb/05/theatre>
- Jirabovornwisut, S. (2011). *Development and Aesthetics Concept of Thai Television-Drama Script*. Thesis (Communication Arts) Chulalongkorn University. [In Thai]
- Kotler, P., & Scheff, T., (1997). *Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts*. Boston: Harvard Business School.
- Kumar, C.M.V., Chaturvedi, R., & Merhotra, S. (2013). Art of Theatre New Media Platform & Audience Viewing Experience. *Global Media Journal-Indian Edition*, 4(2), 1-20.
- Kosayodhin, A. (2010). *SE 50: Social enterprise bile society 50 organizations*. Bangkok: Bizbook [In Thai].
- Panthumkamol, S. (1995). *The Art of Acting (Modern Drama)* (1st ed). Bangkok: Chulalongkorn University. [In Thai]
- Piriaphatankung, P. (2013). *Factors which affect the decision making in watching stage theater among people in Bangkok Metropolita*. Master's thesis, Thammasat University. [In Thai]

- Piyayodilokchai, H., kampusiripong, A., Sawatmuang, M., & Chandrapas. (2015). *Stress and Stress Coping of Business Information Technology Student of Rajamangala University of Technology Rattanakosin*, Bophit Phimuk Chakkrawat. Bangkok: Institute of Research and Development, Rajamangala University of Technology Rattanakosin. [In Thai]
- Rattanan, M. (2003). *Introduction to the art of directing and perch stage* (1st ed.). Bangkok: Thammasat University. [In Thai]
- Ratanavijit, S. (2012). *Cross media adaptation of William Shakespeare's "Macbeth"*. Master's Thesis, Chulalongkorn University. [In Thai]
- Satawedin, P. (1996). *Mass communication: Process and Theory* (1st ed.). Bangkok: Parbpim
- Sukee, P. (2011). Using dramatic arts to strengthen the desirable characteristic of Thai: A case study of Maewan school's students in Chiangmai and Bangkok university's performing arts students. *Bu Academic review*, 10(1), 61-74. [In Thai]
- Tarnittanakorn, N. (2011). Social Enterprise: Business for social value creation. *Executive Journal*, 31(2), 30-35. [In Thai]
- Thanomwong, B. (2008). *Stage Creative Process Stage Creative Process Musical Genre of Scenario Company Limited*. Master's thesis, Sukhothai Thammathirat Open University. [In Thai]
- Warissarapuricha (Suraiman), K. (2017). *Theater Scene Work 1* (6th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press. [In Thai]

หลักเกณฑ์และจริยธรรมการส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ใน วารสารดุุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

หลักเกณฑ์

1. บทความจะต้องมีรูปแบบตามหลักเกณฑ์การเขียนบทความวิชาการ บทความวิจัย และ บทความหนังสือตามหลักเกณฑ์ของวารสารดุุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
2. บทความที่ผ่านการคัดกรองจากกองบรรณาธิการแล้ว จะถูกส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ จำนวน 2 คน โดยไม่เปิดเผยชื่อ เพื่อพิจารณาต่อไป
3. บทความที่ไม่ผ่านการคัดกรองจากกองบรรณาธิการ ผู้เขียนจะได้รับหนังสือแจ้ง พร้อมคำชี้แจง เป็นลายลักษณ์อักษร และถอนบทความออกจากระบบ
4. บทความวิชาการ บทความวิจัย และบทความหนังสือในวารสารดุุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ เป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียน
5. กองบรรณาธิการไม่มีส่วนได้เสียในการพิจารณาบทความ เพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

จริยธรรม

เจ้าของบทความจะต้องมีจริยธรรมในการส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารดุุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

1. ผู้เขียนบทความจะต้องไม่ส่งบทความที่เคยตีพิมพ์แล้ว หรือส่งบทความซ้ำกับวารสารอื่น
2. บทความที่เขียนจะต้องไม่มีลักษณะเป็นการคัดลอกผลงานของตนเองหรือบุคคลอื่น
3. เนื้อหาของบทความจะต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและตรวจสอบได้
4. กรณีการวิจัยในมนุษย์จะต้องผ่านการอบรมจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และนำหลักฐานมาแสดง

หลักเกณฑ์การเขียนบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์ใน วารสารดุष्ฎิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

วารสารดุष्ฎิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มีนโยบายจัดพิมพ์ปีละ 3 ฉบับ (ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน, ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม และฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริม เผยแพร่ ผลงานวิจัยและผลงานวิชาการด้านสังคมศาสตร์

ข้อกำหนดในการส่งบทความ

บทความจัดทำขึ้นโดยใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น บทความที่นำมาลงในวารสาร ต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างตีพิมพ์ ในหนังสือหรือวารสารใดมาก่อน กระบวนการคัดเลือกบทความโดยใช้วิธีการประเมินแบบ Double - Blinded Review บทความจะถูกส่งไปยังนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้นๆ เพื่อเป็นผู้อ่านประเมินบทความ (Peer Review)

แนวทางการเขียนบทความวิชาการ ประกอบด้วย

- มีประเด็นหรือแนวคิดที่ชัดเจน มีเนื้อหาสาระทางวิชาการที่ถูกต้อง สมบูรณ์ และทันสมัย
- วิเคราะห์ประเด็นตามหลักวิชาการ มีการสังเคราะห์ความรู้จากแหล่งต่างๆ และเสนอความรู้ หรือวิธีการที่เป็นประโยชน์
- สอดแทรกความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ หรือแสดงทัศนะทางวิชาการของผู้เขียนอย่างชัดเจน และเที่ยงตรง
- มีการค้นคว้าอ้างอิงจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ทันสมัย และครอบคลุม
- มีการนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่ายและเป็นระบบ ใช้ภาษาทางวิชาการอย่างเหมาะสม

การส่งต้นฉบับ

1. การตั้งค่านำกระดาษ ใช้แบบอักษร TH Sarabun New ขนาด 16 ทั้งบทความ พิมพ์หน้าเดียวในกระดาษขนาด A4 ตั้งขอบกระดาษทุกด้าน 1 นิ้ว (2.54 เซนติเมตร) ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้าที่มีข้อความด้านบน ความยาวของบทความ 10-15 หน้า

2. ชื่อเรื่อง (Title) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยภาษาอังกฤษให้ใช้อักษรพิมพ์ใหญ่ในตัวอักษรแรกของคำ หรือประโยค

3. ชื่อผู้เขียน (Author) ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง หน่วยงาน ที่อยู่หน่วยงานและอีเมล

4. เนื้อหา (Text) ควรใช้ภาษาที่ผู้อ่านเข้าใจง่ายและมีความชัดเจน ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

4.1 บทคัดย่อ (Abstract) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สรุปสาระสำคัญของบทความไว้อย่างครบถ้วน

4.2 คำสำคัญ (Keywords) ไม่เกิน 3-5 คำ

4.3 บทนำ (Introduction) อธิบายที่มาและความสำคัญ โดยเขียนให้สอดคล้องกับชื่อเรื่อง

4.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Concept and Theory) อธิบายแนวคิดและทฤษฎีเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

4.5 กรอบในการวิเคราะห์ (Analysis Framework) นำเสนอกรอบสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.6 ผลการวิเคราะห์ (Result) เป็นการอภิปรายผลตามกรอบในการวิเคราะห์ โดยเขียนข้อมูลให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้

4.7 บทสรุป (Conclusion) เป็นการสรุปเชิงอภิปราย และมีการนำเสนอแนวคิดของผู้เขียนด้วย

4.8 ข้อเสนอแนะ (Recommendation) เป็นข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ และข้อเสนอแนะสำหรับนำไปใช้ประโยชน์

4.9 การอ้างอิง (Reference) ใช้รูปแบบ APA Style (6th ed.)

5. การส่งบทความ ให้ส่งต้นฉบับบทความออนไลน์ (ไฟล์ Word) ไปที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/phdssj>

6. ค่าธรรมเนียมการส่งบทความ ค่าธรรมเนียมบทความละ 5,000 บาท (ห้าพันบาทถ้วน) โดยโอนเงินไปที่ ชื่อบัญชี สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่บัญชี 020036297552 ธนาคารออมสิน สาขารามคำแหง

หมายเหตุ วารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตีพิมพ์



ตัวอย่างการเขียนบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ)

ชื่อ และนามสกุล (ผู้เขียน)¹

กรณีมีผู้เขียนหลายคนให้ใส่ชื่อ และนามสกุลทุกคน²

บทคัดย่อ.....

คำสำคัญ.....

Abstract.....

Keywords.....

บทนำ.....

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....

กรอบในการวิเคราะห์.....

บทสรุป.....

ข้อเสนอแนะ.....

เอกสารอ้างอิง.....

¹ ระบุรายละเอียดต่างๆ ของผู้เขียนบทความ ประกอบด้วย ตำแหน่งปัจจุบัน หน่วยงานที่สังกัด และที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้

² ระบุรายละเอียดต่างๆ ของผู้เขียนบทความ ประกอบด้วย ตำแหน่งปัจจุบัน หน่วยงานที่สังกัด และที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้



หลักเกณฑ์การเขียนบทความวิจัย เพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุष्ฎิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

วารสารดุष्ฎิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มีนโยบายจัดพิมพ์ปีละ 3 ฉบับ (ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน, ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม และฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริม เผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานวิชาการด้านสังคมศาสตร์

ข้อกำหนดในการส่งบทความ

บทความจัดทำขึ้นโดยใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น บทความที่นำมาลงในวารสารต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างตีพิมพ์ ในหนังสือหรือวารสารใดมาก่อน กระบวนการคัดเลือกบทความโดยใช้วิธีการประเมินแบบ Double - Blinded Review บทความจะถูกส่งไปยังนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้นๆ เพื่อเป็นผู้อ่านประเมินบทความ (Peer Review)

แนวทางการเขียนบทความวิชาการ ประกอบด้วย

- มีประเด็นหรือแนวคิดที่ชัดเจน มีเนื้อหาสาระทางวิชาการที่ถูกต้อง สมบูรณ์ และทันสมัย
- วิเคราะห์ประเด็นตามหลักวิชาการ มีการสังเคราะห์ความรู้จากแหล่งต่างๆ และเสนอความรู้ หรือวิธีการที่เป็นประโยชน์
- สอดแทรกความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ หรือแสดงทัศนะทางวิชาการของผู้เขียนอย่างชัดเจน และเที่ยงตรง
- มีการค้นคว้าอ้างอิงจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ทันสมัย และครอบคลุม
- มีการนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่ายและเป็นระบบ ใช้ภาษาทางวิชาการอย่างเหมาะสม

การส่งต้นฉบับ

1. การตั้งค่านำกระดาษ ใช้แบบอักษร TH Sarabun New ขนาด 16 ทั้งบทความ พิมพ์หน้าเดียวในกระดาษขนาด A4 ตั้งขอบกระดาษทุกด้าน 1 นิ้ว (2.54 เซนติเมตร) ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้าที่มีข้อความด้านบน ความยาวของบทความ 10-15 หน้า

2. ชื่อเรื่อง (Title) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยภาษาอังกฤษให้ใช้อักษรพิมพ์ใหญ่ในตัวอักษรแรกของคำ หรือประโยค

3. ชื่อผู้เขียน (Author) ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง หน่วยงาน ที่อยู่หน่วยงานและอีเมล

4. เนื้อหา (Text) ควรใช้ภาษาที่ผู้อ่านเข้าใจง่ายและมีความชัดเจน ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

4.1 บทคัดย่อ (Abstract) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สรุปสาระสำคัญของบทความไว้อย่างครบถ้วน

- 4.2 คำสำคัญ (Keywords) ไม่เกิน 3-5 คำ
- 4.3 บทนำ (Introduction) อธิบายที่มาและความสำคัญ โดยเขียนให้สอดคล้องกับชื่อเรื่อง
- 4.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Concept and Theory) อธิบายแนวคิดและทฤษฎีเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.5 กรอบในการวิเคราะห์ (Analysis Framework) นำเสนอกรอบสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.6 ผลการวิเคราะห์ (Result) เป็นการอภิปรายผลตามกรอบในการวิเคราะห์ โดยเขียนข้อมูลให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้
- 4.7 บทสรุป (Conclusion) เป็นการสรุปเชิงอภิปราย และมีการนำเสนอแนวคิดของผู้เขียนด้วย
- 4.8 ข้อเสนอแนะ (Recommendation) เป็นข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ และข้อเสนอแนะสำหรับนำไปใช้ประโยชน์
- 4.9 การอ้างอิง (Reference) ใช้รูปแบบ APA Style (6th ed.)
5. การส่งบทความ ให้ส่งต้นฉบับบทความออนไลน์ (ไฟล์ Word) ไปที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/phdssj>
6. ค่าธรรมเนียมการส่งบทความ ค่าธรรมเนียมบทความละ 5,000 บาท (ห้าพันบาทถ้วน) โดยโอนเงินไปที่ ชื่อบัญชี สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่บัญชี 020036297552 ธนาคารออมสิน สาขารามคำแหง

หมายเหตุ วารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตีพิมพ์

ตัวอย่างการเขียนบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)
ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ)

ชื่อ และนามสกุล (ผู้เขียน)¹
กรณีมีผู้เขียนหลายคนให้ใส่ชื่อ และนามสกุลทุกคน²

บทคัดย่อ.....
.....

คำสำคัญ.....
.....

Abstract.....
.....

Keywords.....
.....

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....
.....

วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....
.....

นิยามศัพท์.....
.....

ขอบเขตของการวิจัย.....
.....

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....
.....

¹ ระบุรายละเอียดต่างๆ ของผู้เขียนบทความ ประกอบด้วย ตำแหน่งปัจจุบัน หน่วยงานที่สังกัด และที่อยู่ของสังกัดและอีเมล

² ระบุรายละเอียดต่างๆ ของผู้เขียนบทความ ประกอบด้วย ตำแหน่งปัจจุบัน หน่วยงานที่สังกัด และที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....

.....

.....

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย.....

.....

สมมติฐานของการวิจัย (ถ้ามี).....

.....

ระเบียบวิธีวิจัย.....

.....

ผลการวิจัย.....

.....

การอภิปรายผล.....

.....

ข้อเสนอแนะ.....

.....

เอกสารอ้างอิง

ใช้รูปแบบ APA Style (6th ed.) มีวิธีการ ดังนี้

1. การเรียงลำดับ ให้เรียงลำดับตามตัวอักษร ตั้งแต่ A-Z

2. การเขียนอ้างอิงประเภทหนังสือ (Book)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

3. การเขียนอ้างอิงประเภทวารสาร (Journal)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้าแรกถึงหน้าสุดท้ายของบทความ.

4. การเขียนอ้างอิงประเภท วิทยานิพนธ์/วิทยานิพนธ์ (Dissertation/Thesis)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. หลักสูตรปริญญา, มหาวิทยาลัย.

5. การเขียนอ้างอิงประเภท Website

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. ค้นเมื่อ (วันที่ เดือน ปี พ.ศ.), จาก <http://www.....>

แบบเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุซงญอบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

เรียน บรรณาธิการวารสารดุซงญอบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

ข้าพเจ้า ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ชื่อ - สกุล (ภาษาไทย).....

ชื่อ - สกุล (ภาษาอังกฤษ)

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน.....

หน่วยงานที่สังกัด.....

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้.....

หมายเลขโทรศัพท์.....Email.....

มีความประสงค์ขอส่งบทความ เรื่อง :

ชื่อบทความ (ภาษาไทย).....

.....

ชื่อบทความ (ภาษาอังกฤษ).....

.....

ประเภทของบทความ ☐ บทความวิชาการ ☐ บทความวิจัย ☐ บทวิจารณ์หนังสือ

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้า ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ที่ระบุชื่อในผลงาน

บทความนี้ยังไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และจะไม่นำไปเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นอีก

นับจากวันที่ข้าพเจ้าได้ส่งผลงานต้นฉบับนี้มายังกองบรรณาธิการวารสารดุซงญอบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

พร้อมนี้ ข้าพเจ้าได้ส่งเอกสารต่างๆ ให้กองบรรณาธิการวารสารดุซงญอบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ ดังต่อไปนี้

☐ ต้นฉบับบทความออนไลน์ (ไฟล์ Word) ส่งไปที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/phdssj>

☐ สำเนาต้นฉบับ (ไฟล์ Word) ส่งไปที่ Email: phd-ru@hotmail.com

☐ แบบเสนอบทความ ส่งไปที่ Email: phd-ru@hotmail.com

ลงชื่อ.....เจ้าของบทความ

(.....)

วันที่.....เดือน.....ปี.....

กรณีบทความวิจัยของนักศึกษา ต้องผ่านการพิจารณาจากประธานที่ปรึกษาว่าถูกต้องตามหลักวิชาการเป็น

ที่เรียบร้อยแล้ว และยินดีให้ตีพิมพ์ในวารสารดุซงญอบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ได้

ลงชื่อ.....

(.....)

ประธานที่ปรึกษาดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์

วันที่.....เดือน.....ปี.....



Doctor of Philosophy in Social Sciences Association
Ramkhamhaeng University

ผู้จัดพิมพ์ สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง