



**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

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

เจ้าของ : สมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

หมายเหตุ

บทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความหนังสือในวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ เป็นความคิดเห็นของผู้เขียน มิใช่ของคณะผู้จัดทำ และมีข้อความรับผิดชอบของสมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ในกรณีการทำวิจัยในมนุษย์ ผู้วิจัยต้องผ่านการอบรมจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และนำหลักฐานมาแสดง

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วุฒิสักดิ์ ลาภเจริญทรัพย์
รองศาสตราจารย์ คิม 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 รัตน์ไพจิตร

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลักขมี งามมีศรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

นาวาอากาศเอก ดร.อัมพร เพ็ชรราช

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

วิทยาลัยการทัพอากาศ กรมยุทธศึกษาทหารอากาศ

กองทัพอากาศไทย

ดร.จำเนียร ชุมทโสภาค

อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

ดร.รุจิกาญจน์ สานนท์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ดร.สิทธิชัย จันทร์นันท

บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ดร.ฐานรินทร์ หาญเกียรติวงศ์

สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ดร.กัญจนรัตน์ วิทยาเกียรติเลิศ

สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นายปัญญา ศรีเพชรสุพรรณ

สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นายวรวิฑูร์ สีสานภาคักดิ์

สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สถานที่พิมพ์

สำนักพิมพ์ บัดดี้ ครีเอชั่น

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

บทบรรณาธิการ

วารสารดุุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นปีที่ 10 ทางกองบรรณาธิการไม่ได้หยุดที่จะพัฒนาให้วารสารเล่มนี้ก้าวหน้าขึ้นไปอีก ในฉบับนี้ได้เพิ่มเติมการอ้างอิงทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษด้านล่างของ บทคัดย่อ (Abstract) ของหน้าแรกของแต่ละบทความเพื่อความสะดวกในการนำไปอ้างอิงงานวิจัย หรือในการเขียนบทความในอนาคต อีกทั้งในการอ้างอิงท้ายเล่มได้เพิ่มการอ้างอิงเป็นภาษาไทยไว้หากต้องการดูจากต้นฉบับเดิมก่อนแปลมาเป็นภาษาอังกฤษและการอ้างอิงภาษาอังกฤษท้ายบทความทางวารสารฯ จัดทำตามมาตรฐานของPublication Manual of APA, 7th Edition ซึ่งมีการใช้ในปี 2020 เป็นปีแรก ทางกองบรรณาธิการเริ่มใช้การอ้างอิงระบบใหม่ในเล่มนี้เป็นฉบับแรกเช่นกัน เป็นความทันสมัยของวารสารที่ก้าวหน้าไปอีกระดับหนึ่ง

ต้นปีที่ผ่านมา วารสารดุุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ ได้ถูกจัดอันดับจากศูนย์ดัชนีอ้างอิงวารสารไทยอยู่ในฐาน 2 ซึ่งทางกองบรรณาธิการต้องทำงานหนักขึ้น เพื่อให้วารสารขึ้นไปอยู่ในฐานเดิม โดยมีเวลาในการปรับปรุงวารสารดังกล่าวอีก 1 ปี ดังนั้นหากใ้ตอบรับบทความที่ออกก่อนวันที่ 10 มกราคม 2563 ยังคงเป็นฐานหนึ่งแม้การตีพิมพ์ล่วงเลยมาก็ยังถือว่าบทความของท่านอยู่ในฐานเดิม และเราจะกลับมาให้เร็วที่สุด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด

บรรณาธิการวารสารดุุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สารบัญ

บทความวิชาการ

การสังเคราะห์การวิจัยด้านการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจ ของผู้ประกอบการยุคใหม่เพื่อผลการดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จ ในบริบทประเทศไทย 4.0	1
<i>วิลัย พึ่งผล, วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์</i>	

บทความวิจัย

กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดเพื่อรองรับการตลาด 4.0 ขนมหไทย จังหวัดนนทบุรี	15
<i>เจณิภา คงอ้อม, บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร์, สุรพงษ์ วัชรจิตต์, อมรา รัตตากร</i>	

งานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์.....	30
<i>ตะวัน เดชภักดิ์นวมงคล, สุมาลี วงษ์วิฑิต, ธรรมบุญ พิทยาภรณ์, สุชาติ ธรรมาพิทักษ์กุล</i>	

รูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร	43
<i>ชนมณี ศิลาณกิจ, อำนวย ทองโปร่ง, รังสรรค์ มณีเล็ก, สุวัฒน์ วิวัฒนานนท์</i>	

ปัญหาความเป็นมาตรฐานกลางของพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 : ศึกษากรณี ข้อยกเว้นขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้ง ให้เป็นไปตามที่กฎหมายเฉพาะกำหนด	59
<i>สิทธิเดช ประภาษานนท์, เอกพงษ์ สารน้อย</i>	

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน ขยายโอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	70
<i>สุชาติ หงษ์ขาว, สมคิด สร้อยน้ำ, ภูมิ พระรักษา</i>	

การประยุกต์หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในการบริหารงาน ของกระทรวงการต่างประเทศ: วิเคราะห์กรณีการให้บริการหนังสือเดินทาง.....	87
<i>ณัฐกานต์ สำราญจิตต์, อำนวย บุญรัตน์ไมตรี, ทศวน ชูเพ็ญ, รัชฎา จิวาลัย</i>	

วิเคราะห์โครงสร้างภาษีอากรที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ของประเทศไทย	104
<i>เบญจวรรณรี โชติช่วงนรินทร์</i>	

ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงาน ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย.....	118
<i>พิชา วิสิทธิ์พานิช, วรพงษ์ จันยังยืน</i>	

ผลกระทบของปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้ต่อความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชัน ความจริงเสริมเพื่อสนับสนุนการนำเสนอข้อมูลในการส่งเสริมการค้าขาย ทรัพย์สินรอกการขายของสถาบันการเงินในประเทศไทย	133
<i>พูนศักดิ์ พูลเมืองรัตน์, ประยงค์ มีใจซื่อ, ศุภสิทธิ์ จารุพัฒน์หิรัญ, นรพล จินันท์เดช</i>	

สารบัญ

พฤติกรรมการใช้ คุณภาพ และการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาพรีดีกรี (Pre-degree)	
มหาวิทยาลัยตลาดวิชา.....	150
ไพบุลย์ แสงสุข, ยศระวี วายทองคำ, วีระ ไทยพานิช	
มาตรการทางกฎหมายในการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวช	164
สิริศิษฐ์ ชูรอด, กิจบดี ก้องเบญจภูษ, พศวีจณ์ กนกนาก, สุเมธ รอยกุลเจริญ	
การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพ ของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา	179
สุวัฒน์ วิวัฒน์านนท์, ปัญญา ศิริโชติ	
การสร้างแบรนด์รีโซแนนซ์โดยอาศัยคุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้า และการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนในบริบทของผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่: บริษัท เอปซี จำกัด.....	197
ดลยา จาตุรงค์กุล, ระพีพรรณ พิริยะกุล, จุฑา เทียนไทย	
ปัจจัยหลักและปัจจัยตั้งในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือ ของประเทศไทย	211
ศรินธร ไชยรัตน์, สร้อยบุบผา สาสตรมุล, สุทธิพงษ์ สุวรรณสาธิต	
โมเดลเชิงสาเหตุความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ	225
ศรินทร์ ชันติวัฒน์ะกุล, อมรา รัตตากร, ณัฏษ์ กุลิสร์	
ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาด อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ในประเทศไทย.....	243
อธิรัฐ รัตนเศรษฐ, บุรพร กำบุญ	
ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปา ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	255
ชนิกานต์ ตริวิทย์, ประยงค์ มีใจชื่อ, มนตรี พิริยะกุล, ทรรคนะ บุญขวัญ	
รูปแบบผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ในประเทศไทย.....	268
ภัทราพร ดีกษา, วรพงษ์ จันยั้งยืน	
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการบริหาร ทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย.....	282
ระเด่น แทนประชา, พงษ์เทพ ศรีโสภากิจ, ณัฏชา กริมใจ, ชนิดาภา ตีสุxonันต์	



การสังเคราะห์การวิจัยด้านการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการยุคใหม่เพื่อผลการดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จในบริบทประเทศไทย 4.0

วิไล พึ่งผล¹ วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์²

บทคัดย่อ

บทความการสังเคราะห์การวิจัยในการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปสู่การพัฒนามิติของสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลสำเร็จของการดำเนินธุรกิจสำเร็จดังที่ผู้ประกอบการคาดหวังไว้ โดยยึด 4 ทฤษฎีหลัก คือ 1) ทฤษฎีการลงมือปฏิบัติของ Argyris 2) ทฤษฎีรูปแบบการเรียนรู้ของ Kolb 3) ทฤษฎีการพัฒนาสมรรถนะของ McClelland และ 4) ทฤษฎีการจัดการเชิงสถานการณ์ของ Fieldler

บทความนี้นำเสนอการสังเคราะห์กรอบแนวคิดทางการวิจัยที่บูรณาการเป็นตัวแปรอิสระของการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการยุคใหม่ มีกระบวนการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเกิดขึ้นจากการพัฒนา 2 มิติ คือ มิติความรู้สึทางอารมณ์ และ มิติแนวคิดทางปัญญารู้คิด สุดท้ายบทความนี้ได้นำเสนอประโยชน์ทางด้านทฤษฎีและด้านนโยบายและการจัดการ รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ เพื่อต่อยอดงานวิจัยเชิงประจักษ์เป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: สมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจ; ผู้ประกอบการ; แนวคิดทางปัญญารู้คิด; ความรู้สึทางอารมณ์; ผลการดำเนินธุรกิจ

ประเภทบทความ: บทความวิชาการ

การอ้างอิง:

วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์. (2563). การสังเคราะห์การวิจัยด้านการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการยุคใหม่เพื่อผลการดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จในบริบทประเทศไทย 4.0, *วารสารดุุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 1-14.

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

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76120

Synthesis of Researches on Building Business Cognitive Ability of New Generation Entrepreneurs for the Success of Business Performance in Thailand 4.0 Context

Wilai Phungphola¹ Viroj Jadesadalugb²

Abstract

This research aims at development of the dimension of business cognitive ability of new entrepreneurs that affects the successful business performance as expected by entrepreneurs based on 4 key theories: 1) Argyris's action theory, 2) Kolb learning model theory, 3) McClelland performance development theory and 4) Situational Management theory of Fielder

This paper presents a synthesis of research frameworks that integrate as independent variables in building business cognitive ability of new entrepreneurs. There is a process of cognitive ability arising from the development of two dimensions: the emotional dimensions and the cognitive dimensions. Finally, this article also proposes the theoretical benefits and management policy including various limitations to further the empirical research and be beneficial to the academic community in the future.

Keywords: Business Cognitive Ability; Entrepreneurs; Cognitive dimensions; Emotional Dimensions; Business Performance

Type of Article: Academic Article

Cite this article as:

Phungphola, W., & Jadesadalugb, V. (2020). Synthesis of researches on building business cognitive ability of new generation entrepreneurs for the success of business performance in Thailand 4.0 Context. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 1-14.

¹ School of Entrepreneurship and Management, Bangkok University,
119 Rama 4 Rd. Phra Khanong, Klongtoey Bangkok 10110, Thailand
Email: wilaiploy@gmail.com

² Faculty of Management Science, Silpakorn University, Petchaburi 76120

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระทรวงดิจิทัลมีนโยบายมุ่งเน้นการสร้างผู้ประกอบการยุคใหม่รองรับการปฏิรูปตามยุทธศาสตร์ที่ 6 ของประเทศไทย 4.0 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันภาคพาณิชย์กรรมและภาคบริการสู่สากล ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศไทยจากรายได้ปานกลางสู่รายได้สูงภายใน พ.ศ. 2579 (Digital Economy Academy, 2019) จึงจัดทำแผนสนับสนุนการสร้างผู้ประกอบการยุคใหม่ตั้งแต่ พ.ศ. 2561 เป็นต้นไป เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเชิงปฏิบัติการให้สามารถสร้างรายได้มากที่สุด อย่างไรก็ตามผลวิจัยจำนวนมากพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ที่มุ่งเน้นการสร้างบุคลากรให้สามารถสร้างรายได้มากกว่าการสร้างและพัฒนาตนเองและยังพบเพิ่มเติมว่า ผลงานวิจัยส่วนมากมีได้กล่าวถึงความจำเป็นของการฝึกทักษะการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจควบคู่กับการสร้างรายได้หรือลดต้นทุนเพื่อช่วยให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จอย่างแท้จริงที่สามารถกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นความสำคัญด้านการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจเพื่อรับมือกับวิกฤตต่างๆ อย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงมือปฏิบัติจริง ซึ่งการสร้างสมรรถนะทางปัญญาจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาอย่างน้อย 3 เดือน ถึง 1 ปี จึงจะสามารถนำไปปฏิบัติงานได้จริงเสมือนติดอาวุธทางปัญญาของผู้ประกอบการยุคใหม่ที่จะเอาชนะปัญหาอุปสรรคอย่างรอบคอบทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จอย่างแท้จริง (Shepherd & Patzelt, 2017) และรองรับการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมด้านปัญญาประดิษฐ์ในอีก 3-5 ปีข้างหน้า ที่ผู้ประกอบการจะต้องใช้สมรรถนะทางปัญญาเชิงรุกมากยิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองลูกค้าด้านการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อให้ผลิตสินค้า/บริการที่รวดเร็วควบคู่กับมาตรฐานของสินค้าและการบริการ (Smilansky, 2017)

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

สมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการยุคใหม่คือ การสร้างผู้ประกอบการยุคใหม่ให้มีทักษะการรับรู้ความสามารถทางปัญญาเชิงธุรกิจ ค้นหาแนวทางพัฒนาตนเองจนสามารถใช้ความรู้ที่นั่นด้วยปัญญาเชิงธุรกิจที่รอบคอบเพื่อตัดสินใจลงมือปฏิบัติอย่างมุ่งมั่นแรงกล้าและใช้ศักยภาพทางสังคมเป็นตัวแปรสาเหตุส่งผลให้การสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการที่ฝึกฝนมาอย่างดีสามารถคิดและใช้กระบวนการจัดระบบจากภายในสมองพิจารณาแต่ละเหตุการณ์เพื่อทำให้เกิดความสำเร็จทางธุรกิจ (Phungphol, 2018)

หลักการสังเคราะห์วรรณกรรม เริ่มต้นจากบูรณาการการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการยุคใหม่นำไปสู่การเขียนกรอบในการวิเคราะห์

ทฤษฎีพื้นฐานที่เป็นแนวทางหลักของการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจ

การประกอบธุรกิจไม่สามารถดำเนินได้ตามโชคชะตาและปฏิบัติต่อๆ กันจากประสบการณ์ของครอบครัวหรือการลองผิดลองถูก โดยเฉพาะในยุคการแข่งขันยุคประเทศไทย 4.0 ที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอย่างรุนแรงและมีค่าใช้จ่ายสูงมากเพื่อสร้างธุรกิจให้เติบโตและก้าวสู่ความเป็นผู้นำด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ผู้นำด้านนวัตกรรม ผู้นำด้านราคา ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ผู้นำด้านการตลาดสร้างสรรค์ ผู้นำด้านทำประโยชน์และคุณค่าต่อสังคม เป็นต้น หากผู้ประกอบการยุคใหม่มีสมรรถนะทางปัญญาที่ลุ่มลึกจึงจะสามารถทำให้ผู้ประกอบการนั้นมีมีมนต์ศน์ที่มีเหตุผลด้วยการใช้ปัญญาพิจารณาอย่างรอบคอบที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการมีสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจที่รอบคอบด้านเทคโนโลยีคู่ขนานกับการสร้างรายได้ จะทำให้ผู้ประกอบการนั้นดำเนิน

ธุรกิจประสบผลสำเร็จและสามารถรักษาธุรกิจไว้ได้อย่างแท้จริง บทความนี้ให้ความสำคัญกับการใช้ 4 ทฤษฎีหลักเพื่อเป็นแนวทางสร้างสมรรถนะทางปัญญาสู่การพัฒนากรอบแนวคิด ได้แก่ 1) ทฤษฎีการลงมือปฏิบัติ (Argyris's action theory) ของ Argyris (1977) โดยผลการวิจัยได้ยืนยันทฤษฎีแนวคิดการลงมือปฏิบัติว่าเป็นการสร้างผู้ประกอบการให้รู้จักใช้ปัญญาในการคิดก่อนการลงมือปฏิบัติ โดยสามารถนำไปประยุกต์มุ่งเน้นการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการยุคใหม่จากแนวคิดทฤษฎีสู่การลงมือปฏิบัติในแนวทางการทำธุรกิจ โดยมีขั้นตอนดังนี้ (1) ค้นพบให้ได้ว่าเหตุใดสิ่งนั้นจึงเกิดขึ้นกับธุรกิจของตน (2) อะไรคือสิ่งที่ปฏิบัติ (3) สิ่งใดที่เป็นประสบการณ์ (4) มุมมองแนวคิดทางปัญญาเพื่อลงมือปฏิบัติตามข้อเท็จจริงนั้นและประเมินตนเองซึ่งเป็นความรู้สึกที่ได้รับจากประสบการณ์จริงที่ได้ลงมือปฏิบัติและบรรลุตามเป้าหมายเป็นบทเรียนสำหรับการทำธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ที่เริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ Argyris (1977) กล่าวถึงการคิดก่อนลงมือปฏิบัติจึงจะได้ผลลัพธ์ตามที่กำหนดไว้ และได้กล่าวถึง Single Loop and Doble Loops อธิบายถึง วงจรเดี่ยว (single loop) สามารถประยุกต์ใช้ในธุรกิจใหม่เป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการยุคใหม่เริ่มตั้งแต่ตั้งสมมติฐานทางธุรกิจ - วางแผนธุรกิจ - ลงมือปฏิบัติตามแผน - ตรวจสอบและประเมินผล - ปรับปรุง กรณีผิดพลาดที่ปรับปรุงได้ให้กลับไปพิจารณาการวางแผนธุรกิจก่อนจะลงมือปฏิบัติใหม่อีกครั้ง หากเกิดความผิดพลาดร้ายแรงกระทบกับธุรกิจ จะใช้วงจรคู่ (doble loops) คือ ให้กลับไปตั้งต้นที่สมมติฐาน ดังนั้น ทฤษฎีนี้สามารถประยุกต์ใช้กับการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการยุคใหม่ทางด้านการกำกับตนเองให้มุ่งมั่นรับผิดชอบการลงมือปฏิบัติแต่ละครั้งสู่ความสำเร็จแท้จริงเริ่มจากการสร้างวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจระยะสั้น 1-3 ปี และระยะยาว 5-10 ปี

ต่อมาสร้างแนวคิดกระบวนการทำธุรกิจ แนวทางลงมือปฏิบัติ และปฏิบัติตามวิถีเป้าหมายความเป็นผู้นำในธุรกิจนั้นอย่างละเอียดรอบคอบและใช้สติปัญญาทุกครั้ง (Nassif, Ghobril & Silva, 2010) จากการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า หากเกิดวิกฤติต่างๆ องค์การส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นมุมมองด้านรายได้ที่เป็นตัวเงินเพียงด้านเดียวและจะเร่งสร้างรายได้ให้กลับคืนมาโดยเร็วที่สุด เช่น มีแนวทางหรือวิธีการลดขาดทุนหรือไม่ ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้คิดถึงการตั้งสมมติฐาน วางแผน แต่จะมุ่งไปที่การลงมือปฏิบัติแนวทางเดียว เพื่อสร้างรายได้เท่านั้น หรือมีแนวคิดเพื่อการปรับโครงสร้างองค์การสำหรับการลดต้นทุน ลดบุคลากร ผู้ประกอบการบางรายจะมุ่งไปที่การคิดค้นและผลิตสินค้าใหม่ๆ เพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่งขั้นในการทำรายได้ด้านตัวเงินให้ได้มากที่สุด แต่ไม่ได้ใช้แนวคิดเชิงปัญญาตอบสนองความต้องการที่แท้จริงแก่ผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ผู้บริโภคและชุมชนรอบข้าง การสร้างแนวคิดเชิงปัญญาทางธุรกิจจะช่วยสร้างมุมมองความคิดรอบด้านและมีสายตาวางกว้างที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จได้ และ 2) ทฤษฎีรูปแบบการเรียนรู้ (learning styles theory) ของ Kolb (1984) ที่มุ่งเน้นการสร้างแนวทางการพัฒนารูปแบบการเรียนรู้จากแนวคิดทฤษฎีสู่ทักษะการตัดสินใจอย่างเป็นรูปธรรม คือ มีแนวคิดที่ดี - นำสู่การประยุกต์ได้ - ลงมือปฏิบัติเกิดผลดี - ส่งผลสะท้อนสู่ความสำเร็จ ผู้ประกอบการจะต้องสร้างการยอมรับในปัญหาอุปสรรคที่พบ การเปิดใจ การสนับสนุนและกล้าเผชิญหน้า การรับมือกับการตื่นตระหนกหรือวิตกกังวลใจของผู้มีส่วนได้เสีย การเอาชนะความกลัว การเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีความสำคัญสอดคล้องกับสมรรถนะทางปัญญาในการบริหารจัดการองค์การ และ 3) ทฤษฎีสมรรถนะ (competency theory) ของ McClelland (1973) ที่ให้ความสำคัญกับสมรรถนะที่เป็นจุดแข็งของผู้ประกอบการว่า เป็นสิ่งจำเป็นที่มนุษย์สามารถพัฒนาได้ด้วยตนเอง จูงใจตนเอง ซึ่งเป็น

จุดแข็งของแต่ละบุคคลที่จะนำความรู้และประสบการณ์
ประยุกต์ใช้งานเกิดเป็นทักษะและความสามารถในการ
ประพฤตินั้นและปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบจนประสบผล
สำเร็จจากการนำจุดแข็งของตนเองมาใช้อย่างโดดเด่น
และสมรรถนะที่เป็นจุดแข็งของผู้ประกอบการมีความ
สำคัญต่อบทบาททางสังคมที่จะแสดงออกทางด้าน
บุคลิกภาพสู่การยอมรับของสังคม ดังนั้นผู้ประกอบการ
ยุคใหม่สามารถใช้สมรรถนะของตนเองวางแผน
และลงมือปฏิบัติด้วยปัญญาเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ
ตามเป้าหมาย โดยกำหนดเป็นสมรรถนะหลัก (core
competency) ขององค์การที่ชัดเจน และใช้จุดแข็ง
ของตนและทีมลงมือปฏิบัติอย่างละเอียดรอบคอบ
เพื่อให้สมรรถนะหลักนั้นสำเร็จตามที่มุ่งหวังผู้ประ
กอบการยุคใหม่จะต้องรู้จักสมรรถนะของตัวเองและลงมือ
ปฏิบัติตามคุณลักษณะที่เป็นจุดแข็งของตนเองเพื่อใช้
ประโยชน์ต่อตนเองและองค์การ (Perkins & Unger,
1999) Webber and Klimoski (2004) กล่าวถึง
ผลงานวิจัยจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการยุค
ใหม่สามารถเผชิญหน้ากับอุปสรรคได้ หากผู้ประ
กอบการยุคใหม่นั้นมีสมรรถนะทางปัญญาด้านความรู้และ
ใช้สติปัญญาแหลมคม ความนึกคิดทางปัญญาเป็นความ
เชื่อส่วนตัวที่เชื่อถือได้ว่าเป็นสมรรถนะที่มีความสำคัญ
ต่อพฤติกรรมลงมือปฏิบัติ โดยผ่านการพัฒนารูปแบบ
การเรียนรู้สู่ทักษะการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่จะ
ต้องศึกษาให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ เพื่อพัฒนาสมรรถนะ
ที่เป็นจุดแข็งของตนให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นทฤษฎีการลงมือปฏิบัติของ Argyris (1977)
ที่มุ่งเน้นการลงมือปฏิบัติอย่างรอบคอบและทฤษฎีรูปแบบ
การเรียนรู้ของ Kolb (1984) ที่มุ่งเน้นการพัฒนา
รูปแบบการเรียนรู้แนวคิดที่ดีสู่การประยุกต์ใช้และ
ลงมือปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จ และทฤษฎีการพัฒนา
สมรรถนะของ McClelland (1973) ที่มุ่งเน้นการค้นพบ
และพัฒนาสมรรถนะที่เป็นจุดแข็งของตนเองนำมาใช้
ผลักดันธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับ Bennis

(1987) ได้กล่าวถึง สามทฤษฎีสามารถส่งเสริมร่วมกัน
เพื่อสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการ
ยุคใหม่ได้อย่างครบถ้วน ทฤษฎีเสริมสุดท้าย คือ
ทฤษฎีการบริหารจัดการเชิงสถานการณ์ของ Fieldler
(1967) ที่มุ่งเน้นความสามารถในการบริหารจัดการ
องค์การสอดคล้องตามสถานการณ์ปัจจุบันทั้งด้าน
เศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งที่ทราบ
และมีอาจทราบล่วงหน้าเพื่อให้รอดพ้นจากวิกฤติได้
ด้วยความยืดหยุ่นโดยใช้สมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจ
ของผู้ประกอบการถ่ายทอดประสบการณ์และพัฒนา
ตนเองและทีมงานให้สามารถปรับตัวตามสถานการณ์
และทำงานรองรับกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น จึง
ควรใช้สมรรถนะทางปัญญาด้านการบริหารจัดการ
เชิงสถานการณ์เสริมเพิ่มเติมเพื่อกำหนดเป้าหมาย
ที่มีมาตรฐานให้พนักงานทุกคนในองค์การฝึกทักษะ
การสร้างความคิดด้วยปัญญาเชิงธุรกิจให้รอบคอบ
ก่อนลงมือปฏิบัติจริงจังจึงจะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ในทุก
สภาวะการณ์ มิใช่เมื่อกลับสู่เหตุการณ์ปกติการดำเนิน
ธุรกิจจะกระทำแบบเดิมอีก (Welch, J., & Welch,
S, 2005) Avolio (2007) ได้รวบรวมผลงานวิจัยการ
ปรับตัวตามสถานการณ์ของผู้ประกอบการที่ประสบ
ผลสำเร็จท่ามกลางวิกฤติต่างๆ ด้วยการสร้างสมรรถนะ
ทางปัญญาเชิงธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้อง
ฝึกฝนทักษะการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจ
จนเชี่ยวชาญจะช่วยให้การตัดสินใจแม่นยำมากขึ้น
เมื่อต้องประกอบธุรกิจใหม่ๆ ที่มีความเสี่ยงโดยเฉพาะ
สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงสูงและมีการแข่งขัน
รุนแรงในบริบทประเทศไทย 4.0 ผู้ประกอบการที่มี
สมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจที่ดีจะสามารถยืดหยุ่น
และปรับตัวได้ทันเวลาส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจ
ประสบผลสำเร็จ โดยใช้สมรรถนะทางปัญญาในการ
บริหารจัดการองค์การเพื่อรับมือกับสถานการณ์วิกฤติ
เศรษฐกิจ การเมือง สังคม หรือภัยพิบัติธรรมชาติทั้งที่
ทราบและมีอาจทราบล่วงหน้าหากผู้ประกอบการยุค

ใหม่ที่มีสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจที่ดีจะมีศักยภาพทางสังคมสามารถปรับตัวเข้ากับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้อย่างดี เช่น ภาครัฐ ผู้ผลิตภายนอก ธนาคาร ลูกค้า เพื่อให้คนเหล่านั้นช่วยเหลือผู้ประกอบการในช่วงที่เผชิญกับเหตุการณ์วิกฤติต่างๆ

สรุป การยึด 4 ทฤษฎีหลักโดยนำประเด็นหลักสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยบูรณาการเป็นตัวแปรหลักและออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัยสู่การทดสอบเชิงประจักษ์ต่อไป

บูรณาการสร้างตัวแปรหลักสู่การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อทดสอบเชิงประจักษ์

จากทฤษฎีพื้นฐานทั้ง 4 ทฤษฎีหลักที่นำมาเป็นแนวทางบูรณาการตัวแปรการสร้างสมรรถนะทางปัญญาผู้ประกอบการยุคใหม่ และสามารถนำไปสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยสู่การทดสอบเชิงประจักษ์ในอนาคต กระบวนการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเกิดขึ้นจากการพัฒนา 2 มิติ คือ (1) มิติความรู้สึทางอารมณ์ (emotional dimensions) และ (2) มิติแนวคิดทางปัญญารู้คิด (cognitive dimensions)

มิติความรู้สึทางอารมณ์ (emotional dimensions)

เป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้การทำธุรกิจใหม่ประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวได้หากผู้ประกอบการได้รับการฝึกฝนทักษะที่ดีเพียงพอจะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมอารมณ์และปรับเปลี่ยนให้เป็นเชิงบวก จะส่งเสริมให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดมิติความรู้สึทางอารมณ์ ที่ Nassif, Ghobril, and Silva (2010) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของผู้ประกอบการทางด้านมิติความรู้สึทางอารมณ์ ประกอบด้วย 1) ผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้สึนึกคิดด้านความเป็นผู้นำที่มีอิทธิพลการสร้างทีมการเปลี่ยนแปลงท่ามกลาง

สถานการณ์วิกฤติและมีอารมณ์ร่วมในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาการทำงาน (Phungphol, & Pooripakdee, 2017) 2) ความสามารถการจัดการความเสี่ยง คือ กระบวนการทางด้านความรู้และความรู้สึจากภายในของผู้ประกอบการทางการป้องกันมากกว่าการรับมือกับความเสี่ยงทั้งระยะสั้นและระยะยาวอย่างสร้างสรรค์ (Okolo, Ifeoma, & Amakor, 2013) และ 3) ความเป็นอิสระในการดำเนินงาน คือ การให้อิสระแก่ทีมในการทำงานรวมทั้งให้การสนับสนุนสิ่งจำเป็นทำให้การปฏิบัติบรรลุผลสำเร็จอย่างสูงรวมทั้งการปรับทัศนคติของผู้ประกอบการที่จะทำงานอย่างอิสระปลอดจากการครอบงำของเจ้าของทุน (Magpili, & Pazos, 2018)

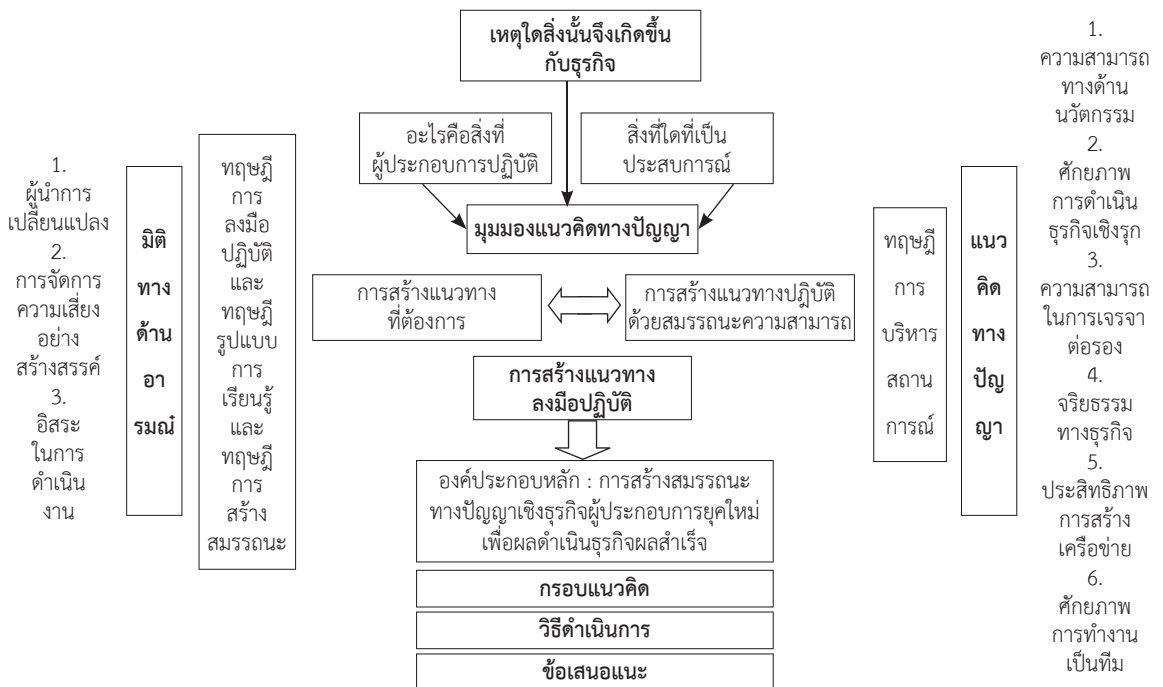
มิติแนวคิดทางปัญญารู้คิด (cognitive dimensions)

เป็นปัจจัยสำคัญเชิงเหตุและผลที่มาจากความรู้สึนึกคิดที่ผ่านความรู้และประสบการณ์ สามารถผลักดันให้ธุรกิจเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านผลประโยชน์มากขึ้นได้อย่างรวดเร็วจากการฝึกทักษะสมรรถนะทางปัญญาทำให้การทำงานใช้ระยะเวลาน้อยลง จากการใช้ปัญญาร่วมกับการสั่งสมความรู้จากประสบการณ์ มิติแนวคิดทางปัญญารู้คิดที่ Nassif, Ghobril, and Silva (2010) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของมิติแนวคิดทางปัญญา ประกอบด้วย 1) ความสามารถทางด้านนวัตกรรม คือ ความสามารถของผู้ประกอบการที่จะต้องพัฒนาให้เกิดขึ้นจนเป็นปัญญาชาญฉลาดในการคิดค้นและลงมือทำงานเป็นรูปธรรมที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าและเพื่อผลประโยชน์ที่ประสบผลสำเร็จและความอยู่รอดของธุรกิจ (Tohidi & Jabbari, 2012) 2) ศักยภาพการดำเนินธุรกิจเชิงรุก คือ ศักยภาพรวมทั้งความสามารถที่ว่องไวและรวดเร็วของผู้ประกอบการที่เป็นแบบอย่างที่ดีด้านการเป็นผู้นำในการประกอบธุรกิจที่ปลอดภัยด้วยการมีแนวคิดด้านจริยธรรมที่มีต่อผู้บริโภคและโปร่งใสตรวจสอบได้แสดงถึงอนาคตที่ดี

ของการทำธุรกิจ (Fuller, Marler, Hester, & Otond, 2015) 3) ความสามารถในการเจรจาต่อรอง คือ ทักษะความสามารถที่ผู้ประกอบการต้องใช้แนวคิดทางปัญญาและตอบสนองอย่างชาญฉลาดที่เป็นโยชน์ทั้งธุรกิจและได้รับสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกันกับผู้เจรจาต่อรองด้วย (Andersson, Cederholm & Hultman, 2010) 4) ความมีจริยธรรมทางธุรกิจ คือ การใช้ความคิดที่รอบคอบในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ทางด้านการทำธุรกิจด้วยจิตสำนึกที่ดีและมีคุณธรรมทุกครั้งที่ลงมือปฏิบัติ (Hamati-Ataya, 2017) 5) ประสิทธิภาพการสร้างเครือข่าย คือ การคิดและพิจารณาอย่างกว้างขวางเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและมีสมรรถนะทางความคิดที่ดีในการรักษา

เครือข่ายเดิมประสานร่วมกับเครือข่ายใหม่ด้วยแนวคิดที่ใช้ปัญญาผู้คิดด้านหลักความยุติธรรมกับระบบเครือข่ายทางธุรกิจ (La Rocca & Snehota, 2014) 6) ศักยภาพการทำงานเป็นทีม เป็นความสามารถที่ผู้ประกอบการต้องฝึกทักษะการสร้างทีมโดยใช้สมรรถนะทางปัญญาและบุคลิกภาพที่ดีในการประสานสามัคคีและความปรองดองก่อให้เกิดผลงานที่สูงมากขึ้นของทีมเมื่อเทียบกับการทำงานคนเดียว (Klada, 2018)

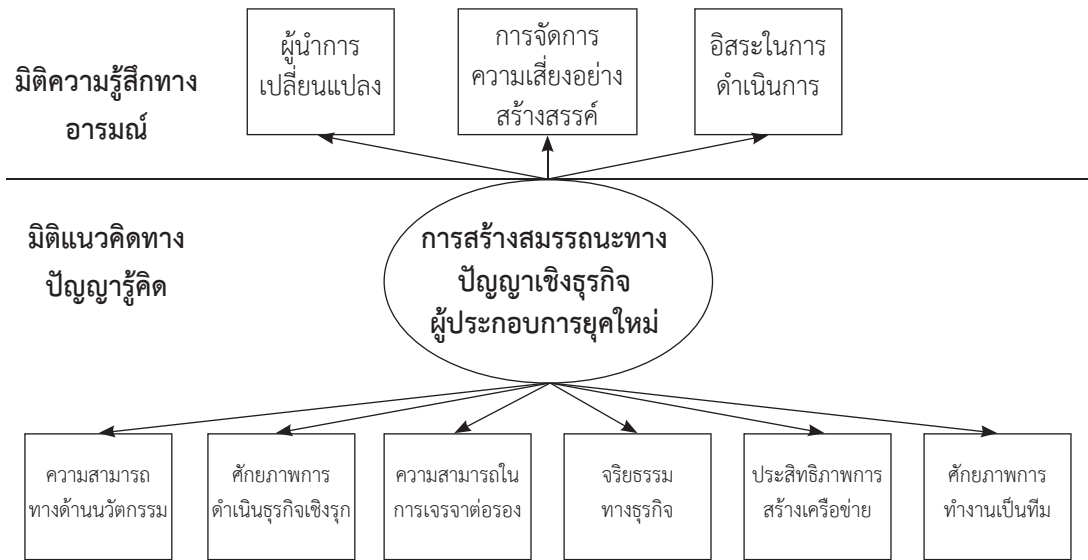
สรุปหลักการบูรณาการการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจผู้ประกอบการยุคใหม่จากทฤษฎีพื้นฐานทั้ง 4 ทฤษฎีหลักและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์

จากแนวคิดทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรม สามารถบูรณาการตัวแปรหลัก คือ การสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจผู้ประกอบการยุคใหม่ไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยสำหรับผู้สนใจในอนาคต

เพื่อให้เกิดความชัดเจนขึ้น จึงแยกให้เห็นตัวแปรบูรณาการหลักและตัวแปรสังเกตได้ ภายใต้มิติทางอารมณ์และมิติทางปัญญาอย่างชัดเจนดังภาพ 2



ภาพ 2 กรอบแนวคิดการบูรณาการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจผู้ประกอบการยุคใหม่

สมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน

สมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีการพัฒนาอย่างเหมาะสมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจและความมั่นคงของธุรกิจ (McCaulley, 1990) ขณะที่ Driessen, Van Tartwijk, Vleuten and Wass (2007) แนะนำว่า ผู้ประกอบการควรพัฒนาองค์ประกอบ 9 ด้านอย่างผสมผสานกัน ได้แก่ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงการจัดการความเสี่ยงอย่างสร้างสรรค์ อิสระในการดำเนินงานความสามารถทางด้านนวัตกรรมศักยภาพการดำเนินธุรกิจเชิงรุกจริยธรรมทางธุรกิจประสิทธิภาพการสร้างเครือข่ายและศักยภาพการทำงานแบบทีม เนื่องจากในแต่ละพฤติกรรมของผู้ประกอบการย่อมต้องใช้มิติทางอารมณ์

ที่ต้องมุ่งเน้นให้กำกับให้เป็นไปในทางบวกพร้อมกับการนำมิติทางปัญญาเชิงธุรกิจ (business cognitive dimention) จึงจะส่งผลดีต่อการทำผลการดำเนินงานที่เพิ่มมากขึ้นและสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบันได้ดีมากขึ้นภายใต้การมีสติปัญญา (intelligence) กำกับให้รู้จักคิด และถ่วงท่วงช่วยส่งเสริมให้เกิดกระบวนการทางความคิดส่งผลให้การลงมือปฏิบัติถูกต้องเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น (Piaget, 1936) ซึ่ง Hall, Covarrubias, and Kirschbaum (2017) มีความเห็นสอดคล้องกับ Piaget (1936) และเพิ่มเติมว่าการใช้สติปัญญากำกับมิติด้านอารมณ์และมิติด้านปัญญาทำให้ผู้ประกอบการปรับตัวได้ ดังนั้นทั้งสองมิติดังกล่าวจึงจำเป็นต้องพัฒนาผู้ประกอบการให้เกิดทักษะสมรรถนะทางปัญญาที่ใช่มิติร่วมกัน

ทั้งสองมิติที่พัฒนาสู่ผู้ประกอบการยุคใหม่ส่งผลให้ผู้ประกอบการนั้นมีความสามารถผลักดันให้ผลประกอบการประสบผลสำเร็จได้ในแต่ละสถานการณ์ (McLeod, 2018)

ผลการวิเคราะห์

แนวคิดด้านการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจผู้ประกอบการยุคใหม่

แนวคิดด้านการสร้างสมรรถนะทางปัญญามุ่งเน้นการทำวิจัยทางด้านจิตวิทยาเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการสร้างสมรรถนะทางปัญญามาใช้ในเชิงธุรกิจนั้น นักวิจัยหลายคนมีความเห็นว่าการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเป็นสิ่งยากลำบาก เนื่องจากเป็นเรื่องความรู้สึกนึกคิดภายในจิตใจที่จะต้องใช้ระยะเวลาอันจึงจะเห็นผล และหากมีด้านอารมณ์ที่เป็นลบเข้าร่วมด้วยจะยิ่งมีความซับซ้อนในทางปฏิบัติจึงแสดงความคิดเห็นว่าการศึกษาศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้ประกอบการที่ผ่านการฝึกทักษะการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจ และมีได้ผ่านการฝึกทักษะนี้จึงจะสามารถได้คำตอบเชิงประจักษ์ที่มีเหตุผลมากกว่า (Gudmundsson & Lechner (2013) ดังนั้น Baron and Markman (1999) จึงได้ทำวิจัยเชิงประจักษ์เปรียบเทียบกันและพบว่า กลุ่มคนที่ประสบผลสำเร็จได้จำเป็นจะต้องฝึกทักษะการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจ จึงจะสามารถรับมือกับวิกฤติต่างๆ ได้ดี มีนักทฤษฎีหลายคนโต้แย้งแนวคิดของ Baron and Markman (1999) ทั้งสองนักทฤษฎีอธิบายว่า การสร้างสมรรถนะทางปัญญาเป็นเรื่องความสามารถเฉพาะตัวที่จะต้องฝึกฝนทักษะตามแนวทฤษฎีการลงมือปฏิบัติ ทฤษฎีรูปแบบการเรียนรู้และทฤษฎีการพัฒนาสมรรถนะสามารถนำมาใช้กับผู้ประกอบการได้ซึ่งคณะผู้วิจัยมีความเห็นว่าจะต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้สมรรถนะจุดแข็งส่วนตัวจนทำให้เกิดความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้นเมื่อต้องเผชิญหน้ากับสถานการณ์ต่างๆ การสร้าง

สมรรถนะทางปัญญาควรใช้ร่วมกับทฤษฎีการบริหารจัดการเชิงสถานการณ์เพิ่มเติมด้วยจึงจะทำให้เกิดผลดีต่อธุรกิจใหม่ๆ ที่มีความเสี่ยงมากที่สุด

ในยุคการแข่งขันด้านเทคโนโลยีสามารถช่วยให้ธุรกิจประหยัดต้นทุนด้านการผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงการพัฒนากระบวนการผลิตให้รวดเร็วการทำงานสร้างสรรค์ของพนักงานในองค์กรจะต้องขึ้นอยู่กับผู้นำที่มีการฝึกทักษะด้านการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจที่มีมุมมองกว้างไกลใช้เทคโนโลยีตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผลิตสินค้าแปลกใหม่เป็นที่ยอมรับอย่างสูงจากลูกค้าอย่างประหยัดต้นทุนการผลิตที่รวดเร็วตรงเวลา รักษาคุณภาพและมาตรฐานไว้ได้ซึ่งเป็นสิ่งยากลำบากที่จะทำให้สำเร็จได้ดังนั้น ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดด้านสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจ จะมีความคิดที่รอบคอบก่อนลงมือปฏิบัติจริง ส่งผลต่อความสำเร็จของการผลิตสินค้าแปลกใหม่ที่มีประโยชน์ในการใช้สอยและสะดวกต่อการใช้งาน ทำให้คู่แข่งไม่สามารถตามได้ทันทั้งความคิดและการผลิตสินค้าใหม่ๆ (Wong & Tong, 2012) สิ่งที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จ คือ ผู้นำจะต้องสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจที่เป็นบวก ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการและทีมงานให้เกิดความมุ่งมั่นแรงกล้าและใช้เหตุผลในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการความเสี่ยงอย่างสร้างสรรค์ ให้อิสระทางความคิดกับพนักงานและสร้างสิ่งแวดล้อมให้เอื้อต่อการใช้ความนึกคิดให้เกิดสิ่งใหม่ๆ มุ่งมั่นทำสิ่งที่คิดนั้นเป็นจริงได้จากความเป็นนวัตกรรมและสร้างนวัตกรรมในตัวผู้ประกอบการและทีมงาน ศักยภาพดำเนินธุรกิจแบบเชิงรุก ความสามารถในการเจรจาต่อรอง จริยธรรมทางธุรกิจ ประสิทธิภาพการสร้างเครือข่าย และศักยภาพการนำทีม องค์กรประกอบดังกล่าวสามารถส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จในยุคการแข่งขันรุนแรงของประเทศไทย 4.0

บทสรุป

การสังเคราะห์แนวคิดด้านการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ เพื่อผลการดำเนินธุรกิจสำเร็จในบริบทประเทศไทย 4.0 นี้ มีแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องทางด้าน (1) ทฤษฎีการลงมือปฏิบัติมุ่งเน้นการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการยุคใหม่ให้มีความรู้และพิจารณาก่อนตัดสินใจลงมือปฏิบัติ (2) ทฤษฎีรูปแบบการเรียนรู้ของ Kolb (1984) มุ่งเน้นการสร้างแนวทางการพัฒนาการเรียนรู้จากแนวความคิดสู่ทักษะการตัดสินใจอย่างเป็นรูปธรรม (3) ทฤษฎีการพัฒนาสมรรถนะมุ่งเน้นสมรรถนะจุดแข็งแต่ละด้านของผู้ประกอบการยุคใหม่อย่างชัดเจน และ (4) ทฤษฎีการจัดการทางด้านสถานการณ์ มุ่งเน้นความสามารถในการบริหารจัดการองค์การสอดคล้องตามสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งที่ทราบและมิอาจทราบล่วงหน้า จากทั้ง 4 ทฤษฎีสามารถนำมาเป็นแนวทางบูรณาการตัวแปรหลักด้านการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจผู้ประกอบการยุคใหม่สร้างกรอบแนวคิดการวิจัยเชิงประจักษ์ มีกระบวนการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเกิดขึ้นจากการพัฒนา 2 มิติ คือ มิติความรู้สึกทางอารมณ์ (emotional dimensions) 3 ด้าน และ มิติแนวคิดทางปัญญา (cognitive dimensions) 6 ด้าน ที่ควรผสมผสานกันจะเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ผู้เขียนได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็นทางทฤษฎีและการจัดการดังนี้

ข้อเสนอแนะทางทฤษฎี

1. ประโยชน์ต่อนักวิจัยและด้านวิชาการ ด้วยการบูรณาการจากทั้ง 4 ทฤษฎี ได้แก่ 1) ทฤษฎีการลงมือปฏิบัติ (action theory) ของ Argyris (1977) ที่ให้ความ

สำคัญในการคิดอย่างมีเหตุผลมุ่งไปที่การใช้ปัญญาวิคิดก่อนตัดสินใจลงมือทำทั้งสภาพปกติและวิกฤติต่างๆ

2) ทฤษฎีรูปแบบการเรียนรู้ (learning model theory) ของ Kolb ที่ให้ความสำคัญกับรูปแบบการเรียนรู้จากทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องกำหนดให้เหมาะสมกับการพัฒนาทั้งตนเองและทีมงาน โดยใช้ร่วมกับทฤษฎีการลงมือปฏิบัติเพื่อสนับสนุนให้การตัดสินใจแม่นยำตรงและผิดพลาดน้อยที่สุด

3) ทฤษฎีการพัฒนาสมรรถนะ (competency theory) ของ McClelland (1973) ที่ให้ความสำคัญกับการค้นหาจุดเด่นเพื่อเสริมเติมเต็มให้แข็งแกร่งมากขึ้น ส่วนจุดอ่อนหรือจุดบกพร่องจะต้องใช้เวลาเพื่อปรับปรุงแต่ก็ต้องกำกับให้จุดอ่อนนั้นใช้อารมณ์เชิงลบกับทีมงานหรือสังคม จนอาจก่อให้เกิดผลเสียแก่ตนเองและธุรกิจ ซึ่งจำเป็นต้องผสมผสานกับการใช้สมรรถนะทางปัญญาวิคิดเข้าร่วมในการควบคุมด้านการใช้เหตุผลและอารมณ์เชิงบวกมากกว่าเชิงลบ โดยที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเรียนรู้สมรรถนะของตนเองเพื่อปรับให้สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการลงมือปฏิบัติและรูปแบบการเรียนรู้ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเองและธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จในยุคประเทศไทย 4.0 และ 4) ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (situational/contingency theory) ของ Fieldler ที่ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนการบริหารงานและรูปแบบการทำธุรกิจสอดคล้องตามยุคสมัย ซึ่งจำเป็นต้องบูรณาการร่วมกับทฤษฎีการลงมือปฏิบัติ ทฤษฎีรูปแบบการเรียนรู้ ทฤษฎีการพัฒนาสมรรถนะ จึงจะพบองค์ประกอบทั้ง 9 ด้าน ซึ่งนักวิจัยและนักวิชาการ สามารถนำมาบูรณาการเป็นทฤษฎีพื้นฐานเพื่อสร้างกรอบแนวคิดด้านสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจ และสร้างสรรค์ในมิติอื่นๆ เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยใหม่ๆ ของวงการวิชาการต่อไป

2. หากนักวิจัย และนักวิชาการ มุ่งเน้นการสร้างสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจเพื่อผลประกอบการที่ยั่งยืน ผู้เขียนขอเสนอให้เพิ่มทฤษฎีความยั่งยืน (Sustainability theory) ที่มุ่งเน้นการทำธุรกิจอย่างโปร่งใสและดูแลเอาใจใส่ทั้งสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยบูรณาการเป็นทฤษฎีพื้นฐานใช้ในงานวิจัยได้อย่างเป็นที่ยอมรับในวงการวิชาการ สามารถพัฒนาสมรรถนะทางปัญญาผู้คิดอย่างเกิดประสิทธิผลและต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้

ข้อเสนอแนะทางการจัดการ

เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน ดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นและพัฒนาตนเองทั้ง 9 องค์ประกอบ โดยเริ่มจากการสำรวจตนเอง ทีมงาน และองค์กรให้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อนของสมรรถนะ (Competencies) และเข้าฝึกทักษะด้านสมรรถนะทางปัญญาอย่างเหมาะสมโดยมีการกำหนด KPIs ประเมินและติดตามผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นระบบ

2. ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปั้นคนเก่งในองค์กร ให้มีสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจโดยผู้ประกอบการต้องเป็นโค้ชสอนทักษะและให้คำแนะนำแนวทางด้านสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และต่อมากจะต้องมีการพัฒนาและบริหารคนเก่งอย่างเป็นระบบ (talent management) สามารถเร่งให้ผลประกอบการบรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมาย

3. ผู้เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ควรปรับเปลี่ยนแนวทางการสนับสนุนการอบรมผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นทางด้วยการประชุมผู้เกี่ยวข้องและทำหลักสูตรการพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ด้วยสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจคู่ขนานกับหลักสูตรต่างๆ

4. ผู้เกี่ยวข้องทางด้านวิชาการควรสนับสนุนและผลักดันให้มีการทำวิจัยด้านนี้อย่างจริงจังเพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถสร้างรายได้มวลรวมเติบโตที่ระดับ 5% ต่อปี เป็นประเทศที่มีรายได้มวลรวมในระดับสูงบรรลุตามนโยบายของรัฐบาลในปี 2579 ได้อย่างมั่นใจ

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- วิไล พึ่งผล. (2561). *สมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการยุคใหม่สำหรับ SMEs ไทยเพื่อผลประกอบการธุรกิจในยุคประเทศไทย 4.0*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิไล พึ่งผล และสันติธร ภูริภักดี. (2560). *การสร้างความมุ่งมั่นเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์สู่อุตสาหกรรม 4.0 จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. งานประชุมวิชาการระดับชาติ คณะการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, ครั้งที่ 5, 2560, 591-608.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2019). *หลักสูตรผู้นำการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลรุ่นที่ 3*. ค้นจาก <https://www.smeone.info/event-detail/7456>Digital Economy Acedemy

References

- Andersson Cederholm, E., & Hultman, J. (2010). The value of intimacy–negotiating commercial relationships in lifestyle entrepreneurship. *Scandinavian journal of hospitality and tourism*, 10(1), 16-32.
- Argyris, C. (1977). Double loop learning in organizations. *Harvard business review*, 55(5), 115-125.
- Avolio, B. J. (2007). Promoting more integrative strategies for leadership theory-building. *American psychologist*, 62(1), 25-33
- Bennis, W. (1987). The Four Competencies of Leadership. *School Library Media Quarterly*, 15(4), 196-199.
- Baron, R. A., & Markman, G. D. (1999). Cognitive mechanisms: Potential differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs. In P. D. Reynolds, W. D. Bygrave, et al. (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research*. Wellesley, MA: Babson College.
- Digital Economy Acedemy. (2019). *Digital Economy Leadership Course #3*. Retrieved from <https://www.smeone.info/event-detail/7456>. [In Thai]
- Driessen, E., Van Tartwijk, J. V., Vleuten, C. V. D., & Wass, V. (2007). Portfolios in medical education: Why do they meet with mixed success? A systematic review. *Medical education*, 41(12), 1224-1233.
- Fiedler, F. E. (1967). *A theory of leadership effectiveness*. McGraw-Hill.
- Fuller, B., Marler, L.E., Hester, K., & Otondo, R. F. (2015) Leader reactions to follower proactive behaviour: Giving credit when credit is due. *Human relations*, 68(6), 879-898.

- Gudmundsson, S. V., & Lechner, C. (2013). Cognitive biases, organization, and entrepreneurial firm survival. *European Management Journal*, 31(3), 278-294.
- Hall, B. J., Covarrubias, P. O., & Kirschbaum, K. A. (2017). Among cultures: The challenge of communication: Routledge.
- Hamati-Ataya, I. (2017). The Sociology of Knowledge as Postphilosophical Epistemology: Out of IR's "Socially Constructed" Idealism. *International Studies Review*, 20(1), 3-29.
- Klada, T.V. (2018). *Unraveling Entrepreneurial Team Formation: A Qualitative Study Among Funded Ventures*. SAGE Open April-June 1-15.
- Kolb, D. A. (1984). *Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliff: Prentice-Hall.
- La Rocca & Snehota. (2014). Relating in business networks: Innovation in practices. *Industrial Marketing Management*, 43(3), 441-447.
- Magpili, N. C., & Pazos, P. (2018). Self-managing team performance: A systematic review of multilevel input factors. *Small Group Research*, 49(1), 3-33.
- McCaulley, M. H. (1990). The Myers-Briggs Type Indicator: A measure for individuals and groups. *Measurement and evaluation in counseling and development*, 22(4), 181-195.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for Competence Rather Than for "Intelligence. *American Psychologist Journal*, 28(1), 1-14.
- McLeod, R. H. (2018). Indonesia's crisis and future prospects. In *Asian contagion* (pp. 209-240) : Routledge.
- Nassif, V. M. J., Ghobril, A. N., & Silva, N. S. (2010). Understanding the Entrepreneurial Process: a Dynamic Approach. *Brazilian Administration Review*, 7(2), 213-226.
- Perkins, D., & Unger, C. (1999). Teaching and learning for understanding. In C. Reigeluth (Ed.), *Instructional-design theories and models: A new paradigm of instructional theory* 3th Ed, NJ: Erlbaum.
- Piaget, J. (1936). *The origin of intelligence in children*. International Universities Press.
- Phungphol, W. (2018). *Business Cognitive Ability of New Generation Entrepreneur for Thai SMES Towards Business Performance in Thailand 4.0*. Dissertation of Doctor of Philosophy (Management), Silpakorn University. [In Thai]
- Phungphol, W., & Pooripakdee, S. (2017). *Creating Passion in Preparedness of Automotive Industry Entrepreneurs for Industry 4.0 in Surattanee*. National Academic Conference Faculty of Management Science Silpakorn University, 5th edition, 2017, 591-608. [In Thai]
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2017). *Trailblazing in Entrepreneurship: Creating New Paths for Understanding the Field*. Switzerland: Springer International.

- Smilansky, O. (2017). Pega World 2017: Pegasystems sharpens personalization focus with AI. *CRM Magazine*, 21(8).
- Tohidi, H., & Jabbari, M. M. (2012). Innovation as a success key for organizations. *Procedia Technology*, 1(2012) 560-564.
- Okolo, N., Ifeoma, O. R., & Amakor, I. (2013). Effective Risk Management In Organizations: The Nigerian Experience. *International Journal of Computers & Technology*, 10(8), 1878-1883.
- Webber, S., & Klimoski, R. J. (2004). Client project manager engagement trust and loyalty. *Journal of Organizational Behavior*, 25(8), 997-1013.
- Welch, J., & Welch, S. (2005). *Winning, International edition*, Harper Collins.
- Wong, S. K. S., & Tong, C. (2012). The influence of market orientation on new product success. *European Journal of Innovation Management*, 15(1), 99-121.

กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดเพื่อรองรับการตลาด 4.0 ขนมหไทย จังหวัดนนทบุรี

เจณิภา คงอิม¹ บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร²
สุรพงษ์ วัชรจิตต์³ อมรา รัตตากร⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคและผู้ประกอบการเกี่ยวกับขนมหไทย และการจัดการธุรกิจเพื่อจัดทำกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดเพื่อรองรับการตลาด 4.0 ขนมหไทยเป็นการวิจัย เชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 1,175 คน และกลุ่มผู้ประกอบการขนมหไทย จำนวน 100 คน โดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise

ผลการวิจัย พบว่า (1) ทัศนคติเกี่ยวกับขนมหไทยของผู้บริโภค ด้านความรู้และความเข้าใจให้ความสำคัญด้านส่งเสริมการตลาด และทัศนคติด้านความรู้สึกให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่าย (2) ทัศนคติเกี่ยวกับขนมหไทยของผู้ประกอบการ ด้านความรู้และความเข้าใจให้ความสำคัญด้านบริการ และทัศนคติด้านความรู้สึกให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่าย (3) การจัดการธุรกิจ ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการแข่งขัน ด้านการจัดการ และด้านการผลิต (4) กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดเพื่อรองรับการตลาด 4.0 ขนมหไทย จังหวัดนนทบุรี ต้องดำเนินการ ด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด และ กลยุทธ์การบริการ ทั้งการตลาดออนไลน์ (online marketing) และการตลาดออฟไลน์ (offline marketing)

คำสำคัญ: ทัศนคติ; การจัดการธุรกิจ; กลยุทธ์การตลาด 4.0; การปรับตัวทางการตลาด; ผู้ประกอบการ
ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง

เจณิภา คงอิม, บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร, สุรพงษ์ วัชรจิตต์ และอมรา รัตตากร. (2562). กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดเพื่อรองรับการตลาด 4.0 ขนมหไทย จังหวัดนนทบุรี. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 15-29.

¹ สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

9 หมู่ 1 ถ.นครอินทร์ ต.บางขุน อ.บางกรวย จ.นนทบุรี 11130, ประเทศไทย

^{2,3} โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อีเมล: bulanchais@gmail.com.

⁴ นักวิจัยอิสระ

Market Adjustment Strategies to Support Marketing 4.0 of Thai Desserts in Nonthaburi Province

Janiipa Kungim¹ Bulanchai Smathanares²
Suraphong Wacharajit³ Amara Rattakorn⁴

Abstract

The objectives of this research were to study consumers and entrepreneurs' attitude on Thai desserts and business management to create market adjustment strategies to support marketing 4.0 of Thai desserts. The research was based on quantitative method by using questionnaires. A group of 1,175 consumers and 100 entrepreneurs were sampling. A systematic sampling were employed. Statistics used for data analysis were mean, standard deviation and stepwise multiple regression.

The results of this research revealed that : (1) Consumers' attitude toward Thai desserts in knowledge and understanding rested priority with promotion factor and the feeling attitude with factor. (2) Entrepreneurs' attitude on Thai desserts in knowledge and understanding rested priority with service factor and feeling attitude with distribution factor. (3) Business management composed of four factors, namely finance, competition, management and production. And (4) Market adjustment strategies to support marketing 4.0 of Thai desserts in Nonthaburi Province must consist of 4 strategies; product development, channel of distribution development, sales promotion, and services both online and offline marketing.

Keywords: Attitude; Business Management; Marketing Strategies 4.0; Market adjustment; Entrepreneur

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Kungim, J., Smathanares, B., Wacharajit, S., & Rattakorn, A. (2020). Market adjustment strategies to support marketing 4.0 of Thai desserts in Nonthaburi province. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 15-29.

¹ Marketing Program, Rajapruk University

9 Moo 1 Nakhon In Rd., Bang Khanun, Bang Krui, Nonthaburi 11130, Thailand

^{2,3} Master of Business Administration Program, Ramkhamhaeng University

E-mail: bulanchais@gmail.com

⁴ Independent researcher

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระแสของโลกาภิวัตน์ ทำให้เกิดการผสมผสานวัฒนธรรมการบริโภคของคนไทยอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้ชนมไทยแบบดั้งเดิมที่แสดงออกทางวัฒนธรรมวิถีการดำเนินชีวิตของท้องถิ่น ต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย แต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของชนมไทย (Nitiworakarn, 2015) ชนมไทยของจังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่ทำมาจากแป้งข้าวเจ้า และมีชนมจากข้าววังแพร่หลายมาสู่คนประชาชน เช่น ชนมกลีบลำดวน ลูกชุบ ฝอยทอง ทองหยิบ ชนมไข่ เป็นต้น การผลิตชนมไทยต้องใช้กำลังคนและเวลา เพื่อให้เกิดความประณีตและรูปร่างสวยงาม แต่ปัจจุบันทัศนคติความรู้และความเข้าใจการบริโภคชนมไทยเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่เน้นคุณค่า ทางสารอาหารหันมาบริโภคชนมหวานประเภทช็อกโกแลต ชนมเค้ก ชนมโดนัท และคุกกี้ ที่ให้ความรู้สึกถึงความทันสมัย ตกแตงน่ารับประทาน เก็บรักษาไว้นาน บรรจุภัณฑ์สวยงาม และสะดวกซื้อ (Office of The National Economic and Social Development Board, 2013) นอกจากนี้ ชนมไทยยังประสบปัญหาสำคัญ เช่น ผลผลิตเกิน มีอายุการบริโภคสั้น มีส่วนประกอบของน้ำตาลมาก ซึ่งส่งผลเสียต่อสุขภาพในระยะยาว และบรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม (The Association of Thai Agriculture and Foreign Mass Media, 2018) การเข้าถึงแหล่งเงินทุนยาก ขาดสภาพคล่องในช่วงเริ่มต้น และในช่วงกำลังจะไปได้ดี ขาดผู้ให้คำแนะนำปรึกษา ด้านการตลาดยุคใหม่ (TMB Bank Public Company Limited., 2018) ดังนั้น ผู้ประกอบการชนมไทยต้องเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการธุรกิจ ในด้านต่างๆ เช่น ด้านการผลิต ด้านการจัดการ ด้านการเงิน และด้านการแข่งขัน เพื่อรองรับ การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่การตลาด 4.0 ซึ่งเป็นการตลาดยุคดิจิทัลที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยจัดการธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค โมเดลของธุรกิจ และโมเดลการตลาด เพื่อให้เข้าถึง

ผู้บริโภคได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2017)

การศึกษากลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดเพื่อรองรับการตลาด 4.0 ชนมไทย จังหวัดนนทบุรี จะศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับชนมไทยของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ การจัดการธุรกิจ และกลยุทธ์การตลาด 4.0 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการชนมไทยนำไปปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับยุคสมัยและความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนอนุรักษ์วัฒนธรรมและสร้างค่านิยมบริโภคชนมไทยมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับชนมไทยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเกี่ยวกับชนมไทยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0
3. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจชนมไทยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0
4. จัดทำกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดเพื่อรองรับการตลาด 4.0 ชนมไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป และกลุ่มผู้ประกอบการชนมไทย จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตเนื้อหา

1. ทัศนคติเกี่ยวกับชนมไทยของผู้บริโภค และผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยความรู้และความเข้าใจ และปัจจัยความรู้สึก
2. การจัดการธุรกิจชนมไทยของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านการผลิต ด้านการเงิน และด้านการแข่งขัน

3. กลยุทธ์การตลาด 4.0 ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ

ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาพื้นที่ของจังหวัดนนทบุรี จำนวน 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง อำเภอปากเกร็ด และอำเภอไทรน้อย

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

1. ด้านวิชาการ ได้ทราบทัศนคติของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ และการจัดการธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดขนมไทยท้องถิ่นซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในธุรกิจขนมไทย

2. ด้านการปฏิบัติ ผู้ประกอบการสามารถประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาด 4.0 ช่วยเพิ่มผลประกอบการธุรกิจขนมไทย จังหวัดนนทบุรี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด 4.0 งานวิจัยนี้ ใช้แนวคิดการตลาด 4.0 ของ Kotler, Kartajaya and Setiawan (2017) และ แนวคิด กลยุทธ์การตลาดของ Kotler and Keller (2016) ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ มีนวัตกรรมที่สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจ มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนการควบคุมคุณภาพ (Rubmann, et al., 2015; The PNC Financial Services Group. (PNC), 2015)

2. กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย เชื่อมโยงเครื่องมือทางการตลาดหลายรูปแบบ (connected marketing) เพื่อเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อได้หลายช่องทาง เช่น ขายแบบ

ดั้งเดิมผ่านหน้าร้าน (offline marketing) ขายผ่านสื่อดิจิทัล (digital / online marketing) โดยใช้เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และโมบายแอปพลิเคชัน (web-site / social media / mobile application) และการขายผ่านอีคอมเมิร์ซ (e-commerce) ผ่านหน้าร้านของตัวเอง และผ่านหน้าร้านของมาร์เก็ตเพลส (market place) รวมทั้งขายผ่านตลาดในลาซาด้า ซาโลร่า และวีเลฟชอปปีง (lazada / zalora / weloveshopping) เป็นต้น (Affinity Solution, 2017)

3. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้แนวคิดการตลาด 4.0 เกี่ยวกับการซื้อสินค้าของลูกค้า “5A” ประกอบด้วย 1) การรู้จักสินค้า (aware) 2) การชื่นชอบสินค้า (appeal) 3) การถามต่อ (ask) 4) การตัดสินใจซื้อ (act) และ 5) การใช้แล้วบอกต่อ (advocate) (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2017)

4. กลยุทธ์ด้านบริการ มีการเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์เข้าด้วยกัน ทำให้คนทั้งโลกได้พูดคุยกัน (Internet of People: loP) และการใช้ระบบเซ็นเซอร์วัตถุติด อุปกรณ์ สินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ และประมวลผลทันที (Internet of Things: IoT) นอกจากนี้ ธุรกิจยังให้บริการทั้งแบบ Offline และ Online เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการโดยตรงในร้านและผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อสั่งซื้อสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2017)

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของ Schermerhorn (2005) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ด้านความรู้และความเข้าใจ (cognitive component) คือ ทัศนคติที่จะสะท้อนถึงความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และข้อมูล ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความคิดของคน หรือ สิ่งของ และข้อสรุปที่บุคคลมีต่อบุคคลหรือสิ่งของนั้นๆ (2) ด้านอารมณ์ความรู้สึก (affective component)

คือ ความรู้สึกเฉพาะอย่างซึ่งเกี่ยวข้องกับผลกระทบส่วนบุคคล ที่ได้จากสิ่งเร้าหรือสิ่งที่เกิดก่อนทำให้เกิดทัศนคตินั้นๆ และ 3) ด้านพฤติกรรม (behavioral component) คือ ความตั้งใจที่จะประพฤติในทางใดทางหนึ่ง โดยมีรากฐานมาจากความรู้สึกเฉพาะเจาะจงของบุคคลหรือทัศนคติของบุคคล

แนวคิดการจัดการธุรกิจ

งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดการจัดการธุรกิจของ Carysforth and Neild (2006) และ Lobontiu (2014) ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านดังนี้

1. **ด้านการตลาด** เป็นแนวคิดการตลาดแบบเดิม ยุค 1.0 เน้นสินค้าเป็นหลัก (Product Centric) ยุค 2.0 เน้นผู้บริโภคเป็นหลัก (Consumer Centric) ยุค 3.0 เน้นคนเป็นศูนย์กลาง (Human Centric) และการตลาด 4.0 เป็นการตลาดยุคดิจิทัล (digital marketing) ที่นำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยในธุรกิจ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและสามารถเชื่อมต่อและเข้าถึงข้อมูลทุกอย่างผ่านตัวกลางแบบดิจิทัล ทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ อย่างรวดเร็ว เช่น พฤติกรรมของผู้บริโภค โมเดลของธุรกิจ และโมเดลการตลาด (Kotler, Kartajaya & Setiawan 2017)

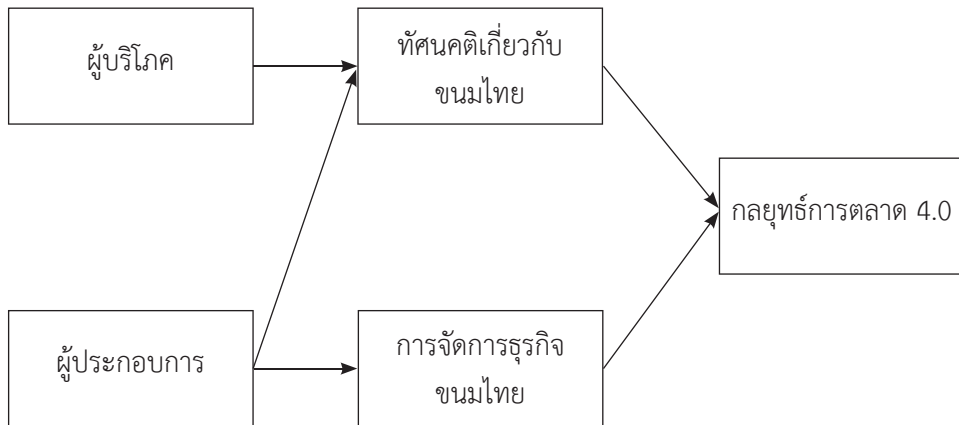
2. **ด้านการจัดการ** เป็นเครื่องมือที่ใช้บริหารธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดผลกำไร การควบคุมต้นทุน และการควบคุมคุณภาพ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การวางแผน การจัดการองค์การ การบังคับบัญชา

การประสานงานและการควบคุม (Carysforth & Neild, 2006; Lobontiu, 2014)

3. **ด้านการผลิต** เป็นกระบวนการแปรรูปวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตให้เป็นผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ซึ่ง Kagermann, Wahister and Helbig, (2013) มีแนวคิดว่า อุตสาหกรรม 4.0 เป็นการเชื่อมโยงทุกระบบงานของธุรกิจเข้าด้วยกันโดยผ่านระบบไซเบอร์-กายภาพ (Cyber-Physical Systems: CPS) ที่เรียกว่า โรงงานอัจฉริยะ (smart factory) ถ้าเป็นกระบวนการผลิต จะเรียกว่า กระบวนการผลิตอัจฉริยะ (smart manufacturing) เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

4. **ด้านการเงิน** เป็นการบริหารเงินทุนให้มีสภาพคล่องเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดหาเงินทุน การจัดสรรเงินลงทุน การจัดสรรผลกำไรเพื่อจ่ายเงินปันผลและเพื่อ การลงทุนโดยคำนึงถึงความเสี่ยงและผลตอบแทน (Carysforth & Neild, 2006; Lobontiu, 2014)

5. **ด้านการแข่งขัน** เป็นผลกระทบทางบวกและทางลบของธุรกิจ ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการสร้าง ความแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำ ด้านต้นทุน ด้านความสามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนด้านนวัตกรรม ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล และด้านการดำเนินงาน (Bordean, Ovidiu-Niculae & Borza, 2014)



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ กลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 1,218,206 คน และกลุ่มผู้ประกอบการขนมไทยในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 100 ราย กลุ่มตัวอย่างได้แก่ (1) กลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 1,175 คน จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 387 คน กลุ่มนักศึกษาของมหาวิทยาลัยภาครัฐและเอกชน จำนวน 388 คน และกลุ่มประชาชนทั่วไป จำนวน 400 คน คำนวณด้วยสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1977) และ (2) กลุ่มผู้ประกอบการ ใช้หมดทุกราย จำนวน 100 ราย จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม จำนวน 3 ชุด คือ แบบสอบถามผู้บริโภค แบบสอบถามผู้ประกอบการ และแบบประเมิน กลยุทธ์การตลาด 4.0 ลักษณะคำถาม เป็นแบบมาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

5 = เห็นด้วยมากที่สุด

4 = เห็นด้วยมาก

3 = เห็นด้วยปานกลาง

2 = เห็นด้วยน้อย

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Variability) และการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.977 กลุ่มผู้บริโภคได้รับคืนแบบสอบถามจำนวน 608 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 และกลุ่มผู้ประกอบการ ได้รับคืนแบบสอบถาม 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Step wise

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปและค่าเฉลี่ยตัวแปรของผู้บริโภค

1.1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 12 - 24 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด ด้านอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท

1.2 ทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับขนมไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03, SD = .68$) อันดับ

แรก คือ ทศนคติด้านความรู้สึก ($\bar{X} = 4.08, SD = .69$) รองลงมา คือ ทศนคติด้านความรู้และความเข้าใจ ($\bar{X} = 3.97, SD = .67$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทศนคติด้านความรู้สึก ได้แก่ รูปลักษณ์ขนมไทยมีความแตกต่าง สีกลิ่นสวยงามน่ารับประทาน รสชาติเฉพาะตัวและดึงดูดผู้บริโภค สำหรับทศนคติด้านความรู้และความเข้าใจ ได้แก่ ขนมไทยบอกถึงเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นหรือประเทศ แสดงถึงวัฒนธรรมของคนไทย มีชื่อขนม ที่เป็นสิริมงคล

1.3 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61, SD = .82$) อันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.81, SD = .80$) รองลงมา คือ ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.64, SD = .74$) ด้านการบริการ ($\bar{X} = 3.54, SD = .84$) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.43, SD = .92$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า (1) ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ขนมไทยมีรสชาติอร่อย มีสัญลักษณ์เป็นของตัวเอง และมีสีสันให้เลือกหลากหลาย (2) ด้านการจัดจำหน่าย คือ การจัดจำหน่ายในร้านค้า ตลาดนัด ตลาดสด ศูนย์การค้า และแหล่งท่องเที่ยว การจำหน่ายทั้งขายปลีกและขายส่ง และมีช่องทางการสั่งซื้อได้หลายช่องทาง (3) ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การแนะนำผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากผู้ขาย จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาล การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้คุณค่าขนมไทย การให้ทดลองชิม และให้ส่วนลดเมื่อซื้อจำนวนมาก และ (4) ด้านการบริการ คือ สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการลูกค้า มีการจัดการภายในร้านเป็นระบบง่ายต่อ การให้บริการลูกค้า พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและบริการรวดเร็ว

2. ข้อมูลทั่วไปและค่าเฉลี่ยตัวแปรของผู้ประกอบการ

2.1 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาปริญญา สถานภาพแต่งงาน รายได้ต่อเดือน

20,001 – 30,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนมไทยเอง

2.2 ผู้ประกอบการมีทศนคติเกี่ยวกับขนมไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26, SD = .63$) อันดับแรกคือ ทศนคติด้านความรู้สึก ($\bar{X} = 4.29, SD = .62$) รองลงมา คือ ทศนคติด้านความรู้และความเข้าใจ ($\bar{X} = 4.24, SD = .64$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทศนคติเกี่ยวกับขนมไทยด้านความรู้สึก คือ รูปลักษณ์ขนมไทยมีความแตกต่าง สีกลิ่นสวยงามและน่ารับประทาน มีรสเฉพาะตัวและดึงดูด ผู้บริโภค สำหรับ ทศนคติด้านความรู้และความเข้าใจ คือ ขนมไทยแสดงถึงวัฒนธรรมของคนไทย มีชื่อเป็นสิริมงคล และบอกถึงเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นหรือประเทศ

2.3 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การจัดการธุรกิจขนมไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96, SD = .56$) อันดับแรก คือ ด้านการผลิตอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.03, SD = .68$) รองลงมา คือ ด้านการตลาด ($\bar{X} = 4.05, SD = .69$) ด้านการจัดการ ($\bar{X} = 3.99, SD = .69$) ด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.83, SD = .57$) และด้านการแข่งขัน ($\bar{X} = 3.75, SD = .86$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการผลิตคือ ใช้วัสดุที่มีคุณภาพ การผลิตตามความต้องการของผู้บริโภค และการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของขนมไทย แต่ละชนิด ด้านการตลาด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ และการส่งเสริมการขายสม่ำเสมอ ด้านการจัดการ คือ การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้ชัดเจน และการวางแผน การควบคุมต้นทุน ด้านการเงิน คือ กำไรเหมาะสม การควบคุมต้นทุน และการควบคุมสต็อกวัตถุดิบ และด้านการแข่งขัน คือ การสร้างรูปแบบเฉพาะของร้าน ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นเหนือคู่แข่ง และสามารถปรับเปลี่ยนตามความต้องการของลูกค้า

2.4 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อ กลยุทธ์การตลาด 4.0 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00,$

$SD = .54$) อันดับแรกคือ ด้านการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22, SD = .76$) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.17, SD = .54$) ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.87, SD = .78$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.64, SD = .89$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการบริการ คือ การจัดการภายในร้านเป็นระบบง่ายต่อการให้บริการลูกค้า พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ขนมไทยมีรูปลักษณ์ให้เลือกหลากหลาย และมีสัญลักษณ์เป็นของตัวเอง ด้านการจัดจำหน่าย คือ มีการจำหน่ายในร้านค้า ตลาดนัด ตลาดสด และแหล่งจำหน่ายมีเพียงพอ ต่อความต้องการผู้บริโภค และด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากผู้ขาย การรับประกันเปลี่ยนแปลงขนมที่เสื่อมคุณภาพ และประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้คุณค่าขนมไทย

3. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับขนมไทยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0

พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับขนมไทย มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ทุกด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทัศนคติด้านความรู้และความเข้าใจ มีอิทธิพลสูงสุดต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าอิทธิพลสูงสุดร้อยละ 49.32 รองลงมา คือ ด้านการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ สำหรับทัศนคติด้านความรู้สึก มีอิทธิพลสูงสุดต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าอิทธิพลร้อยละ 29.84 รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ ตามลำดับ แสดงตามตาราง 1

4. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ประกอบการ เกี่ยวกับขนมไทยที่มีอิทธิพลต่อ กลยุทธ์การตลาด 4.0

พบว่า ทัศนคติด้านความรู้และความเข้าใจ มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ด้านการบริการเท่านั้น มีค่าอิทธิพลร้อยละ 41.50 สำหรับทัศนคติด้านความรู้สึกมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ทุกด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลสูงสุดร้อยละ 65.56 รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ แสดงตามตาราง 2

5. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ของผู้ประกอบการ

จำแนกรายด้าน ดังนี้ (1) การจัดการธุรกิจด้านการผลิต และด้านการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อ กลยุทธ์การตลาด 4.0 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยด้านการผลิต มีค่าอิทธิพลร้อยละ 26.71 รองลงมาคือ ด้านการแข่งขัน มีค่าอิทธิพลร้อยละ 16.27 (2) การจัดการธุรกิจด้านการแข่งขัน และด้านการผลิต มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ด้านการจัดจำหน่าย โดยด้านการแข่งขัน มีค่าอิทธิพลสูงสุดร้อยละ 45.97 รองลงมา คือ ด้านการผลิต มีค่าอิทธิพลร้อยละ 30.42 (3) การจัดการธุรกิจ ด้านการเงิน และด้านการแข่งขันมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ด้านการส่งเสริมการตลาด โดย ด้านการเงิน มีค่าอิทธิพลสูงสุดร้อยละ 62.34 รองลงมา คือ ด้านการแข่งขัน มีค่าอิทธิพลร้อยละ 23.48 และ (4) การจัดการธุรกิจด้านการจัดการ และด้านการผลิตมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ด้านการบริการ โดยด้านการจัดการ มีค่าอิทธิพลสูงที่สุดที่ร้อยละ 37.67 รองลงมา คือ ด้านการผลิต มีค่าอิทธิพลร้อยละ 33.45 แสดงตามตาราง 3

ตาราง 1

 ค่าอิทธิพลและ Adjusted R² ของทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับขนมไทยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0

กลยุทธ์การตลาด	ด้านผลิตภัณฑ์ (R ² =.2908)	ด้านการจัดจำหน่าย (R ² =.3931)	ด้านการส่งเสริมการตลาด (R ² =.3862)	ด้านการบริการ (R ² =.3757)
ค่าอิทธิพลทัศนคติ				
ขนมไทย (ร้อยละ)				
1. ความรู้และ ความเข้าใจ	41.58	34.07	49.32	43.64
2. ความรู้สึก	29.84	25.50	19.15	17.82
สมการถดถอย	P1 = 0.9393+	P2 = 1.2512+	P3 = 0.6951+	P4 = 1.0785
พหุคูณ	0.4158 *D1 + 0.2984*D2	0.3407 *D1 + 0.2505 *D2	0.4932 *D1 + 0.1915 *D2	+ 0.4364*D1 +0.1782*D2

ตาราง 2

 ค่าอิทธิพลและ Adjusted R² ของทัศนคติของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0

กลยุทธ์การตลาด	ด้านผลิตภัณฑ์ (R ² =.5224)	ด้านการจัดจำหน่าย (R ² =.2681)	ด้านการส่งเสริมการตลาด (R ² =.0624)	ด้านการบริการ (R ² =.4058)
ค่าอิทธิพลทัศนคติ				
ขนมไทย (ร้อยละ)				
1. ความรู้และ ความเข้าใจ	-	-	-	41.50
2. ความรู้สึก	50.43	65.56	38.40	43.05
สมการถดถอย	S1 = 1.3475 +	S2 = 1.0608 +	S3 = 1.9911 +	S4 = 0.4305*T2 +
พหุคูณ	0.5043*T2	0.6556*T2	0.3840*T2	0.4150*T1

ตาราง 3

ค่าอิทธิพลและ Adjusted R² ของปัจจัยการจัดการธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0

กลยุทธ์การตลาด	ด้านผลิตภัณฑ์ (R ² =.3794)	ด้านการจัดจำหน่าย (R ² =.3956)	ด้านการส่งเสริมการตลาด (R ² =.2953)	ด้านการบริการ (R ² =.3194)
ปัจจัยการจัดการ				
ธุรกิจ(ร้อยละ)				
1. ด้านการตลาด	-	-	-	-
2. ด้านการจัดการ	-	-	-	37.67
3. ด้านการผลิต	26.71	30.42	-	33.45
4. ด้านการเงิน	-	-	62.34	-
5. ด้านการแข่งขัน	16.27	45.97	23.48	-
สมการถดถอย	S1 = 1.7069 +	S2 = 0.8719 +	S3 = 0.6234*D4 +	S4 = 0.3767*D2 +
พหุคูณ	0.2671*D3 +	0.4597*D5 +	0.2348*D5	0.3345*D3
	0.1627*D5	0.3042*D3		

5. การจัดทำกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดเพื่อรองรับการตลาด 4.0 ขนมไทย จังหวัดนนทบุรี

ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์หลักที่ 1 พัฒนาผลิตภัณฑ์: นวัตกรรมสร้างสรรค์เอกลักษณ์ขนมไทยจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การสร้างความแตกต่างเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้วยวัสดุที่นำกลับมาใช้ต่อได้ การสร้างตราสินค้าที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี การจัดการผลิตด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์หลักที่ 2 พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน Connect Marketing ได้แก่ การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ การเชื่อมโยงช่องทางจำหน่ายออฟไลน์และออนไลน์เข้าด้วยกัน และ การสร้างเครือข่ายออฟไลน์ขนมไทย

กลยุทธ์หลักที่ 3 การส่งเสริมการจำหน่าย “5A” ได้แก่ การสร้างการรับรู้ (aware) การสร้างความสนใจและขึ้นชอปปสินค้า (appeal) การสอบถามข้อมูลสินค้า

(ask) การตัดสินใจใช้ซื้อและใช้บริการ (act) และการบอกต่อ (advocate)

กลยุทธ์หลักที่ 4 การบริการ ได้แก่ การบริการจัดส่งสินค้าทันใจ การเสนอสินค้าลูกค้าในร้านผ่านวิธีสแกน QR Code การชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์มือถือ (mobile payment) และการสร้างช่องทางแสดงความคิดเห็นของลูกค้า

อภิปรายผล

1. ทศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับขนมไทยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ประกอบด้วย ทศนคติด้านความรู้และความเข้าใจ และทศนคติด้านความรู้สึก โดยทศนคติด้านความรู้และความเข้าใจมีค่าอิทธิพลสูงกว่าทศนคติด้านความรู้สึก เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ทศนคติด้านความรู้และความเข้าใจที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ทุกด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ สำหรับทศนคติ

ด้านความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schermerhorn (2011) ที่กล่าวถึง ทศนคติด้านความรู้และความเข้าใจ คือ ทศนคติที่สะท้อนถึงความรู้ ความคิดเห็น และความเชื่อของผู้บริโภคต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทั้งในทางบวกหรือทางลบ ทศนคติจะแสดงออกอย่างไรขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับ ความรู้และความเข้าใจต่อสถานการณ์นั้นๆ

2. ทศนคติของผู้ประกอบการเกี่ยวกับขนมไทยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ประกอบด้วย ทศนคติด้านความรู้และความเข้าใจ และทศนคติด้านความรู้สึก โดยทศนคติ ด้านความรู้สึก มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ทุกด้าน ตามลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schermerhorn (2005) ที่ระบุว่า ทศนคติ ด้านความรู้สึก เป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่ได้จากสิ่งเร้า จนทำให้เกิดทศนคติต่างๆ เช่น รูปลักษณ์ที่สวยงาม สีสันน่ารับประทาน และรสชาติอาหาร สำหรับทศนคติ ด้านความรู้ความเข้าใจ มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ด้านการบริการเพียง ด้านเดียวเท่านั้น

3. การจัดการธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ดังนี้

3.1 การจัดการธุรกิจด้านการผลิต และด้านการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Anuar and Mohd-Yusuff (2011) เสนอว่า เกณฑ์การจัดการตามแนวปฏิบัติที่ดีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ การมุ่งเน้นที่ลูกค้า การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารทรัพยากรบุคคล กลยุทธ์การตลาดที่สามารถแข่งขันได้ และการมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมทันสมัย

3.2 การจัดการธุรกิจด้านการแข่งขัน และด้านการผลิต มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Bordean, Ovidiu-Niculae, Borza, and Anca (2014) ที่เห็นว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องสร้างความได้เปรียบการแข่งขันของธุรกิจที่เด่นชัด เช่น การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตสนับสนุนการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ การออกแบบสินค้าและบริการที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งและสามารถปรับเปลี่ยนตามความต้องการลูกค้า มีรูปแบบเฉพาะของธุรกิจ ตลอดจนการผลิตสินค้าโดยใช้วัตถุดิบที่ปลอดภัยและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

3.3 การจัดการธุรกิจด้านการเงิน และด้านการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Carysforth and Neild (2006) และ Lobontiu (2014) ที่กล่าวถึง การส่งเสริมการตลาดเพื่อรองรับการแข่งขัน ผู้ประกอบการต้องบริหารเงินทุนให้มีสภาพคล่องต่อการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง โดยการจัดการเงินทุน การจัดสรรเงินลงทุน ที่ใช้ดำเนินงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยคำนึงถึงความเสี่ยงและผลตอบแทนการลงทุน

3.4 การจัดการธุรกิจด้านการจัดการ และด้านการผลิต มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาด 4.0 ด้านการบริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, Kartajaya, and Setiawan (2017) ที่กล่าวว่า ธุรกิจต้องให้บริการทั้งแบบ Offline และ Online เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของธุรกิจ สินค้าและบริการ การส่งเสริมการตลาด การสั่งซื้อสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดของ Vassileva (2017) ที่ระบุว่า ลูกค้าต้องการใช้บริการ 2 ประเภท คือ บริการ 24 ชั่วโมงทุกวัน และประมวลผลหรือทราบคำตอบผลลัพธ์ทันที

4. กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดเพื่อรองรับการตลาด 4.0 ขนมหไทย จังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาผลิตภัณฑ์: นวัตกรรมสร้างสรรค์เอกลักษณ์ขนมหไทยจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การสร้างความแตกต่างเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้วยวัสดุที่นำกลับมาใช้ต่อได้ การสร้างตราสินค้าที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี การจัดการผลิตด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Rubmann, et al., 2015; The PNC Financial Services Group, (PNC), 2015) ที่เห็นว่า นวัตกรรมสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ที่มีความหลากหลายทั้งรูปลักษณะ สี สัน รสชาติ บรรจุภัณฑ์ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจ มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนการควบคุมคุณภาพ

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน Connect Marketing ได้แก่ การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ การเชื่อมโยงช่องทางจำหน่ายออฟไลน์และออนไลน์เข้าด้วยกัน การสร้างเครือข่ายออฟไลน์ขนมหไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Affinity Solution, 2017) ที่ระบุว่า การเชื่อมโยงเครื่องมือทางการตลาดหลายรูปแบบ (connected marketing) เพื่อมีเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อได้หลายช่องทาง เช่น ขายแบบดั้งเดิมผ่านหน้าร้าน (offline marketing) ขายผ่านสื่อดิจิทัล (digital/online marketing) โดยใช้เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และโมบายแอปพลิเคชัน (web-site/social media/mobile application) และการขายผ่านอีคอมเมิร์ซ ผ่านหน้าร้านของตัวเอง และผ่านหน้าร้านของมาร์เก็ตเพลส ที่นิยมในตลาดลาซาด้า ซาโลร์ และวีเลฟชอปป์

กลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมการขาย “5A” ได้แก่ การสร้างการรับรู้ (aware) การสร้างความสนใจ และ

ขึ้นขอบสินค้า (appeal) การสอบถามข้อมูลสินค้า (ask) การตัดสินใจใช้ซื้อและใช้บริการ (act) และการบอกต่อ (advocate) ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกับแนวคิดของ (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2017) เห็นว่า เทคโนโลยีในยุคโลกาภิวัตน์และสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค รูปแบบ การดำเนินธุรกิจ และการตลาดยุค 4 ที่มุ่งเน้นการตลาด เชื่อมต่อด้วยดิจิทัล ดังนั้น การส่งเสริมการตลาด ต้องใช้เทคโนโลยีให้เข้าถึงผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร สินค้าและบริการ ได้สะดวกรวดเร็ว และปริมาณเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์ที่ 4 การบริการ ได้แก่ การบริการจัดส่งสินค้าทันใจ การเสนอสินค้าลูกค้าในร้านผ่านวิธีสแกน QR Code การชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์มือถือ (mobile payment) และ การสร้างช่องทางแสดงความคิดเห็นของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vassileva (2017) กล่าวถึง โครงสร้างการตลาด 4.0 ประกอบด้วย 5W 1H ได้แก่ (1) Who ใครคือลูกค้า เป้าหมาย (2) What ลูกค้าต้องการอะไร ได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการบริการอัจฉริยะ (3) When ลูกค้าต้องการใช้บริการเมื่อใด ได้แก่ การบริการ 24 ชั่วโมงทุกวัน (24/7) และประมวลผลทันที (4) Where ต้องการใช้บริการที่ไหน ได้แก่ คราวน์ โมบาย (cloud mobile) และ โซเชียลมีเดีย (social media) (5) Why ทำไมมาใช้บริการได้แก่ ประสบการณ์ส่วนตัว และเปลี่ยนรูปแบบการจูงใจ และ (6) How มาใช้บริการอย่างไร โดยวิเคราะห์และเก็บข้อมูลผู้เข้าชม เว็บไซต์ และการโต้ตอบกับผู้ใช้บริการได้ทันที

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการ ควรสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการให้ตรงตามความต้องการลูกค้า มีการร่วมกลุ่มผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ประหยัดต้นทุนดำเนินการ และความ

ได้เปรียบเทียบแข่งขัน และมีการส่งเสริมการตลาดผ่านเครือข่ายออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลคนไทยให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย

2. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายธุรกิจ และสนับสนุนองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการผลิต

การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการส่งเสริมให้จังหวัดนนทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และการบริโภคขนมหวานไทย

3. การศึกษาครั้งต่อไป ควรขยายพื้นที่ในจังหวัดอื่นๆ และเพิ่มตัวแปรอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา และขยายผลการนำไปใช้กับพื้นที่อื่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). *การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชน กรณีศึกษา ขนมหัทยภาคกลาง*. สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สมาคมสื่อมวลชนเกษตรแห่งประเทศไทย. (2561). *มองปัญหาแล้วนำมาพัฒนาสินค้า “Moddii มดดี” ขนมหาวนไทยยุค 4.0*. ค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2561, จาก https://www.thaiagrines.org/news/article_4186.
- ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). (2561). *ทีเอ็มบี ชูกลยุทธ์ Get MORE with TMB*. ค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2561. <https://www.tmbbank.com/newsroom/news/business/view/press-GET-MORE-with-TMB-SME.html>
- แอฟฟินิตี้โซลูชัน. (2017). *การตลาด 4.0 การตลาดยุค Connected Marketing*. ค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2562 จาก <http://www.affinity.co.th/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94-4-03-connected-marketing/>

References

- Affinity Solution. (2017). *Marketing 4.0 Connected Marketing*. Retrieved February 23, 2019, <http://www.affinity.co.th/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94-4-03-connected-marketing/> [in Thai]
- Anuar, A., & Mohd-Yusuff, R. (2011). Manufacturing best practices in Malaysian small and medium enterprises (SMEs). *Benchmarking: An International Journal*, 18(3), 324-341.
- Bordean, O. N., & Borza, A. (2014). Strategic management practices within the Romanian hotel industry. *Amfiteatru Economic Journal*, 16(8), 1238-1252.
- Carysforth, C., & Neild, M. (2006). *Business. BTEC First Business* (2nd ed.). Hienmann Inspiring Generation.
- Kagermann, H., Wahister, W., & Helbig, J. (2013). *Recommendations for implementing the strategic initiative Industrie 4.0*. (Final report of the Industrie 4.0 Working Group). Securing the future of German manufacturing industry.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

- Lobontiu, G., & Lobontiu, M. (2014). The owner-manager and the functional management of a small firm. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 124(2014), 552-561.
- Nitiworakarn, S. (2015). Identity of Cultural Food: A case Study of Traditional Mon Cuisine in Bangkok, Thailand. *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Humanities and Social Sciences*, 9(6), 2099-2103.
- Office of The National Economic and Social Development Board. (2013). *Creative Economy at Community Level, Case Study Thai dessert*. Central Region Economic and Social Development Office (CESO). [in Thai]
- Rubmann, M., Lorenz, M., Gerbert, P., Waldner, M., Justus, W., Engel, P., & Harnisch, M. (2015). Industry 4.0 The Future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries. *The Boston Consulting Group: BCG.*, 9(1), 54-89.
- Schermerhorn, J. R. (2005). *Management 8th Edition Update: Personal Management Edition Packaged with Workbook*. John Wiley & Sons.
- Schermerhorn, J. R. (2011). *Management* (11th ed.). John Wiley & Sons.
- The Association of Thai Agriculture and Foreign Mass Media. (2018). *Problem and product development 'Moddi' Thai dessert 4.0*. Retrieved July 17, 2018, from https://www.thaiaagrnews.org/news/article_4186 . [In Thai]
- The PNC Financial Services Group, (PNC). (2015). *Industry 4.0 and the Factory of the Future. Trending Topic PNC*. Retrieved June 17, 2018, from <https://www.pnc.com/ideas/en/assets/articles/factory-of-the-future.html>.
- TMB. Bank Public Company Limited. (2018). *Get More with TMB*. Retrieved June 16, 2018, from <https://www.tmbbank.com/newsroom/news/business/view/press-GET-MORE-with-TMB-SME.html>. [In Thai].
- Vassileva, B. (2017). Marketing 4.0: How Technologies Transform Marketing Organization. *Obuda University e- Bulletin*, 7(1), 47-56.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). Harper & Row.

งานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์

ตะวัน เดชภักดิ์นวมงคล¹ สุมาลี วงษ์วิทิต²
 ธรรมนุญ พิทยาภรณ์³ สุชาติ ธรรมมาพิทักษ์กุล⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและข้อคิดเห็นทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ของประเทศไทย วิเคราะห์เปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ของประเทศไทยและต่างประเทศ และเสนอร่างมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา และเปรียบเทียบ

ผลการวิจัยพบว่า พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติมในปัจจุบันไม่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ ทำให้เกิดข้อจำกัดการเข้าถึงสิทธิในงานดังกล่าว และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ ขณะที่อนุสัญญากรุงเบิร์น ความตกลงทริปส์ และอนุสัญญาว่าด้วยลิขสิทธิ์แห่งองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก ไม่มีบทบัญญัติสำหรับจัดการปัญหานี้ ส่งผลให้ประเทศที่ดำเนินการศึกษาได้แก่ สหรัฐอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเดนมาร์ก และประเทศญี่ปุ่น ต่างมีมาตรการแก้ไขปัญหาดังกล่าวกัน โดยปัจจุบันสหรัฐอเมริกานำหลักการใช้เป็นธรรมมาแก้ไขปัญหา ในขณะที่ร่างกฎหมายยังไม่มีผลใช้บังคับ แต่ร่างกฎหมายกำหนดให้นำการคุ้มครองชั่วคราวในชั้นศาลมาใช้บังคับ จึงไม่สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย ที่ต้องมีลักษณะเป็นคดีที่มีคู่ความทั้งสองฝ่าย

คำสำคัญ: ลิขสิทธิ์; ลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์; เจ้าของลิขสิทธิ์

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ตะวัน เดชภักดิ์นวมงคล, สุมาลี วงษ์วิทิต ธรรมนุญ, พิทยาภรณ์ และสุชาติ ธรรมมาพิทักษ์กุล. (2560). งานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 30-42.

¹ หลักสูตรนิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
 อีเมล: tawan.pit@gmail.com

² คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ ศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง

⁴ สำนักงานสมนึกและสุธี ทนายความ

Orphan Works

Tawan Detpiratmongkol¹ Sumalee Wongwittit²
Thamanoon Phitayaphorn³ Suchart Thammapiatagkul⁴

Abstract

The researcher studies problems and legal opinions concerning orphan works in the jurisdiction of the Kingdom of Thailand (Thailand). The researcher also compares legal measures applied to orphan works in the jurisdiction of Thailand and selected foreign jurisdictions, and the researcher proposes draft legal measures governing orphan works. The researcher used the qualitative research approach by collecting data through documentary research, in-depth interviews. Data were analyzed using content analysis and comparative analysis.

Findings are as follows: The Copyright Act, A.D. (1994) and its recent amendments do not have provisions governing orphan works, thereby limiting the right of accessibility to these works. This is one of the factors leading to copyright infringement in respect to orphan works. The Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works, the Agreement of Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, and the World International Intellectual Property Organization do not contain provisions governing the problem of orphan works. Thus, the jurisdictions of the United States of America, Canada, Denmark, and Japan have adopted different measures in the present connection. At present, the USA employs a principle of fair use in solving the problem while the draft law has yet to have been enforced. The draft law stipulates that temporary protection be afforded by a court order enjoining an injunction. This approach is incompatible with the approach taken in Thailand.

Keywords: Copyright; Orphan Works; Copyright Owner

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Detpiratmongkol, T., Wongwittit, S., Phitayaphorn, T., & Thammapiatagkul, S. (2020). Orphan works. *Ph.D. in Social Sciences Journal* 10(1), 30-42.

¹ Doctor of Laws Program, Doctor of Philosophy Program in Social Sciences, Ramkhamhaeng University, 2086 Ramkhamhaeng Road, Huamak, Bangkapi, Bangkok, 10240, Thailand
E-mail: tawan.pit@gmail.com

² Faculty of Law Ramkhamhaeng University

³ The Central Intellectual Property and International Trade Court

⁴ Somnuk & Sutee, Advocates & Solicitors

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

งานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ (Orphan Works) เป็นงานสร้างสรรค์ที่ได้รับความคุ้มครองให้มีลิขสิทธิ์แต่ด้วยสภาพบังคับของกฎหมายที่ให้การคุ้มครองลิขสิทธิ์เกิดขึ้นทันทีโดยไม่ต้องจดทะเบียนส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการสร้างสรรค์ผลงานด้วยการใช้สุนทรียภาพทางอารมณ์ได้กว้างขวางขึ้นและงานนั้นก็ได้รับความคุ้มครองโดยง่าย เห็นได้จากกฎหมายคุ้มครองงานสร้างสรรค์ที่ใช้นามแฝงหรือนามปากกาซึ่งบุคคลโดยทั่วไปอาจจะไม่ทราบถึงตัวตนของผู้สร้างสรรค์ผลงานนั้นๆ และหากต่อมาไม่มีผู้ใดสามารถติดตามหาตัวผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของผลงานนั้นได้ งานดังกล่าวย่อมเข้าข่ายเป็นงานที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์และงานในลักษณะนี้ก็สามารถเกิดขึ้นได้กับงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทอื่น

เมื่อศึกษากฎหมายไทยตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2558 พบว่า มีเพียงมาตรา 62 วรรคสาม กล่าวถึงข้อสันนิษฐานความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งใช้นามแฝงหรือนามปากกา และไม่มีสภาพบังคับไปถึงงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของแต่ประการใด ประกอบกับมาตรา 20 เป็นเพียงบทบัญญัติที่กำหนดอายุการคุ้มครองสำหรับนามแฝงหรือไม่ปรากฏชื่อผู้สร้างสรรค์เท่านั้น แสดงให้เห็นว่าพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ยังขาดความชัดเจนและไม่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับงานที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของโดยตรง จึงเป็นประเด็นที่จำเป็นต้องศึกษาต่อไป

สำหรับประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการอนุญาตให้ใช้สิทธิ พบว่ากฎหมายลิขสิทธิ์ของไทยฉบับนี้ กำหนดลักษณะการอนุญาตให้ใช้สิทธิเกิดขึ้นได้ 2 ประการ คือ สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่เด็ดขาด (Non-exclusive License) ตามมาตรา 16 ประการหนึ่ง ส่วนสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิประการต่อมา คือ สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิเชิงบังคับ (Compulsory License) เฉพาะการ

จัดทำคำแปล หรือทำซ้ำสำเนาในงานที่เจ้าของลิขสิทธิ์เคยอนุญาตให้มีการจัดพิมพ์งานแปลเป็นภาษาไทย แต่ได้รับการปฏิเสธ หรือไม่สามารถตกลงกันได้เท่านั้น สภาพบังคับของสัญญาทั้งสองลักษณะต้องอาศัยความยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งมีตัวตนเป็นพื้นฐานจึงไม่ครอบคลุมถึงงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ นอกจากนี้ มาตรา 60(3) ยังให้อำนาจหน้าที่แก่คณะกรรมการลิขสิทธิ์ในการส่งเสริมหรือสนับสนุนสมาคมหรือองค์กรของผู้สร้างสรรค์หรือนักแสดงเกี่ยวกับการดำเนินการเพื่อจัดเก็บค่าตอบแทนจากบุคคลอื่นที่ใช้งานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดง และการคุ้มครองหรือปกป้องสิทธิหรือประโยชน์อื่นใดตามพระราชบัญญัตินี้ เพียงแต่หลักการดังกล่าวยังไม่ครอบคลุมถึงลักษณะและรูปแบบขององค์กรที่จะมาดำเนินการบริหารจัดการเก็บ สภาพการณ์ตามกฎหมายลิขสิทธิ์ของไทยในปัจจุบันจึงไม่สามารถให้ความคุ้มครองแก่ผู้ขออนุญาตใช้สิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ได้อย่างครอบคลุม

การขาดความชัดเจนและไม่มีบทบัญญัติกฎหมายไทยต่อประเด็นการแก้ไขปัญหางานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ จะส่งผลให้ปัญหาอาจทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อมีการนำงานอันมีลิขสิทธิ์ของต่างประเทศมาใช้ประโยชน์และงานดังกล่าวเข้าข่ายเป็นงานลิขสิทธิ์ประเภทนี้โดยไม่เข้าเงื่อนไขของหลักการใช้ที่เป็นธรรมและต่อมาภายหลังเจ้าของลิขสิทธิ์ที่แท้จริงกลับแสดงตนให้ปรากฏ และเรียกร้องสิทธิในฐานะผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานดังกล่าวทำให้ผู้ใช้งานต้องรับความเสี่ยงต่อการถูกต่างชาติฟ้องร้องดำเนินคดี

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งคำถามว่า มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ ควรจะพัฒนาไปในแนวทางใดเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อคิดเห็นทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ของไทย
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ของไทยและต่างประเทศ
3. เพื่อร่างและประเมินร่างมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์

นิยามศัพท์

งานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ หมายถึง งานสร้างสรรค์ที่ได้รับความคุ้มครองเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ แต่งานดังกล่าวไม่สามารถระบุหรือติดตามผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของเพื่อขออนุญาตใช้สิทธิในงานดังกล่าวได้ โดยผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของไม่ได้ตั้งตัวแทนสิทธิไว้ หรือกรณีไม่มีผู้จัดการทรัพย์สินแทนผู้สร้างสรรค์ได้ตามกฎหมาย ทั้งนี้เมื่อได้ดำเนินการสืบค้นเพื่อหาตัวผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของแล้ว

งานที่ไม่มีเจ้าของ หมายถึง งานสร้างสรรค์ที่สิ้นอายุการคุ้มครองและตกเป็นสาธารณะ (Public Domain) และหมายความรวมถึงงานสร้างสรรค์ที่เจ้าของลิขสิทธิ์สละการถือครองสิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์นั้นทำให้งานดังกล่าวมีสภาพเป็นสาธารณะซึ่งบุคคลทั่วไปสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยไม่ต้องได้รับอนุญาต

ไม่สามารถระบุผู้สร้างสรรค์ หมายถึง งานอันมีลิขสิทธิ์ที่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างสรรค์ขึ้นโดยมิได้แสดงการรับรู้ความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือเป็นงานที่ไม่รู้ตัวผู้สร้างสรรค์ หรือกรณีผู้สร้างสรรค์ใช้นามแฝงแต่ไม่สามารถระบุได้ว่าผู้สร้างสรรค์ได้แก่บุคคลใด หรือกรณีอื่นทำนองเดียวกัน ทั้งนี้เมื่อได้ดำเนินการสืบค้นเพื่อหาตัวผู้สร้างสรรค์แล้ว แต่ปรากฏว่าไม่สามารถ

ระบุตัวผู้สร้างสรรค์ได้

ไม่สามารถติดตามผู้สร้างสรรค์ หมายถึง งานอันมีลิขสิทธิ์ที่สามารถระบุตัวผู้สร้างสรรค์ได้ หรือกรณีผู้สร้างสรรค์ใช้นามแฝงแต่ไม่สามารถติดตามหาตัวผู้สร้างสรรค์ได้ หรือทายาทของผู้สร้างสรรค์ได้

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และความ เป็นมาด้านลิขสิทธิ์ เพื่อเป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้ ผู้วิจัยทราบถึงความสัมพันธ์ในหลักเหตุผลของการ คุ้มครองลิขสิทธิ์ รวมถึงความหมายและความเป็นมา ของงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ ตลอด จนดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ปัญหากฎหมายลิขสิทธิ์ นี้ตามความตกลงระหว่างประเทศ กฎหมายลิขสิทธิ์ ของสหรัฐอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเดนมาร์ก ประเทศญี่ปุ่น และประเทศไทยที่เกี่ยวกับระบบการ อนุญาตให้ใช้สิทธิ การจัดเก็บค่าตอบแทนลิขสิทธิ์ การนำหลักการใช้ที่เป็นธรรมเพื่อการแก้ไขปัญหาใน งานอันมีลิขสิทธิ์ดังกล่าว และกระบวนการระงับข้อ พิพาทที่เกิดขึ้นจากการใช้สิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์เช่น ว่านั้น

2. ด้านประชากรและตัวอย่าง

2.1 ประชากร ประกอบด้วย (1) บุคลากร ของหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา ศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ กลางสำนักงานอัยการสูงสุดสถาบันอนุญาโตตุลาการ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา (2) บุคลากรของ หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมทรัพย์สินทาง ปัญญาแห่งประเทศไทย องค์กรจัดเก็บผู้ประกอบการธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านลิขสิทธิ์ และ (3) ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา

2.2 ตัวอย่าง ประกอบด้วยบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐจำนวน 12 คนได้แก่ (1) นักวิชาการกรมทรัพย์สินทางปัญญาจำนวน 3 คน (2) ผู้พิพากษาศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลางจำนวน 2 คน (3) พนักงานอัยการจำนวน 3 คน (4) ผู้ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการอนุญาตตุลาการในข้อพิพาทด้านทรัพย์สินทางปัญญาจำนวน 2 คน และ (5) คณะกรรมการกฤษฎีกาจำนวน 2 คน

บุคลากรของหน่วยงานภาคเอกชนจำนวน 9 คนได้แก่ (1) นายกสมาคมทรัพย์สินทางปัญญาแห่งประเทศไทยจำนวน 1 คน (2) ตัวแทนองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์จำนวน 2 คน และ (3) ตัวแทนผู้ใช้งานลิขสิทธิ์จำนวน 6 คนและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาจำนวน 5 คน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบปัญหาและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ของไทยสำหรับเป็นฐานในการเสนอร่างมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์

2. ทำให้ทราบถึงความสอดคล้องและความแตกต่าง รวมถึงข้อดีและข้อเสียของมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ของไทยและต่างประเทศ สำหรับเป็นฐานในการเสนอร่างมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์

3. ทำให้ได้มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ที่สร้างความสมดุลต่อสิทธิระหว่างผู้สร้างสรรค์และสาธารณะได้อย่างครอบคลุมสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดจากกฎหมายลิขสิทธิ์ฉบับเดิมได้

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับนิติศาสตร์เชิงสังคมวิทยา

เป็นแนวคิดให้นักกฎหมายใช้กฎหมายในมุมมองที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมวงกว้างให้มากขึ้น โดย Roscoe Pound นักกฎหมายชาวอเมริกัน ได้กล่าวถึงผลประโยชน์ 3 ประการ ได้แก่ ผลประโยชน์ของปัจเจกบุคคล (Individual Interests) เป็นข้อเรียกร้องหรือความปรารถนาที่ปัจเจกชนแต่ละรายประสงค์ให้มีขึ้นกับตนอย่างทันทีทันใด ผลประโยชน์ของสาธารณะ (Public Interests) เป็นข้อเรียกร้องหรือความปรารถนาที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตที่ได้รับการดูแลจากหน่วยงานทางการเมือง และผลประโยชน์ของสังคม (Social Interests) เป็นข้อเรียกร้องหรือความปรารถนาที่เกี่ยวข้องต่อวิถีการดำเนินชีวิตในสังคม Bodenheimer (1981)

2. แนวคิดการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในเชิงนิติเศรษฐศาสตร์

ให้ความสำคัญกับมิติด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ของกฎหมาย ระบบกฎหมาย และกระบวนการยุติธรรม และเป้าหมายเพื่อบรรลุสวัสดิการสังคม (Social Welfare) สูงสุด โดยมุ่งเน้นการศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสิ่งจูงใจ (Incentive Structure) หรือกฎกติกา (Rule of the Game) ต่อพฤติกรรมของปัจเจกบุคคล (Individual Behavior) ทั้งพฤติกรรมของผู้บังคับใช้กฎหมายและผู้อยู่ภายใต้บังคับกฎหมาย รวมถึงการออกแบบกฎหมายให้สามารถใช้กำกับควบคุมพฤติกรรมของคนในโลกรักษาความเป็นจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อยกระดับสวัสดิการของสังคม Janwit (2011) ขณะที่เศรษฐศาสตร์ของงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ก่อให้เกิดต้นทุนในการสืบค้นหาตัวเจ้าของสิทธิซึ่งไม่สามารถระบุตัวหรือไม่สามารถติดตามตัวได้ สถานการณ์เช่นนี้ทำให้เกิดความจำเป็นต่อหางานลิขสิทธิ์อื่นซึ่งอาจส่งผลให้คุณค่าในการนำมาใช้ลดน้อยลงเนื่องจากเป็น

งานที่ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่คาดหวังไว้ ลักษณะเช่นนี้ถือเป็นความสูญเสียด้านเศรษฐศาสตร์สวัสดิการ (Economic Welfare) ในมุมมองของประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ผู้บริโภคได้รับ (Consumer Surplus) อีกทั้งทำให้กระบวนการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์งานลิขสิทธิ์เกิดขึ้นลดลงและเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้สร้างสรรค์ไม่ได้รับค่าตอบแทนอย่างชอบธรรม (Price Water House, 2011)

3. ทฤษฎีสิทธิตามธรรมชาติแห่งทรัพย์สิน

ทำให้เกิดแนวคิดเรื่องสิทธิทางจิตใจ หรือสิทธิของผู้สร้างสรรค์ (Moral Rights) เป็นแนวคิดแรกเริ่มเกี่ยวกับการให้อำนาจแต่เพียงผู้เดียวของผู้สร้างสรรค์ในงานลิขสิทธิ์ของตน ผู้อื่นจะนำงานลิขสิทธิ์ของผู้สร้างสรรค์ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตไม่ได้ ในยุคโรมัน สิทธินี้ได้รับการยอมรับและกฎหมายให้การคุ้มครองผู้สร้างสรรค์งานลิขสิทธิ์เป็นอย่างมาก โดยผู้สร้างสรรค์มีสิทธิที่จะประณามบุคคลที่นำงานของตนไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต อย่างไรก็ตาม สิทธิของผู้สร้างสรรค์เน้นการให้ความคุ้มครองแก่เกียรติคุณของผู้สร้างสรรค์มากกว่าการคุ้มครองผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (Suphapolsiri, 2001)

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Indananda (1997) ศึกษาเรื่องปัญหากฎหมายเกี่ยวกับหลักการสันสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ผลการวิจัย พบว่า การให้ความคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญามีลักษณะกีดกันทางการค้าและทำให้ผู้ทรงสิทธิมีอำนาจผูกขาดเหนือผลิตภัณฑ์จึงเสนอให้ประเทศไทยนำหลักการสันสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญามาใช้บังคับและเปิดโอกาสให้มีการนำเข้าซ้้อนผลิตภัณฑ์ภายใต้ทรัพย์สินทางปัญญาจะทำให้เกิดการแข่งขันอย่างเสรีมากยิ่งขึ้นเป็นผลดีต่อผู้บริโภค

Thanasawat (1999) ศึกษาเรื่องการอนุญาตใช้สิทธิและการควบคุมองค์กรบริหารการจัดเก็บค่าตอบแทนการใช้งานดนตรีกรรมตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ผลการวิจัยพบว่า กฎหมายลิขสิทธิ์ของไทยยังขาดระบบอนุญาตเชิงบังคับ รวมทั้งบทบัญญัติในส่วนขององค์กรบริหารการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์และคณะกรรมการลิขสิทธิ์ขาดอำนาจหน้าที่ในการควบคุมองค์กรและระบบบริหารจัดการจัดเก็บเป็นผลให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์งานดนตรีกรรมอย่างกว้างขวางไร้ขอบเขต เห็นควรให้ปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 โดยกำหนดให้มีระบบการอนุญาตเชิงบังคับในงานดนตรีกรรมและกำหนดให้มีองค์กรบริหารการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาปัญหากฎหมายของไทยพบว่าไม่มีบทบัญญัติเพื่อแก้ไขปัญหเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ ผู้วิจัยจึงดำเนินการสัมภาษณ์เจาะลึกเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นปัญหากฎหมายข้างต้น และดำเนินการศึกษาเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานลิขสิทธิ์นี้ตามกฎหมายของสหรัฐอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเดนมาร์ก ประเทศญี่ปุ่น และประเทศไทย ว่าความสอดคล้องและความแตกต่างกันนั้นส่งผลต่อการบัญญัติกฎหมายสำหรับการแก้ไขปัญหานี้อย่างไร โดยอยู่บนพื้นฐานแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และนำผลการศึกษาทั้งสองส่วนข้างต้นมาเป็นฐานสำหรับการเสนอร่างมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินความเหมาะสมต่อไป

สมมุติฐานของการวิจัย

บทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม ในปัจจุบันไม่ครอบคลุมถึงมาตรการเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ ทำให้เกิดข้อจำกัดการเข้าถึงสิทธิในงานดังกล่าว และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ หากมีการแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติเกี่ยวกับการอนุญาตให้ใช้สิทธิอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดให้มีหลักเกณฑ์การใช้ความพยายามในการสืบค้นให้ชัดเจนให้อำนาจคณะกรรมการลิขสิทธิ์เข้ามามีบทบาทในการพิจารณาออกหนังสืออนุญาต การกำหนดค่าตอบแทนในอัตราที่เป็นธรรมเมื่อเปรียบเทียบกับประเภทธุรกิจของงานสร้างสรรค์ ณ เวลาที่มีการร้องขอใช้ประโยชน์นั้น ทั้งนี้ อัตราค่าตอบแทนต้องสอดคล้องกับระยะเวลาที่ผู้ขอใช้ประโยชน์ร้องขอด้วย การให้หนังสืออนุญาตมีผลใช้บังคับเมื่อเจ้าของที่แท้จริงกลับแสดงตนให้ปรากฏและให้คำสั่งคณะกรรมการลิขสิทธิ์เกี่ยวกับการอนุญาตให้ใช้สิทธิเป็นที่สุด เว้นแต่ กรณีเป็นคำสั่งไม่อนุญาตให้ใช้สิทธิ คำสั่งเกี่ยวกับอัตราค่าตอบแทนการใช้ประโยชน์ หรือคำสั่งเกี่ยวกับเงื่อนไขการใช้ประโยชน์ ให้ผู้ขอใช้ประโยชน์มีสิทธิอุทธรณ์คัดค้านคำสั่งดังกล่าวต่อคณะกรรมการลิขสิทธิ์นั้น ก่อนการอุทธรณ์ต่อศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ และกรณีผู้รับอนุญาตกระทำการฝ่าฝืนข้อกำหนดในหนังสืออนุญาตให้คณะกรรมการลิขสิทธิ์มีอำนาจสั่งเพิกถอนหนังสืออนุญาตนั้นได้จะสามารถคุ้มครองสิทธิทางเศรษฐกิจและสิทธิโดยธรรมของผู้สร้างสรรค์ได้อย่างเป็นธรรม และลดปัจจัยที่ทำให้เกิดการใช้งานลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์อย่างละเมิดได้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เทคนิคการวิจัยตามลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ

การศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ศึกษาปัญหาและข้อคิดเห็นทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ของไทย

ผู้วิจัยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 และเพื่อให้เกิดความสอดคล้องของข้อมูลและใช้เป็นฐานสำหรับการเสนอร่างมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ต่อไป

1.1 ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ของไทย

ขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยกฎหมาย หรือ Legal Analysis มีหน่วยวิเคราะห์คือพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติมเป็นหลัก เกี่ยวกับประเด็นความคลุมของกฎหมายไทยต่อการแก้ไขปัญหางานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ด้านแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและดำเนินการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้หลักการทางนิติศาสตร์ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

1.2 ข้อคิดเห็นทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ของไทย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยนำผลการศึกษาปัญหากฎหมายไทยข้างต้นมาใช้เป็นฐานในการกำหนดประเด็นคำถามและดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) กำหนดประชากรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มภาคเอกชน และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา และดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรโดยใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 26 คน

2. ศึกษาเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ของไทยและต่างประเทศ

ขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยกฎหมาย หรือ Legal Analysis เป็นหลักโดยอาศัยพื้นฐานความรู้ด้านแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ อันเป็นฐานคิดในการออกกฎหมายเพื่อวิเคราะห์ตัวบทกฎหมายเพื่อตอบวัตถุประสงค์การศึกษา ข้อ 2 โดยค่านึงถึงปัจจัย 4 ประการเพื่อให้เกิดความคลุ้มคลั่งและเข้าถึงปรัชญาแห่งกฎหมาย ได้แก่ประวัติศาสตร์กฎหมายที่ทำการศึกษ (History of Law) กฎหมายเปรียบเทียบ (Comparative Law) นิติศาสตร์เชิงสังคมวิทยา (Sociological Jurisprudence) และนิติปรัชญา (Philosophy of Law)

3. ร่างและประเมินร่างมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์

ผู้วิจัยดำเนินการเสนอร่างมาตรการทางกฎหมายต่อผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้บังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาโดยตรง จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) ศาลฎีกาแผนกคดีทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ 2) สำนักงานคดีทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานอัยการสูงสุด 3) สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา และ 4) กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ผู้วิจัยกำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญต้องมีคุณสมบัติดังนี้ สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโททางกฎหมายเป็นอย่างต่ำ หรือมีประสบการณ์ทำงานด้านกฎหมายลิขสิทธิ์ ไม่น้อยกว่า 10 ปี รวมผู้เชี่ยวชาญทำการประเมิน จำนวน 16 คน

ผลการวิจัย

1. ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ของไทย มาตรา 62 วรรคสาม กล่าวถึงข้อสันนิษฐานความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ซึ่งใช้นามแฝงหรือนามปากกาไว้เท่านั้น แต่ไม่ได้บัญญัติถึงการให้ประโยชน์ในงานดังกล่าวนอกเหนือไปจากการใช้ที่เป็นธรรม ส่วนการอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยความสมัครใจตามมาตรา 16 กลับมีสภาพบังคับที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของ อีกทั้งสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิเชิงบังคับตามมาตรา 54 และมาตรา 55 ก็ไม่มีสภาพบังคับต่องานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์เช่นกัน พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติมของไทย จึงขาดความชัดเจนและไม่ครอบคลุมถึงงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของโดยตรง

2. ข้อคิดเห็นทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ของไทย พบว่า ควร

มีมาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้สร้างสรรค์กับสาธารณะที่ประสงค์ใช้งาน ไม่ควรตีความให้งานลิขสิทธิ์ลักษณะนี้เป็น Public Domain โดยใช้ระบบการอนุญาตให้ใช้สิทธิตั้งแต่กำหนดมาตรการในการสืบค้น การพิจารณาคำร้องโดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาในรูปแบบคณะกรรมการลิขสิทธิ์ เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือและมีกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ใช้ลิขสิทธิ์ จึงเกิดประสิทธิภาพในการกำหนดอัตราค่าตอบแทนจากการใช้ประโยชน์ได้ และเมื่อดำเนินการครบตามขั้นตอนแล้วผู้ขอใช้ประโยชน์ควรได้รับความคุ้มครองจากการฟ้องร้องข้อหาละเมิดลิขสิทธิ์ เมื่อเจ้าของที่แท้จริงแสดงตนให้ปรากฏในภายหลัง

3. ศึกษาเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ของไทยและต่างประเทศ พบว่า สหรัฐอเมริกา ประเทศ

แคนาดา ประเทศเดนมาร์ก และประเทศญี่ปุ่น มีแนวทางแก้ไขแตกต่างกัน โดยสหรัฐอเมริกานำหลักการที่ใช้เป็นธรรมมาแก้ไขปัญหา ในขณะที่ร่างกฎหมายฉบับ S. 2913 ยังไม่ผ่านสภาซึ่งร่างกฎหมายฉบับนี้กำหนดมาตรการให้ใช้การคุ้มครองชั่วคราวในชั้นศาลมาใช้แก้ไขปัญหา แตกต่างจากประเทศแคนาดา ประเทศเดนมาร์ก และประเทศญี่ปุ่นที่มีการนำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิมาใช้บังคับ โดยประเทศแคนาดา ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐโดยสำนักลิขสิทธิ์ ควบคู่กับองค์กรจัดเก็บภาคเอกชน ส่วนประเทศเดนมาร์กดำเนินการโดยองค์กรจัดเก็บทั้งระบบ ส่วนประเทศญี่ปุ่นดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐ โดยคณะกรรมการกิจการด้านวัฒนธรรม หรือ ACA ควบคู่กับสำนักงานวางทรัพย์สิน แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าทุกประเทศที่ดำเนินการศึกษาต่างกำหนดให้มีมาตรการใช้ความพยายามในการสืบค้นทั้งสิ้น รวมถึงร่างกฎหมายของสหรัฐอเมริกาด้วย

อย่างไรก็ดี สหรัฐอเมริกาเป็นเพียงประเทศเดียวที่ไม่นำระบบการจัดเก็บค่าตอบแทนหรือระบบการวางเงินมาใช้บังคับ เจ้าของผลงานสามารถใช้สิทธิเรียกร้องในภายหลังเมื่อมีการแสดงตนและหากไม่สามารถเจรจาตกลงกันได้ มาตรการคุ้มครองชั่วคราวที่ดำเนินการไปไม่ใช่เครื่องยืนยันว่าผู้ใช้ประโยชน์จะได้รับความคุ้มครองจากการดำเนินคดีข้อหาละเมิดลิขสิทธิ์

4. ร่างและประเมินร่างมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์
พบว่า มาตรการที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยควรกำหนดให้หน่วยงานภาครัฐโดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาเข้าดำเนินการในบริบทของงานลิขสิทธิ์นี้ โดยคณะกรรมการลิขสิทธิ์ (Copyright Board) มีอำนาจพิจารณาความเหมาะสมของวัตถุประสงค์การใช้ประโยชน์ อัตราค่าตอบแทนลิขสิทธิ์ในอัตราที่เป็นธรรมเมื่อเทียบกับการประกอบธุรกิจของงานลิขสิทธิ์นั้น และต้องไม่ก่อให้เกิดการบิดเบือน ดัดทอน ดัดแปลง หรือทำ

โดยประการอื่นใดแก่งานนั้นจนเกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงหรือเกียรติคุณของผู้สร้างสรรค์ เมื่อคณะกรรมการลิขสิทธิ์พิจารณาแล้วเห็นควรให้มีการใช้ประโยชน์ได้ ให้ออกหนังสืออนุญาตแก่ผู้ใช้ประโยชน์และกำหนดข้อห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตโอนสิทธิที่ได้รับอนุญาตแก่บุคคลอื่น

ทั้งนี้ ผู้ขอใช้ประโยชน์ต้องยื่นหลักฐานที่แสดงให้เห็นถึงการใช้ความพยายามในการสืบค้น และให้ผู้ขอใช้ประโยชน์วางเงินค่าตอบแทนก่อนการใช้ประโยชน์ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา และเจ้าของลิขสิทธิ์สามารถเรียกร้องเงินจำนวนดังกล่าวจากกรมทรัพย์สินทางปัญญามีกำหนดระยะเวลา 10 ปี นับแต่หนังสืออนุญาตครบกำหนดระยะเวลาและหากไม่มีบุคคลใดมาแสดงตนในระยะเวลาดังกล่าวให้เงินค่าตอบแทนนั้นตกแก่แผ่นดินตามหลักทั่วไป

การอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยอภิปรายผลบนพื้นฐานแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. มาตรการอนุญาตให้ใช้สิทธิ ผลการวิจัยพบว่า พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 16 ของไทย มีสภาพบังคับให้การอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยความสมัครใจมีลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของซึ่งเป็นงานที่ไม่สามารถติดตามหาตัวผู้สร้างสรรค์เพื่อขอความสมัครใจในการขออนุญาตใช้ผลงานได้ อีกทั้งสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิเชิงบังคับตามมาตรา 54 และมาตรา 55 ก็ไม่มีสภาพบังคับต่องานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์เช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในเชิงนิติเศรษฐศาสตร์ของ Landes and Posner (1989) พบว่า ถ้าระดับการคุ้มครองสูงขึ้นย่อมทำให้มีแรงจูงใจในการเพิ่มปริมาณงานที่จะนำออกสู่สาธารณะมากขึ้นเช่นกัน ในทางกลับกันการให้ความคุ้มครองในระดับที่ต่ำย่อมส่งผลให้เกิดการใช้งานโดย

ละเมิดลิขสิทธิ์มากขึ้นนั่นเอง เท่ากับการสนับสนุนให้มีการใช้งานลิขสิทธิ์ประเภทนี้เปรียบเสมือนการช่วยทำให้งานที่ถูกทอดทิ้งได้กลับมามีความสำคัญและมีประโยชน์ขึ้นใหม่อีกครั้ง

2. การจัดเก็บค่าตอบแทนลิขสิทธิ์ ผลการวิจัยพบว่า พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 กำหนดให้เจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิเรียกเก็บค่าตอบแทนที่เป็นธรรมจากการอนุญาตให้ใช้สิทธิได้ และยังให้อำนาจหน้าที่แก่คณะกรรมการลิขสิทธิ์ในการส่งเสริมหรือสนับสนุนการดำเนินการเพื่อจัดเก็บค่าตอบแทนจากบุคคลอื่นที่ใช้งานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดง เพียงแต่หลักการดังกล่าวยังไม่ครอบคลุมถึงลักษณะและรูปแบบขององค์กรที่จะมาดำเนินการบริหารจัดการจัดเก็บสภาพการณ์ตามกฎหมายลิขสิทธิ์ของไทยในปัจจุบันจึงไม่สามารถให้ความคุ้มครองแก่ผู้ขออนุญาตใช้สิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ได้อย่างครอบคลุม สอดคล้องกับมุมมองแนวคิดการคุ้มครองลิขสิทธิ์ของ Hoffmann (2001) พบว่าแนวคิดนี้มีเจตนารมณ์ในการสร้างความสมดุลระหว่างสิทธิของผู้สร้างสรรค์กับสาธารณะแล้วพบว่า หากสาธารณะสามารถเข้าถึงงานเกินขอบเขตการใช้ที่เป็นธรรมโดยไม่มีมาตรการบังคับให้มีการวางเงินค่าตอบแทน อาจเกิดปัญหา Free-Riding ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบการคุ้มครองและสิทธิของเจ้าของผลงานที่ยังไม่แสดงตน ประกอบกับแนวคิดการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในเชิงนิติเศรษฐศาสตร์ยังเป็นเครื่องยืนยันว่าหากไม่มีกลไกที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงสิทธิในงานลักษณะนี้ย่อมส่งผลกระทบต่อธุรกิจสร้างสรรค์ในอนาคตที่อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์ผลงาน ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า การวางเงินค่าตอบแทนเป็นมาตรการสำคัญที่จะทำให้กลไกการคุ้มครองสิทธิเกิดความสมบูรณ์ สอดคล้องกับแนวคิดทั่วไปในการคุ้มครองลิขสิทธิ์

3. การระงับข้อพิพาทในงานลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์

พ.ศ. 2537 ไม่มีสภาพบังคับเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทในงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ อีกทั้งกฎหมายไม่เปิดช่องให้มีการอุทธรณ์คำสั่งทางบริหารของคณะกรรมการลิขสิทธิ์ เมื่อมีการอนุญาตให้ใช้สิทธิประเด็นนี้ไม่ปรากฏแนวคิดทฤษฎีโดยตรงจึงต้องนำพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มาตรา 44 ให้สิทธิอุทธรณ์คำสั่งต่อเจ้าหน้าที่ผู้ทำคำสั่งภายใน 15 วัน นับแต่ได้รับแจ้งคำสั่งดังกล่าว จึงจะมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งในชั้นศาลต่อไปตามหลักทั่วไปแห่งพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ. 2542 มาตรา 42 ที่กำหนดให้ผู้ฟ้องคดีดำเนินการตามขั้นตอนหรือวิธีการสำหรับการแก้ไขความเดือดร้อนในเรื่องนั้นก่อนที่จะฟ้องคดีต่อศาล ด้วยเหตุนี้ หากกำหนดมาตรการให้คำสั่งของคณะกรรมการลิขสิทธิ์เกี่ยวกับค่าตอบแทน หรือเงื่อนไขการใช้ประโยชน์เป็นที่สุด ย่อมขัดต่อหลักการพื้นฐานของกฎหมายวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองตามหลักการเยียวยาภายในฝ่ายปกครอง

4. การนำหลักการใช้ที่เป็นธรรมมาแก้ไขปัญหา งานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 กำหนดข้อยกเว้นการใช้งานลิขสิทธิ์ไว้ในขอบเขตที่จำกัดเพียงบางประการไม่ครอบคลุมการใช้เชิงพาณิชย์ซึ่งอาจไม่ครอบคลุมลักษณะการขออนุญาตใช้งานลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับหลักการใช้ที่เป็นธรรมและการสร้างดุลแห่งประโยชน์ระหว่างผู้สร้างสรรค์กับผู้ใช้งานและประโยชน์สาธารณะ Brazhnik (2014) พบว่า การนำหลักการดังกล่าวมาพิจารณาในมิติของการเข้าถึงงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์อาจเป็นมาตรการหนึ่งเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาต่อการนำงานดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

1. มาตรการอนุญาตให้ใช้สิทธิ

1.1 ต้องใช้ความพยายามในการสืบค้น

“ผู้ขอใช้ประโยชน์ต้องใช้ความพยายามในการสืบค้นหาตัวผู้สร้างสรรค์ เจ้าของลิขสิทธิ์ หรือผู้ทรงสิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์นั้น สำหรับขั้นตอนและวิธีการสืบค้นให้ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงพาณิชย์”

“ให้ผู้ประสงค์ใช้งานลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ใช้ความพยายามในการสืบค้นในการติดตามหาตัวผู้สร้างสรรค์ เจ้าของลิขสิทธิ์ หรือผู้ทรงสิทธิในงานลิขสิทธิ์เช่นว่านั้นจากฐานข้อมูลดังนี้

- (1) ฐานข้อมูลของกรมทรัพย์สินทางปัญญา
- (2) ฐานข้อมูลของสมาคม องค์กรผู้สร้างสรรค์ หรือองค์กรจัดเก็บ
- (3) ฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร
- (4) ฐานข้อมูลหอสมุดแห่งชาติ และ
- (5) ฐานข้อมูลอื่นๆ ของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่น่าเชื่อถือ

เมื่อดำเนินการสืบค้นแล้วให้ผู้ขอใช้ประโยชน์แสดงหลักฐานการสืบค้นต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อเสนอต่อนายทะเบียนทำการประกาศโฆษณา โดยกำหนดระยะเวลาพอสมควรเพื่อการคัดค้านการขอใช้ประโยชน์ในงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์นั้น”

“กรณีที่มีบุคคลใดคัดค้านการขอใช้ประโยชน์ในงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ ให้ผู้คัดค้านแสดงหลักฐานการเป็นผู้มีส่วนได้เสียในงานลิขสิทธิ์นั้นและเสนอให้คณะกรรมการลิขสิทธิ์พิจารณาต่อไป

หากคณะกรรมการลิขสิทธิ์พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้คัดค้านเป็นผู้มีส่วนได้เสียในงานลิขสิทธิ์ดังกล่าว ให้คณะกรรมการลิขสิทธิ์จำหน่ายคำร้องเพื่อให้ผู้กรณีดำเนินการตกลงเรื่องการอนุญาตให้ใช้สิทธิ

หากคณะกรรมการลิขสิทธิ์เห็นว่าผู้คัดค้านไม่ใช่ผู้มีส่วนได้เสีย ให้ส่งคำร้องเข้าสู่การพิจารณาของ

คณะกรรมการลิขสิทธิ์ต่อไป

กรณีที่ไม่มีบุคคลใดคัดค้านการขอใช้ประโยชน์ในงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ ให้ส่งคำร้องเข้าสู่การพิจารณาของคณะกรรมการลิขสิทธิ์”

1.2 คณะกรรมการลิขสิทธิ์มีอำนาจพิจารณา คำร้อง

“เมื่อผู้ขอใช้ประโยชน์ดำเนินการสืบค้นตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงพาณิชย์แล้ว ให้คณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมของวัตถุประสงค์การใช้ประโยชน์ อัตราค่าตอบแทนลิขสิทธิ์ในอัตราที่เป็นธรรมเมื่อเทียบกับการประกอบธุรกิจของงานลิขสิทธิ์นั้น และต้องไม่ก่อให้เกิดการบิดเบือน ตัดทอน ดัดแปลง หรือทำโดยประการอื่นใดแก่งานนั้นจนเกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงหรือเกียรติคุณของผู้สร้างสรรค์”

1.3 เมื่อเห็นควรให้สิทธิในการใช้ประโยชน์ให้ คณะกรรมการลิขสิทธิ์ออกหนังสืออนุญาต

“เมื่อคณะกรรมการลิขสิทธิ์พิจารณาเห็นควรให้ผู้ยื่นคำร้องมีสิทธิใช้ประโยชน์ในงานลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ ให้คณะกรรมการลิขสิทธิ์ออกหนังสืออนุญาตโดยกำหนดเงื่อนไขการใช้ประโยชน์ และข้อห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตโอนสิทธิที่ได้รับอนุญาตแก่บุคคลอื่น คำสั่งนี้เป็นที่สุด”

1.4 งานที่ขอใช้ประโยชน์ต้องเป็นงานที่ได้รับความคุ้มครอง

“งานที่จะขอใช้ประโยชน์ ต้องเป็นงานที่ได้รับความคุ้มครองให้มีลิขสิทธิ์ และยังไม่พ้นอายุการคุ้มครองตามลักษณะงานแต่ละประเภท”

1.5 ระยะเวลาการใช้ประโยชน์ขึ้นอยู่กับความประสงค์ของผู้ขอใช้ประโยชน์

“กรณีที่คณะกรรมการลิขสิทธิ์เห็นควรอนุญาตให้ใช้สิทธิในงานที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์ ให้คณะกรรมการกำหนดอัตราค่าตอบแทนที่เป็นธรรมตามประเภทของการประกอบธุรกิจงานสร้างสรรค์ ณ เวลาที่มีการ

ร้องขอใช้ประโยชน์นั้น ทั้งนี้ อัตราค่าตอบแทนต้องสอดคล้องกับระยะเวลาที่ผู้ขอใช้ประโยชน์ร้องขอด้วย”

1.6 เมื่อมีการกลับแสดงตนให้ปรากฏระหว่างหนังสืออนุญาตมีผลใช้บังคับ ให้หนังสืออนุญาตมีผลใช้บังคับต่อไป

“เมื่อผู้สร้างสรรค์กิติ เจ้าของลิขสิทธิ์กิติ หรือ ผู้ทรงสิทธิในงานลิขสิทธิ์นั้นก็ได้แสดงตนภายหลังการอนุญาตให้ใช้สิทธิแล้ว ให้สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิยังคงมีผลใช้บังคับต่อไป มิฉะนั้นอาจเกิดการก่อกวนแก่งแย่งทางธุรกิจ หรือหากยอมให้สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิเป็นอันยกเลิกไปย่อมสะท้อนให้เห็นว่าการบังคับใช้กฎหมายเสมือนหนึ่งไม่มีสภาพบังคับ และเป็นการลดแรงจูงใจของสาธารณชนในการสร้างสรรค์ผลงาน”

2. การจัดเก็บค่าตอบแทนลิขสิทธิ์

2.1 ต้องมีการวางเงินค่าตอบแทนก่อนใช้ประโยชน์

“เมื่อคณะกรรมการลิขสิทธิ์พิจารณาแล้วเห็นควรอนุญาตให้ผู้ร้องได้สิทธิในการใช้ประโยชน์ ควรกำหนดให้บุคคลผู้นั้นวางเงินค่าตอบแทนก่อนการได้สิทธิในการใช้ประโยชน์ เพื่อลดโอกาสการดำเนินงานไปใช้โดยเจตนาไม่เสียค่าตอบแทน และเป็นการเคารพต่อสิทธิทางเศรษฐกิจของผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของลิขสิทธิ์

บทบัญญัติที่กล่าวมาในวรรคก่อน ไม่ใช่บังคับกับการทำซ้ำโดยห้องสมุดซึ่งงานลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรักษาเพื่อการอ้างอิงหรือค้นคว้าเพื่อประโยชน์ของสาธารณชน”

2.2 ให้กรมทรัพย์สินทางปัญญาทำหน้าที่รับดูแลเงินค่าตอบแทน

“ให้กรมทรัพย์สินทางปัญญามีอำนาจในการรับดูแลเงินค่าตอบแทน เนื่องจากจะทำให้เกิดความสะดวกเร็วในการดำเนินงานไปใช้ประโยชน์มากยิ่งขึ้น และมีความน่าเชื่อถือมากกว่าการวางเงินค่าตอบแทนต่อองค์กรภาคเอกชน”

2.3 ระยะเวลาการถือครองเงินค่าตอบแทน

“ให้กรมทรัพย์สินทางปัญญาสามารถถือครองเงินค่าตอบแทนมีกำหนดระยะเวลา 10 ปี นับแต่หนังสืออนุญาตครบกำหนดระยะเวลา หากไม่มีบุคคลใดมาแสดงตนในระยเวลาดังกล่าวให้เงินค่าตอบแทนนั้นตกแก่แผ่นดิน”

3. การระงับข้อพิพาทในงานลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์

“ให้คำสั่งคณะกรรมการลิขสิทธิ์เกี่ยวกับการอนุญาตให้ใช้สิทธิเป็นที่สุด เว้นแต่ กรณีเป็นคำสั่งไม่อนุญาตให้ใช้สิทธิ คำสั่งเกี่ยวกับอัตราค่าตอบแทนการใช้ประโยชน์ หรือคำสั่งเกี่ยวกับเงื่อนไขการใช้ประโยชน์ให้ผู้ขอใช้ประโยชน์มีสิทธิอุทธรณ์คัดค้านคำสั่งดังกล่าวต่อคณะกรรมการลิขสิทธิ์นั้น ก่อนการอุทธรณ์ต่อศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ

กรณีผู้รับอนุญาตกระทำการฝ่าฝืนข้อกำหนดในหนังสืออนุญาตให้คณะกรรมการลิขสิทธิ์มีอำนาจสั่งเพิกถอนหนังสืออนุญาตนั้นได้”

4. การนำหลักการใช้ที่เป็นธรรมมาแก้ไขปัญหงานอันมิใช่ลิขสิทธิ์ที่ไม่ปรากฏผู้สร้างสรรค์

หลักการใช้ที่เป็นธรรมอาจใช้เป็นมาตรการระยะสั้นสำหรับแก้ไขปัญหา เพื่อลดโอกาสการละเมิดลิขสิทธิ์เท่านั้น

เอกสารอ้างอิง

- เทอดทูน ชนสวัสดิ์. (2542). การอนุญาตใช้สิทธิและการควบคุมองค์การบริหารการจัดเก็บค่าตอบแทนการใช้งานดนตรีกรรม ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัชชัย ศุภผลศิริ. (2544). กฎหมายลิขสิทธิ์ พร้อมด้วยพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537. กรุงเทพมหานคร: นิติธรรม.
- นันทน อินทนนท์. (2540). ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับหลักการล้นสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปกป้อง จันวิทย์. (2554). การวิเคราะห์กฎหมายด้วยหลักเศรษฐศาสตร์: แนวคิดและวรรณกรรมปริทัศน์. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย.

References

- Bodenheimer, E. (1981). *Jurisprudence; the philosophy and method of the law*. Harvard University Press.
- Hoffmann, G. M. (2001). *Copyright in Cyberspace: Questions and Answers for Librarians*. Neal Schuman.
- Indananda, N.(1997). *Legal problems regarding the exhaustion doctrine of intellectual property rights*. Master of law Thesis, Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Janwit, P. (2011). *Legal analysis on economic principles: Concept and literature Review*. The Thailand Development Research Institute. [In Thai]
- Landes, W. M., & Posner, R. A. (1989). An Economic Analysis of Copyright Law. *Journal of Legal Studies*, 18(2), 325-363.
- Price Water House. (2011). *An Economic Analysis of Copyright, Secondary Copyright and Collective Licensing*. Retrieved from https://www.alrc.gov.au/wp-content/uploads/2019/08/766_org__attachment_2_2011_pwc_final_report.pdf
- Suphapolsiri, T. (2001). *Copyright and Copyright Act A. D. 1994*. Nititham. [In Thai]
- Tatiana, B. (2014). *How to Balance Interests: Comparative Legal Aspects on the Limitation of Copyright in International Law*. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=2506003> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2506003>
- Thanasawat, T. (1999). *Licensing of Musical Work and Control of the Royalty Collecting Society according to Copyright Act B. E. 2537*. Master of law Thesis, Ramkhamhaeng University. [In Thai]

รูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษากรุงเทพมหานคร

ชนมณี ศิลานุกิจ¹ อำนวนย ทองโปร่ง²
รังสรรค์ มณีเล็ก³ สุวัฒน์ วิวัฒนานนท์⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สร้างรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ และประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า

1) สภาพปัจจุบันและปัญหาการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร พบว่า บริหารจัดการด้วยระบบวงจรคุณภาพของเดมมิ่ง (PDCA) มุ่งเน้นให้เกิดประสิทธิภาพตามเกณฑ์การประเมินรางวัลคุณภาพระดับองค์กร และการบริหารโรงเรียนมีปัญหาในด้านการตรวจสอบไม่เป็นปัจจุบัน 2) รูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยหลักการและแนวคิดของรูปแบบวัตถุประสงค์ของรูปแบบ และลักษณะการบริหารโรงเรียน 6 ด้านโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) ผลการประเมินรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด มีความสอดคล้อง มีความเป็นไปได้ และมีความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การบริหารโรงเรียน; วงจรคุณภาพ; เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ชนมณี ศิลานุกิจ, อำนวนย ทองโปร่ง, รังสรรค์ มณีเล็ก และสุวัฒน์ วิวัฒนานนท์. (2563). รูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร. *วารสารดุซงฎิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 43-58.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: silanookit.oud@gmail.com

² คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ

⁴ คณะศิลปศาสตร์และศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

A Model of Quality Cycle on Administration of Schools Under the Bangkok Primary Education Service Area Office

Chonmanee Silanookit¹ Amnuay Thongprong²

Rangsan Maneelek³ Suwat Viwattananon⁴

Abstract

The researcher examines the current conditions and the problem of school administration by reference to a quality cycle; the construction of a quality cycle model; and has the model evaluated for appropriateness. The research instruments consisted of an interview form and a questionnaire. Using techniques of descriptive statistics in analyzing the data collected, the researcher analyzed the data collected in terms of percentage, mean and standard deviation.

Findings are as follows:

1) The current conditions and problems in the administration of schools using the quality cycle as based on the framework developed by William Edwards Deming (PDCA) framework. The adopted framework involved efforts to satisfy standards of efficiency on the basis of the Situation, and checking revealed that administrations were not up to date. 2) Model of school administration by implementing quality cycle under the Office of Educational Service Area, Bangkok, consists of the principles, concepts, objective of the model and six aspects of school management, which overall are in high level. 3) The evaluation of the model constructed by the researcher, it was found that the model exhibited appropriateness at the highest level. Finally, its internal congruence, feasibility, and usefulness displayed at a high level.

Keywords: Administration of Schools; Quality Cycle; Bangkok Primary Educational Service Area

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Silanookit, C., Thongprong, A., Maneelek, R., & Viwattananon, S. (2020). A model of quality cycle on administration of schools under on Bangkok Primary Education Service Area Office. *Ph.D. in Social Sciences Journal* 10(1), 43-58.

¹ Doctor of Philosophy Program in Social Sciences, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Hau Mark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand
Email: silanookit.oud@gmail.com

² Faculty of Education, Ramkhamhaeng University

³ Office of the Basic Education Commission, Ministry of Education

⁴ Faculty of Liberal Arts and Education, Pathumthani University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน อยู่ภายใต้บริบทการรองรับการกระจายอำนาจการบริหารจัดการศึกษาสู่เขตพื้นที่การศึกษา และสถานศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งด้านงบประมาณ วิชาการ การบริหารงานบุคคล และบริหารทั่วไป มีการบริหารจัดการทั้งที่เป็นโรงเรียนขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ และขนาดใหญ่พิเศษ ซึ่งสามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพในหลายพื้นที่ แต่ก็ยังประสบปัญหาการบริหารจัดการศึกษา เพื่อรองรับการกระจายอำนาจในหลายด้าน ทั้ง (1) ด้านปัจจัยดำเนินงาน เช่น นโยบายของส่วนกลางที่เปลี่ยนแปลงบ่อย โครงสร้างการแบ่งส่วนงานไม่สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียน บุคลากรและงบประมาณไม่สอดคล้องและสัมพันธ์กับงาน และ (2) ด้านการบริหารจัดการ เช่น การบริหารงานบุคคล ในเรื่องการสรรหาและการพัฒนาบุคลากรยังไม่สอดคล้องกับสภาพความต้องการโรงเรียนและด้านอื่นๆ เช่น การจัดสรรทรัพยากรไม่เพียงพอต่อความต้องการจำเป็น การบริหารจัดการเพื่อรองรับความต้องการในการพัฒนาประเทศ และการรวมเป็นประชาคมอาเซียน ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากขนาดและความพร้อมในการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะในสถานศึกษาขนาดกลางและขนาดเล็กในชนบท อันเนื่องมาจากการจัดการจากส่วนกลางส่งไปยังสถานศึกษา เป็นรูปแบบเดียวกันส่วนใหญ่ จึงส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการศึกษา ให้มีความแตกต่างกันดังกล่าว การแก้ปัญหา พบว่ารูปแบบการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ให้อิสระการบริหารจะเป็นฐานสำคัญของการนำไปสู่ความสำเร็จทั้งในเมืองและชนบท ทั้งที่เป็นสถานศึกษาขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ (Office of the Education Council, 2014, pp. 4-5) นอกจากนี้ ผลการประเมินคุณภาพภายนอกรอบสาม (พ.ศ. 2554-2558) ของสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้น

พื้นฐาน พบว่า ตัวบ่งชี้พื้นฐานที่ 5 ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนที่มีคะแนนทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) อยู่ในระดับต่ำ และจากการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ปีการศึกษา 2558 ของนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่าในภาพรวมผลการทดสอบมีค่าคะแนนเฉลี่ยทุกวิชาสูงกว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของปีการศึกษา 2557 ยกเว้นวิชาสังคมศึกษาที่ค่าคะแนนเฉลี่ยในปีนี้ต่ำกว่าปีที่ผ่านมาเพียงเล็กน้อย (Pornrungrroj, 2012, p. 3; Phanphruk, 2016)

Office of the Education Council (2016, pp. 47-52) ได้สรุปปัญหาของ สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ว่า มีปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการ จึงส่งผลให้คุณภาพทางการศึกษาไม่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน นอกจากปัจจัยด้านการดำเนินงานและการจัดสรรเงินงบประมาณที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาแล้ว ยังมีปัญหาและความท้าทายที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการศึกษา ใน (1) ด้านโอกาสและความเสมอภาค นโยบายส่งเสริมสนับสนุนการศึกษาของรัฐที่ให้แก่ทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน (2) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา การจัดการเรียนการสอนไม่เป็นไปตามคุณภาพและมาตรฐาน ส่งผลให้คะแนน O-NET ของนักเรียน ประถมศึกษาปีที่ 6 ถึง มัธยมศึกษาปีที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 50 โดยเฉพาะโรงเรียนขนาดเล็ก และผลการประเมินคุณภาพภายนอกรอบสาม (สมศ.) พบว่า โรงเรียนที่ตั้งอยู่ในเมืองผ่านการรับรองได้มาตรฐานตามเกณฑ์การประเมินในสัดส่วนที่สูงกว่าโรงเรียนที่ตั้งอยู่นอกเมือง ซึ่งสะท้อนให้เห็นความเหลื่อมล้ำด้านคุณภาพและมาตรฐาน (3) ด้านผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษาขาดความรู้และทักษะในการดูแลเด็กที่ถูกต้องและ (4) ด้านการบริหารจัดการ หน่วยงานส่วนกลางทำหน้าที่เป็นผู้กำกับ นโยบาย แผน มาตรฐาน ส่งเสริมสนับสนุน ติดตาม และ ประเมินผล และเป็นผู้จัดการศึกษา บริหารจัดการแบบ

ศูนย์รวมอำนาจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการจัดการศึกษาของสถานศึกษาดังที่กล่าวมาแล้ว

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร มีโรงเรียนประถมศึกษากรุงเทพมหานคร จำนวน 37 โรงเรียน และมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาให้อยู่ในระดับขั้นแนวหน้าของประเทศ อันจะส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิรูปการศึกษาของชาติ ซึ่งสำนักเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาได้มีการกระจายอำนาจการบริหารไปยังสถานศึกษาต่างๆ แต่จากผลทดสอบทางการศึกษาระดับพื้นฐาน O-NET ปีการศึกษา 2557-2558 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่า นักเรียนมีผลคะแนนการเรียนต่ำ ในวิชาคณิตศาสตร์ ภาษาอังกฤษ และวิทยาศาสตร์ (Bangkok Primary Education Service Area Office, p.20) จากสภาพปัญหาต่างๆ ที่กล่าวในข้างต้น เห็นสมควรที่จะต้องพัฒนาองค์กรให้มีคุณภาพ บุคลากรทุกคนต้องพัฒนา และปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่องด้วยการบริหารระบบคุณภาพ ซึ่งเป็นแนวคิดและหลักการของการพัฒนาองค์กรที่ได้รับการยอมรับของหน่วยงานทั่วไปที่เรียกว่าวงจรคุณภาพ ซึ่งเป็นการบริหารระบบคุณภาพในช่วงของการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่ 2 (พ.ศ. 2552-2561) อย่างต่อเนื่อง

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว การจัดการศึกษาของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการจัดการศึกษาในบริบทที่มีความเจริญสูงสุดของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางทางการค้า เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี การบริหารจัดการ จึงต้องออกแบบเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของบุคคล ชุมชน สังคม และประเทศ ที่จะขับเคลื่อนไปสู่ประเทศไทย 4.0 ดังที่มุ่งหวัง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา

กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นรูปแบบที่ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผลต่อโรงเรียนในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร
2. เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

1. **การบริหารโรงเรียน** หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลหลายคนร่วมกันดำเนินการ เพื่อพัฒนาโรงเรียนให้เป็นไปตามเป้าหมาย การปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่การบริหารโรงเรียนมี 4 ด้าน ดังนี้

1.1 **การวางแผน (Planning--P)** หมายถึง การบริหารโรงเรียนให้มีแผนการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์นโยบายและเป้าหมาย ของโรงเรียน มีขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน เพื่อให้องค์การบรรลุผลที่ปรารถนา

1.2 **การจัดองค์การ (Organizing--O)** หมายถึง การบริหารโรงเรียนให้มีการจัดลักษณะโครงสร้างองค์การที่คล่องตัว มีการกระจายอำนาจโดยยึดหลักประชาธิปไตย คำนึงถึงความเหมาะสมและชัดเจน พร้อมทั้งกำหนดวัตถุประสงค์ อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละส่วนงาน

1.3 **การนำ (Leading--L)** หมายถึง การแสดงออกของผู้บริหารโรงเรียนที่มีความรู้ความสามารถในการนำความรู้วิธีการ ตลอดจนเทคนิคใหม่ๆ

มาใช้เป็นแนวทางให้สมาชิกขององค์การปฏิบัติตามเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการทำงาน

1.4 การควบคุม (Control--C) หมายถึง การบริหารโรงเรียนให้มีกระบวนการในการตรวจสอบควบคุมการปฏิบัติงานขององค์การได้ เป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้

2. การบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ หมายถึง การปฏิบัติตามหน้าที่ในการบริหารโรงเรียนตามกระบวนการของวงจรคุณภาพเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดซึ่งมีกระบวนการที่ประกอบด้วยขั้นตอนในการบริหาร ดังนี้

2.1 การวางแผน (Plan) หมายถึง การร่วมกันกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานโดยการวิเคราะห์สภาพความต้องการ ปัญหา สาเหตุ และความจำเป็นขององค์การเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานให้บุคลากรแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อแสวงหาข้อมูลองค์ความรู้ใหม่ในการปฏิบัติงาน วิเคราะห์นำข้อบกพร่องจากการปฏิบัติงานมาไปปรับปรุงแก้ไข

2.2 การปฏิบัติ (Do) หมายถึง การกำหนดผู้รับผิดชอบ มอบหมายการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามที่แผนงานกำหนด มีการแบ่งอำนาจหน้าที่การทำงาน จัดสรรทรัพยากรภายในองค์การตามความต้องการเหมาะสม จัดโครงสร้างที่ยืดหยุ่น กำหนดบุคลากรที่รับผิดชอบงานสอดคล้องกับความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญ นำการเปลี่ยนแปลงมาพัฒนาการจัดองค์การให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง

2.3 การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องและบุคลากรมีส่วนร่วมในการวางแผนงานการรับรู้ ร่วมแสดงความคิดเห็น มีส่วนในการตัดสินใจในการบริหารจัดการและพัฒนาองค์กร และให้บุคลากรทุกระดับพร้อมประเมินผลตามสภาพความเป็นจริง

2.4 การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) หมายถึง การกำหนดแผนงานการ

พัฒนาองค์การ วางแผนอัตรากำลังและตำแหน่งงานเพื่อการส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้ จัดโครงสร้างสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมของทุกส่วนในองค์การ และนอกองค์การ กระตุ้นให้บุคลากรในองค์การสร้างและพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ สร้างช่องทางในการควบคุมกระบวนการทำงานให้เต็มประสิทธิภาพภายใต้การมาตรฐานและแผนงานที่วางไว้

2.5 การติดตามตรวจสอบ (Check) หมายถึง การวิเคราะห์การทำงานสำหรับตรวจสอบ จัดทำเครื่องมือในการประเมิน การประชุมร่วมกับบุคลากรเพื่อรับฟังความคิดเห็น ชี้แจงจุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคในการจัดการองค์การ ให้การช่วยเหลือ กำกับดูแล และแนะนำการทำงานแก่บุคลากร ดูแลการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบอย่างชัดเจน

2.6 การพัฒนาปรับปรุง (Act) หมายถึง การกำหนดนโยบายและมาตรการการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และแนวทางการดำเนินงานขององค์การ จัดองค์การ โครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน เพื่อนำการเปลี่ยนแปลงมาสู่องค์การ ส่งเสริมความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน ปรับปรุงการปฏิบัติงานผ่านการยอมรับจากผู้เกี่ยวข้อง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาหลักการแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารคุณภาพโดยใช้กระบวนการบริหาร POSCORB, PDCA, SBM, Good Governance, การประกันคุณภาพการศึกษาตาม TQM และการบริหารคุณภาพตามเกณฑ์รางวัล OBECQA และบทบาทหน้าที่การบริหาร POLC

2. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง

2.1 ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร จำนวน 37 โรงเรียน

2.2 ตัวอย่าง ได้จากวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) สัมภาษณ์ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 10 คน สอบถามแนวทางการบริหารโรงเรียน จากครู จำนวน 316 คน และประเมินรูปแบบจากผู้บริหารสถานศึกษา ผู้ช่วยผู้บริหาร และครู จำนวน 180 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยทำการศึกษา ในปี พ.ศ. 2559-2561

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ ทำให้ได้รูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ และแนวทางในการพัฒนาผู้บริหารโรงเรียนของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

2. ประโยชน์สำหรับการนำไปใช้ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานสามารถนำรูปแบบที่ได้ไปวางแผนพัฒนาการบริหารโรงเรียนในสังกัดสำนักงานประถมศึกษาทุกเขตให้มีคุณภาพ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การบริหารคุณภาพโดยใช้กระบวนการบริหาร POSDCORB (Gulick & Urwick, 1969) มีกระบวนการที่สำคัญของนักบริหาร 7 ประการ ได้แก่ (1) การวางแผน (2) การจัดองค์การ (3) การจัดบุคลากรปฏิบัติงาน (4) การอำนวยการ (5) การประสานงาน (6) การรายงาน และ (7) การงบประมาณ

2. การบริหารคุณภาพโดยใช้วงจรคุณภาพ PDCA (Deming, 1986) มีกระบวนการที่สำคัญ ได้แก่ (1) การวางแผน (2) การปฏิบัติตามแผน (3) การตรวจสอบ และ (4) การพัฒนาปรับปรุง

3. การบริหารคุณภาพโดยใช้แนวทางของ School-Based Management (SBM) (Boonprasert, 2000) เป็นการบริหารงานที่ต้องคำนึงถึงความ ต้องการ และให้ออกาสผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง มีหลักการ ดังนี้ (1) การกระจายอำนาจ (2) การมีส่วนร่วม (3) การ

คืนอำนาจการจัดการศึกษาสู่ประชาชน (4) การบริหารตนเอง และ (5) การตรวจสอบและถ่วงดุล

4. การบริหารคุณภาพโดยใช้หลักธรรมาภิบาล (Good Governance) “Regulations of the Office of the Prime Minister on the Establishment of Good Governance and Social Affairs B. E. 2542” (1999) ความว่า การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีควร จัด/ส่งเสริมให้สังคมไทยอยู่บนพื้นฐาน 6 ประการ คือ (1) หลักนิติธรรม (2) หลักคุณธรรม (3) หลักความโปร่งใส (4) หลักความมีส่วนร่วม (5) หลักความรับผิดชอบ และ (6) หลักความคุ้มค่า

5. มาตรฐานคุณภาพการศึกษา “Ministerial Regulations on Educational Quality Assurance Criteria and Methods B. E. 2553”. (2010) กำหนด มาตรฐานคุณภาพการศึกษา 15 มาตรฐาน

6. การบริหารคุณภาพโดยใช้แนวทางของ TQM (Feigenbaum, 1961, pp. 60-67) มีหลักการที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) การให้ความสำคัญกับลูกค้า (2) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และ (3) สมาชิกทุกคน ต้องมีส่วนร่วม

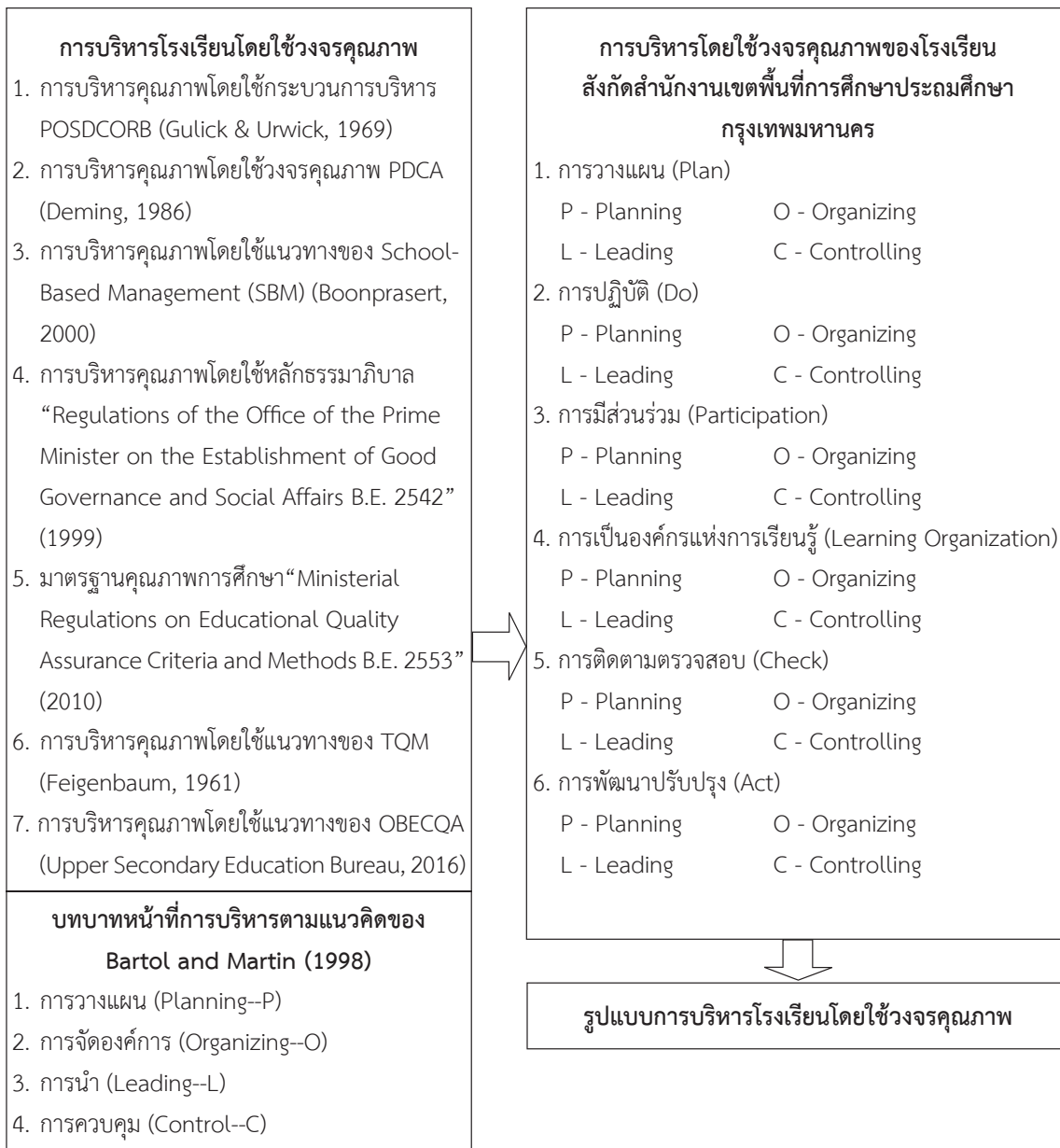
7. การบริหารคุณภาพโดยใช้แนวทางของ OBEC-QA (Upper Secondary Education Bureau, 2016, pp. 49-51) เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (OBECQA) ของโครงการโรงเรียนมาตรฐานสากล เพื่อองค์กรที่เป็นเลิศ ข้อกำหนดต่างๆ ของเกณฑ์ แบ่งออกเป็น 7 หมวดด้วยกัน ได้แก่ (1) การนำองค์กร (2) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (3) การมุ่งเน้นนักเรียน (4) การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ (5) การมุ่งเน้นบุคลากร (6) การมุ่งเน้นการดำเนินการ และ (7) ผลลัพธ์

8. บทบาทหน้าที่การบริหารตามแนวคิดของ Bartol and Martin (1998) ประกอบด้วย (1) การวางแผน (2) การจัดองค์การ (3) การนำ และ (4) การควบคุม

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษากรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้สังเคราะห์

จากแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสร้าง เป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัย โดยใช้วงจรคุณภาพ ยึดหลักการปฏิบัติงานในโรงเรียน ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรกิจคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 การศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารโรงเรียน โดยใช้วงจรกิจคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหาการศึกษา ลักษณะและวิธีการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรกิจคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ในประเด็นลักษณะการบริหารด้านการวางแผน ด้านการปฏิบัติ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้านการติดตามตรวจสอบ และด้านการพัฒนา ปรับปรุง และวิธีการบริหารโรงเรียนด้านการวางแผน การจัดการ การนำ และการควบคุม

ส่วนที่ 2 การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรกิจคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานครด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ประกอบด้วย ประเด็นการบริหารโรงเรียน มีสภาพปัจจุบันและปัญหาอย่างไร และการบริหารโรงเรียนด้านการวางแผน ด้านการปฏิบัติ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้านการติดตามตรวจสอบ และด้านการพัฒนา ปรับปรุงจากผู้บริหารโรงเรียน จำนวน 37 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการรวบรวมสภาพปัจจุบันและปัญหา พร้อมทั้งข้อเสนอนี้ต่างๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยจัดเป็นหมวดหมู่ของแต่ละประเด็นด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรกิจคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ศึกษาการปฏิบัติตามแนวทางการบริหารโรงเรียนโดยวงจรกิจคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร ด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า สอบถามครูผู้ปฏิบัติหน้าที่สอนในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร จำนวน 316 คนวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 2 การสร้างรูปแบบและการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรกิจคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานครจากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สภาพการบริหารและปัญหาในการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรกิจคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียน และจากการสอบถามการปฏิบัติตามแนวทางการบริหารโดยใช้วงจรกิจคุณภาพตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรกิจคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานครโดยวิธีการสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 คน รับฟังข้อคิดเห็น เสนอนำมาพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการบริหารโรงเรียนให้มีความสมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรกิจคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 การประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรกิจคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานครด้วยแบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และประเมินความสอดคล้องของรูปแบบมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบ

มาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณา ค่าดัชนีความสอดคล้องความตรงในเนื้อหา (CVI) จาก ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 คน ที่ร่วม สนทนาในกลุ่ม

ส่วนที่ 2 การประเมินความเป็นไปได้และความ เป็นประโยชน์ของรูปแบบการบริหารโดยใช้วงจร คุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถม ศึกษากรุงเทพมหานครด้วยแบบประเมินรูปแบบ มี ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณ ค่า วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานจากผู้บริหารโรงเรียน จำนวน 37 คน ผู้ช่วย ผู้บริหารโรงเรียน จำนวน 74 คน และครู จำนวน 74 คน รวมทั้งสิ้น 185 คน

ผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันและปัญหาการบริหารโรงเรียน โดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษากรุงเทพมหานคร พบว่า

1.1 สภาพปัจจุบันการบริหารโรงเรียน โดย ภาพรวมส่วนใหญ่บริหารงานด้วยระบบวงจรคุณภาพ ของเดมมิ่ง (PDCA) โรงเรียนมีภาระงานค่อนข้างมาก บริหารจัดการภาระงานตามกลุ่มงานที่โรงเรียนได้ กำหนดไว้แตกต่างกัน ซึ่งโรงเรียนส่วนใหญ่ แบ่งกลุ่ม งานออกเป็น 5 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มบริหารวิชาการ (2) กลุ่มบริหารแผนงานและงบประมาณ (3) กลุ่ม บริหารงานบุคลากรและงบประมาณ (4) กลุ่มบริหาร กิจการนักเรียน และ (5) กลุ่มบริหารทั่วไป

1.2 ปัญหาการบริหารโรงเรียน โดยภาพรวม ส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านการตรวจสอบไม่เป็นปัจจุบัน บุคลากรทุกระดับขาดการติดตามประเมินผลการ ดำเนินกิจกรรมด้วยตนเอง การบริหารโรงเรียนโดยใช้ วงจรคุณภาพขาดรูปแบบแนวทางที่ชัดเจน และขาด การสนับสนุนส่งเสริมให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

2. รูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจร คุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถม ศึกษากรุงเทพมหานคร จากการศึกษากิจการปฏิบัติ ตามแนวทางการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กรุงเทพมหานคร พบว่า การปฏิบัติตามแนวทางการ บริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพใน 6 ด้าน โดย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับการกำหนด แนวทางการบริหารจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้าน การติดตามตรวจสอบ ด้านการวางแผน ด้านการเป็น องค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้านการพัฒนาปรับปรุง ด้าน การมีส่วนร่วม และด้านการปฏิบัติรูปแบบการบริหาร วิทยาลัยโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย หลักการและแนวคิดของรูปแบบ วัตถุประสงค์ของรูปแบบ รูปแบบลักษณะวิธีการบริหารโรงเรียน

3. การประเมินรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้ วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษากรุงเทพมหานคร พบว่า

3.1 ความเหมาะสมของรูปแบบการบริหาร วิทยาลัยโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร มีความ เหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และค่าดัชนีความ สอดคล้องความตรงเชิงเนื้อหา (CVI) เท่ากับ 1.00 ผ่าน เกณฑ์การประเมิน

3.2 ความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ ของรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กรุงเทพมหานคร มีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก ผ่านเกณฑ์การประเมิน

การอภิปรายผล

1. สภาพปัจจุบันการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่บริหารงานด้วยระบบคุณภาพตามวงจรของเดมมิ่ง (PDCA) และคำนึงถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เน้นการมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการบริหารโรงเรียนให้เข้าไปตามความต้องการของชุมชนนั้น แสดงว่าโรงเรียนมีความตระหนักและเข้าใจในหลักการแนวคิดการบริหารจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน ซึ่งได้กำหนดไว้ใน “Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2540,” (1997) และพุทธศักราช 2550 โดยส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการด้วยและต้องดำเนินการให้ประชาชนได้รับการศึกษาตามความต้องการในระบบต่างๆ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต และจัดให้มีการร่วมมือกันระหว่างรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชน ในการจัดการศึกษาทุกระดับ โดยมีหน้าที่ดำเนินการ กำกับส่งเสริม และสนับสนุนให้การจัดการศึกษาดังกล่าวมีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล สอดคล้องกับ “National Education Act of B.E. 2542,” และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 มาตรา 4 วรรค 5 ได้บัญญัติให้สถานศึกษาขั้นพื้นฐานจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน ตามมาตรา 9 (2) ซึ่งบัญญัติถึงหลักการจัดระบบ โครงสร้าง และกระบวนการจัดการศึกษาให้ยึดหลักการกระจายอำนาจไปสู่เขตพื้นที่การศึกษา สถานศึกษา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นอกจากนี้ กฎกระทรวงได้กำหนดให้โรงเรียนจะต้องดำเนินการบริหารจัดการในรูปแบบขององค์คณะบุคคลเป็นคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อช่วยกำกับดูแล ชี้แนะการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ เป็นคนดีมีความสามารถ และอยู่ร่วมกับสังคมอย่างมีความสุข โดยจัดบริการ

อย่างทั่วถึง มีคุณภาพตามมาตรฐาน บริหารการศึกษาให้มีประสิทธิภาพ เสมอภาคโปร่งใสเป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาลโดยมีรูปแบบการกระจายอำนาจตามหลักการแนวคิดการบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน (School-Based Management--SBM) การยึดแนวทางการบริหารจัดการด้วยระบบคุณภาพ (Ministry of Education, 2003, p. 11, pp. 121-123) และสอดคล้องกับ Siridhrungsri (2012) สรุปได้ว่า การบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน เป็นการบริหารงานที่ต้องคำนึงถึงความต้องการของโรงเรียน ชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยเปิดโอกาสให้ผู้ปกครอง ครู นักเรียน และตัวแทนของชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม การบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานนั้นไม่ได้ปฏิเสธเรื่องการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย และนโยบายของส่วนรวม แต่มีความเชื่อว่าวิธีการทำงานให้บรรลุเป้าหมายนั้นทำได้หลายวิธี การที่ส่วนกลางทำหน้าที่เพียงกำหนดนโยบายและเป้าหมาย และให้โรงเรียนบริหารจัดการด้วยตนเองตามอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ซึ่งอาจดำเนินการได้หลากหลายด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน แล้วแต่ความพร้อมและสถานการณ์ของโรงเรียน ผลที่ได้น่าจะมีประสิทธิภาพสูงกว่าเดิมที่ทุกอย่างกำหนดมาจากส่วนกลาง ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสอดคล้องกับ Boonprasert (2000, pp. 154-156) ที่ได้เสนอแนวคิดการบริหารโดยใช้ โรงเรียนเป็นฐานว่าเป็นรูปแบบการบริหารที่มีหลักการแบบแผน ที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองเกี่ยวกับการกระจายอำนาจ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการศึกษาโดยตรงในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนของผู้ที่มีส่วนได้เสีย จะเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและจะรับผิดชอบในผลของการจัดการศึกษามากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการบริหารจัดการโรงเรียนนิติบุคคล ดังที่ Chewpreecha (2008) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารโรงเรียนนิติบุคคลในกำกับของรัฐไว้

2. ปัญหาการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

กรุงเทพมหานคร พบว่า มีปัญหาในด้านการติดตามตรวจสอบ อาจจะเป็นเนื่องมาจากนโยบายการบริหารจัดการของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานได้กำหนดให้โรงเรียนต่างๆ ได้พัฒนาโรงเรียนไปสู่มาตรฐานสากล โดยมีรูปแบบการบริหารคุณภาพโดยใช้แนวทางของ Total Quality Award (TQA) เป็นเครื่องมือในการบริหารคุณภาพหรือการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารตามแนวทางดังกล่าวนี้ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานได้นำรูปแบบการบริหารจัดการดังกล่าวมากำหนดเป็นเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (OBECQA) ให้โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการโรงเรียนมาตรฐานสากลได้ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาไปสู่ความเป็นเลิศ แบ่งออกเป็น 7 หมวด (Upper Secondary Education Bureau. (2016, p. 12) ประกอบไปด้วย การนำองค์การ กลยุทธ์ นักเรียนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดการวิเคราะห้และการจัดการความรู้ บุคลากร การปฏิบัติการ และผลลัพธ์ ซึ่งโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานครทุกโรงเรียนเข้าร่วมโครงการดังกล่าว การบริหารจัดการดำเนินกิจกรรมของโรงเรียนจะมีคณะกรรมการนิเทศติดตามตรวจสอบประเมินโรงเรียนดังกล่าวเป็นระยะอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้โรงเรียนจะต้องมีกระบวนการกำกับ ควบคุม ติดตามการดำเนินงานในโรงเรียนมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับที่ Mok (2002) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Decentralization and Marketization of Education in Singapore: A Case Study of the School Excellence Model” พบว่า แนวทางที่รัฐบาลจะช่วยสนับสนุนให้การศึกษามีคุณภาพ คือ การนำเสนอรูปแบบความเป็นเลิศสำหรับสถานศึกษา (School Excellence Model--SEM) เพื่อให้สถานศึกษาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและประเมินตนเอง ติดตามผลการดำเนินงานเป็นระยะ นอกจากนี้ทีมงานจะต้องถูกตรวจสอบ เป็นการทบทวนว่าสถาน

ศึกษามีวิธีการพัฒนาและใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ในการผลักดันให้บุคลากรทำงานอย่างเต็มศักยภาพเพื่อความเป็นเลิศของสถานศึกษา ซึ่งจากการศึกษาปัญหาของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร จึงพบว่า มีปัญหาเกี่ยวกับการติดตามตรวจสอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ngoasri (2007) และ Thabin (2007) ที่พบว่า มีปัญหาด้านการติดตามตรวจสอบเช่นกัน

3. รูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย องค์ประกอบ (1) หลักการและแนวคิดของรูปแบบ (2) วัตถุประสงค์ของรูปแบบ และ (3) ลักษณะและวิธีการบริหารโรงเรียนนั้นสอดคล้องกับหลักการแนวคิดของการสร้างรูปแบบของ Keeves (1988, p. 33) ซึ่งเป็นรูปแบบที่ใช้ภาษาในการอธิบายหรือเรียกว่ารูปแบบเชิงข้อความ โดยแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบที่สำคัญ และการสร้างรูปแบบตามแนวคิดของ Keeves (1988, p. 172) และ Steiner (1998) ด้วยการกำหนดมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ เสนอแนวทางการดำเนินงานหรือการอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ ตลอดจนข้อค้นพบใหม่เพื่อสื่อสารให้มีความเข้าใจตามวัตถุประสงค์ของรูปแบบนั้นๆ ซึ่ง Keeves (1988, p. 13) ได้ให้หลักการกว้างๆ เพื่อการสร้างรูปแบบไว้ กล่าวคือ (1) รูปแบบควรประกอบด้วยความสัมพันธ์อย่างมีโครงสร้างมากกว่าความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันแบบรวม (2) รูปแบบ ควรใช้เป็นแนวทางในการพยากรณ์ผลที่จะเกิดขึ้น ซึ่งสามารถถูกตรวจสอบได้โดยการสังเกต ซึ่งเป็นไปได้ที่จะทดสอบรูปแบบพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ (3) รูปแบบ ควรจะต้องระบุหรือชี้ให้เห็นถึงกลไกเชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษา ดังนั้น นอกจากรูปแบบจะเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ได้ ควรใช้อธิบายปรากฏการณ์ได้ด้วย และ (4) รูปแบบควรเป็น

เครื่องมือในการสร้างมโนทัศน์ใหม่ และสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรในลักษณะใหม่ ซึ่งเป็นการขยายในเรื่องที่กำลังศึกษา ดังเช่น การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนในฝันของ Nakawech (2011) พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการโรงเรียนควรมีองค์ประกอบหลัก 5 องค์ประกอบ คือ หลักการบริหารจัดการ วัตถุประสงค์ โครงสร้าง กลยุทธ์ และเงื่อนไขความสำเร็จ

4. การประเมินรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด มีความสอดคล้อง ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก อันเนื่องมาจากรูปแบบการบริหารโรงเรียนมีหลักการและแนวคิดของรูปแบบที่สัมพันธ์ตอบสนองต่อการจัดการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อพัฒนาผู้เรียนมุ่งสู่ศตวรรษที่ 21 จึงจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการที่เหมาะสม มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดลักษณะการบริหารโรงเรียน ในด้านการวางแผน การปฏิบัติ การมีส่วนร่วม การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ การติดตามตรวจสอบ และด้านการพัฒนาปรับปรุง ได้กำหนดวิธีการบริหารในแต่ละด้านด้วยบทบาทหน้าที่ด้านการบริหารในการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม จึงสอดคล้องสัมพันธ์กันกับหลักการแนวคิดและวัตถุประสงค์ ลักษณะและวิธีการบริหารโรงเรียนสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง เป็นไปได้สัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถปฏิบัติได้ สำหรับความเป็นประโยชน์ของรูปแบบนั้นอยู่ในระดับมาก อันเนื่องมาจากเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องโดยรวมทั้งหมดของโรงเรียน มีกระบวนการบริหารที่ชัดเจน มีแนวทางการปฏิบัติงานในโรงเรียนได้ตามสภาพจริง สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันและปัญหา ตลอดจนทั้งความต้องการของผู้เกี่ยวข้องได้กำหนดวิธีการที่ดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม และสามารถนำไปเป็นแนวทางการ

พัฒนาสู่มาตรฐานคุณภาพการศึกษาได้ เนื่องมาจากกระบวนการสร้างรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช่วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร ได้ดำเนินการสร้างอย่างมีขั้นตอนตามแนวคิดของ Keeves (1988, p. 172) และ Steiner (1998) และกำหนดลักษณะและวิธีการบริหารจากการสังเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎีของนักวิชาการต่างๆ และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกำหนด หลักการบริหารมุ่งสู่คุณภาพและการประเมินรูปแบบ สอดคล้องกับแนวทางการประเมินของ Guskey (2000) ที่ได้กำหนดหลักการประเมินที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพไว้ 4 ประการ คือ (1) ด้านความเหมาะสม ประกอบด้วย การบริหารและกระบวนการดำเนินกิจกรรม/โครงการ การพัฒนาบุคลากร องค์ความรู้และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ด้านภาคีเครือข่ายและการมีส่วนร่วม ด้านการวิจัยและพัฒนากิจกรรม/โครงการ และด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ (2) ด้านความสอดคล้องของรูปแบบ ซึ่งเป็นความสอดคล้องระหว่างรูปแบบกับกิจกรรมต่างๆ (3) ด้านความเป็นไปได้ ซึ่งรูปแบบมีความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติใช้บริหารโรงเรียนเพื่อมุ่งสู่คุณภาพ และ (4) ด้านความเป็นประโยชน์ รูปแบบมีความเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน กิจกรรม โครงการดังนั้น รูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช่วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร จึงมีความเหมาะสม สอดคล้อง เป็นไปได้ และเป็นประโยชน์ต่อการบริหารโรงเรียน จึงผ่านเกณฑ์การประเมิน อยู่ในระดับมากที่สุด และมา

ข้อเสนอแนะ

1. รูปแบบบริหารโรงเรียนโดยใช่วงจรคุณภาพ ที่ประกอบด้วย ลักษณะการบริหารโรงเรียนด้านการวางแผน ด้านการปฏิบัติ ด้านการมีส่วนร่วม ด้าน

การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้านการติดตามตรวจสอบ และด้านการพัฒนาปรับปรุง และวิธีการบริหารโรงเรียนด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการนำ และด้านการควบคุมนั้น โรงเรียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ตามสภาพปัจจุบันของโรงเรียนที่มีการบริหารจัดการด้วยระบบวงจรคุณภาพและนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาโรงเรียน 7 ด้าน ตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพระดับองค์กร OBECQA และ TQA

2. โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอื่นๆ มีสภาพบริหารที่แตกต่างกัน

การนำรูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพนี้ไปสู่การปฏิบัติ ควรจะประชุมผู้บริหารโรงเรียนและผู้เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจและควรจะประยุกต์ปรับวิธีการบริหารให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการ

3. โรงเรียนทุกสังกัด สามารถนำวิธีการบริหารโรงเรียนไปประยุกต์ใช้โดยกำหนดเป็นตัวชี้วัดระดับคุณภาพในระบอบงานประกันคุณภาพภายในของโรงเรียนได้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). *คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล*. กรุงเทพมหานคร: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- กฎกระทรวงว่าด้วยระบบ หลักเกณฑ์ และวิธีการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2553. (2553). *ราชกิจจานุเบกษา*, 127(23 ก), 22-35.
- ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์. (2555). *ครูสร้างคน คนสร้างศิลป์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถาวร เกาศรี. (2550). *พฤติกรรมกรรมการบริหารงานตามวงจรเดมมิ่งของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาหนองคายเขต 3*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ธีรพงศ์ ทับอินทร์. (2550). *การใช้วงจรเดมมิ่ง (พีดีซีเอ) ในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- ธงชัย ชิวปรีชา. (2551). *แนวทางการบริหารโรงเรียนนิติบุคคลในกำกับของรัฐ*. กรุงเทพมหานคร: พรึกหวานกราฟฟิค.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540. (2540). *ราชกิจจานุเบกษา*, 114(55 ก), 1-99.
- นิวัตร นาคะเวช. (2554). *การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการโรงเรียนในฝัน*. ดุษฎีนิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย.
- พิณสุดา สิริธรรังศรี. (2555). *รูปแบบกลไกการกระจายอำนาจการบริหารจัดการศึกษาสู่เขตพื้นที่การศึกษา และสถานศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: พรึกหวานกราฟฟิค.

- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. (2542). *ราชกิจจานุเบกษา*, 116(74 ก), 1-23.
- ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542. (2542). *ราชกิจจานุเบกษา*, 116(63 ง), 24-31
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2557). *รูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน*. กรุงเทพมหานคร: พริกหวานกราฟฟิค.
- สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย. (2559). *เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (OBECQA) ปี 2559-2560*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2559). (ร่าง) *กรอบทิศทางการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2574*. กรุงเทพมหานคร: พริกหวานกราฟฟิค.
- สัมพันธ์ พันธุ์พฤกษ์. (2559). *ผลสอบ “โอเน็ต” ป. 6 - ม. 3 คะแนนสูงขึ้นแต่ไม่ผ่าน*. ค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.admissionpremium.com/news/671>
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร. (2559). *แผนปฏิบัติการราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- อุทัย บุญประเสริฐ. (2543). *การศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการศึกษาของสถานศึกษาในรูปแบบการบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

References

- Bartol, K. M., & Martin, D. C. (1998). *Management* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Boonprasert, U. (2000). *A study of the educational administration and management guidelines of Schools in a School Based Management style*. Kurusapa Printing Ladphrao. [In Thai]
- Bangkok Primary Education Service Area Office. (2016). *Action plan budget year B.E. 2559 of Bangkok Primary Education Service Area Office*. Author. [In Thai]
- Chewpreecha, T. (2008). *Guidelines for the administration of state autonomous school*. Prigwhan Graphics. [In Thai]
- Constitution of the Kingdom of Thailand B. E. 2540. *Gazette*, 114(55 A), 1-99.[In Thai]
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. MA: MIT Press.
- Feigenbaum, A. V. (1961). *Total quality control engineering and management*. McGraw-Hill.
- Gulick, L., & Urwick, L. (1969). *Papers on the science of administration: Notes of the theory of organization*. A. M. Kelley.
- Guskey, T. R. (2000). *Evaluating professional development*. Corwin Press.
- Keeves, P. J. (1988). *Model and model building educational research methodology and measurement: An international handbook*. Pergamon Press.
- Ministerial Regulations on Educational Quality Assurance Criteria and Methods B. E. 2553. *Gazette*, 127(23 A), 22-35. [In Thai]
- Ministry of Education. (2003). *Manual to basic education school management as a juristic person*. Express Transportation Organization of Thailand. [In Thai]
- Mok, K. (2002). Decentralization and marketization of education in Singapore: A case study of the school excellence model. *Journal of Educational Administration*, 41(4), 348-366.
- Nakawech, N. (2011). *Development of a model for lab school administration*. Doctoral dissertation in education, Eastern Asia University. [In Thai]
- National Education Act of B. E. 2542. *Gazette*, 116(74A), 1-23.[In Thai]
- Ngoasri, T. (2007). *School administrators' behaviors based on Demming cycle (PDCA) as perceived by teachers of schools under Office of Nongkhai Educational Service Area 3*. Master's thesis in education, RajabhatMahasarakham University. [In Thai]
- Office of the Education Council. (2014). *Basic school management model*. Prigwhan Graphics. [In Thai]
- Office of the Education Council. (2016). (Draft) *National educational direction framework B. E. 2560-2574*. Prigwhan Graphics. [In Thai]

- Phanphruk, S. (2016). *Test results "O-NET" Primary school 6 to Secondary school 3 scores higher but not passed*. Retrieved July, 16, 2016 from <http://www.admissionpremium.com/news/671>
[In Thai]
- Pornrunroj, C. (2012). *Teacher creating, people creating art* (2nd ed.). Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Regulations of the Office of the Prime Minister on the Establishment of Good Governance and Social Affairs B. E. 2542. *Gazette*, 116(63D), 24-31.[In Thai]
- Siridhrungsri, P. (2012). *Model of the mechanism of decentralization of educational administration to educational service areas and schools*. Prigwhan Graphics. [In Thai]
- Steiner, L.(1998). Organizational dilemmas as barriers to learning. *The Learning Organization*, 5(4), 193-201.
- Thabin, T. (2007). *Using the Deming circle (PDCA) of academic administration in the secondary school under Secondary Education Service Area Office 42*. Master's thesis in education, Thepsatri Rajabhat University. [In Thai]
- Upper Secondary Education Bureau. (2016). *Office of Basic Education Commission Quality Award (OBECQA) B. E. 2559-2560*. Author. [In Thai]

ปัญหาความเป็นมาตรฐานกลางของพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539: ศึกษากรณี ข้อยกเว้นขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์ หรือโต้แย้งให้เป็นไปตามที่กฎหมายเฉพาะกำหนด

สิทธิเดช ประภาษานนท์¹ เอกพงษ์ สารน้อย²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความสำคัญของการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครอง (Le Recours Administratif) และความเป็น “กฎหมายกลาง” ของพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 รวมทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นจากการที่กำหนดให้ขั้นตอนและระยะเวลาในการอุทธรณ์หรือโต้แย้งเป็นไปตามที่กฎหมายเฉพาะแต่ละฉบับกำหนดตามมาตรา 3 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยทางเอกสาร

ผลการวิจัย พบว่า การกำหนดให้ขั้นตอนและระยะเวลาในการอุทธรณ์หรือโต้แย้งเป็นไปตามที่กฎหมายเฉพาะแต่ละฉบับกำหนด เป็นผลทำให้เกิดความไม่เป็นมาตรฐานของวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองในส่วนของ การอุทธรณ์หรือโต้แย้งคำสั่งทางปกครองที่เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายเฉพาะแต่ละฉบับซึ่งมีหลักเกณฑ์และรายละเอียดที่แตกต่างกัน และยังพบว่า บทบัญญัติในกฎหมายเฉพาะบางฉบับมีความซับซ้อนในการตีความทำให้ยากแก่การทำความเข้าใจของประชาชนทั่วไป จนเป็นเหตุที่อาจทำให้ประชาชนเสียสิทธิต่างๆ เช่น สิทธิในการขอให้ฝ่ายปกครองทบทวนคำสั่งทางปกครอง หรือสิทธิในการฟ้องคดีต่อศาลปกครอง อีกทั้งยังพบว่า มีบทบัญญัติของกฎหมายเฉพาะบางฉบับที่มีได้กำหนดหลักเกณฑ์ที่ประกันความเป็นธรรมให้แก่ประชาชน ปัญหาดังกล่าวจึงทำให้การอุทธรณ์หรือโต้แย้งคำสั่งทางปกครองซึ่งถือเป็นการปฏิบัติราชการอย่างหนึ่งไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์ของการตราพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539

คำสำคัญ: การอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครอง; ความเป็นมาตรฐานกลางของวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง; ข้อยกเว้นของพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

สิทธิเดช ประภาษานนท์ และเอกพงษ์ สารน้อย. (2563). ปัญหาความเป็นมาตรฐานกลางของพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539: ศึกษากรณี ข้อยกเว้นขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งให้เป็นไปตามที่กฎหมายเฉพาะกำหนด. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 59-69.

¹ นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายมหาชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
2410/2 ถนนพหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900. ประเทศไทย
อีเมล: sitidach789@gmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

The Problem of the Standards of the Administrative Procedure Act B. E. 2539: Case Study of Exceptions, Procedures and Time for Appeal or Dispute to be in Accordance with The Specific Laws

Sitidach Paparsanon¹ Egkapong Sarnnoi²

Abstract

This independent study aimed to investigate the importance of the internal administrative appeal (Le Recours Administratif) and the “Central Law” of the Administrative Procedure Act B. E. 2539 including problems arising from assignments of the procedures and timelines for appeal or dispute which are subjected to certain specific laws according to Paragraph 2 of Section 3 of the Administrative Procedure Act B. E. 2539.

This study found that setting the procedures and timelines for appeal or dispute to be subjected to specific laws cause non-standard administrative procedures in appeal or dispute process which are subjected to certain specific laws that have different rules and details. Besides, it has also been found that certain provisions of some special laws are complex and difficult to be interpreted making it difficult for the general public to understand causing people to lose their rights such as the right to request the administration to review the order or the right to file a lawsuit before the Administrative Court. It was also found that certain provisions of some special laws do not prescribe rules that ensure fairness to the people. These problems show that the appeal or dispute of administrative orders, which is considered to be a general public service, is not in accordance with the intention of the enactment of the Administrative Procedure Act B. E. 2539.

Keywords: Internal Administrative Appeal; The Standardization of the Administrative Procedure Act; The Exceptions of the Administrative Procedure Act

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Paparsanon, S., & Sarnnoi, E. (2020). The problem of the standards of the administrative procedure Act B. E. 2539: Case study of exceptions, procedures and time for appeal or dispute to be in accordance with the specific laws. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 59-69.

¹ Master of Laws, Public Law, Sripatum University.
2410/2 Phaholyothin Road, Jatujak, Bangkok 10900, Thailand.
E-mail: sitidach789@gmail.com

² Lecturer of Master of Laws, Public Law, Sripatum University.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองเป็นกระบวนการควบคุมภายในฝ่ายปกครองที่สำคัญประการหนึ่ง ที่อาจแก้ไขบรรดาข้อพิพาทระหว่างหน่วยงานผู้ใช้อำนาจทางปกครองกับประชาชนให้หมดสิ้นไป เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน และยังเป็นการให้ฝ่ายปกครองได้ทบทวนคำสั่งทางปกครองของตนเองให้ถูกต้องยิ่งขึ้นโดยเปิดโอกาสให้ฝ่ายปกครองทบทวน แก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงคำสั่งทางปกครองของตนเองให้ถูกต้อง ทั้งในส่วนขอเท็จจริง ข้อกฎหมาย และความเหมาะสมในการออกคำสั่งทางปกครอง ซึ่งการอุทธรณ์และการพิจารณาอุทธรณ์จึงถือได้ว่าเป็นการปฏิบัติราชการทางปกครองที่สำคัญอย่างหนึ่งแต่อย่างไรก็ตามการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองของประเทศไทยยังคงมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปตามที่กฎหมายเฉพาะแต่ละฉบับกำหนดจนมีลักษณะขาดความเป็นเอกภาพ ยากแก่ความเข้าใจของประชาชน และยังมีบทบัญญัติของกฎหมายเฉพาะบางฉบับที่ไม่มีหลักประกันความเป็นธรรมและมาตรฐานของการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองแม้ปัจจุบันประเทศไทยจะมีการตราพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 ขึ้นเพื่อใช้เป็น “กฎหมายกลาง” ที่กำหนดมาตรฐานในการปฏิบัติราชการทางปกครองและสร้างหลักเกณฑ์ที่ประกันความเป็นธรรมให้แก่ประชาชนในการปฏิบัติราชการทางปกครองแล้วก็ตามแต่ในมาตรา 3 วรรคสอง ของพระราชบัญญัติดังกล่าว ยังคงยกเว้นให้ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งนั้นเป็นไปตามที่กฎหมายเฉพาะแต่ละฉบับกำหนด ทำให้ไม่สามารถนำหลักเกณฑ์และวิธีการต่างๆที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มาใช้แก่การอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองได้ ประกอบกับปัจจุบันการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองถือเป็นสาระสำคัญประการหนึ่งในการฟ้องคดีต่อศาลปกครองตาม

มาตรา 42 แห่งพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ. 2542 ทำให้ประชาชนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากคำสั่งทางปกครองที่ประสงค์จะฟ้องคดีต่อศาลปกครองจะต้องดำเนินการตามที่กฎหมายเฉพาะกำหนดการเยียวยาหรือแก้ไขความเดือดร้อนไว้เสียก่อนหรือหากกฎหมายเฉพาะมิได้กำหนดขั้นตอนดังกล่าวไว้บุคคลดังกล่าวจะต้องทำการอุทธรณ์คำสั่งทางปกครองตามพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 กำหนดไว้ จึงจะมีสิทธิฟ้องคดีต่อศาลปกครองได้ จากเงื่อนไขดังกล่าวทำให้ประชาชนต้องทำการศึกษาว่าคำสั่งทางปกครองที่ตนได้รับผลกระทบมีกฎหมายเฉพาะที่กำหนดวิธีการอุทธรณ์หรือโต้แย้งภายในฝ่ายปกครองไว้หรือไม่อย่างไร หากกฎหมายเฉพาะมิได้กำหนดไว้ ประชาชนผู้ได้รับผลกระทบจะต้องอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 กำหนดไว้ก่อนจะฟ้องคดีต่อศาลปกครอง มิฉะนั้นศาลปกครองจะไม่รับคดีไว้พิจารณาและด้วยความไม่เป็นเอกภาพของการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองที่กล่าวข้างต้นนั้นจึงทำให้เกิดความยุ่งยากในการทำความเข้าใจของประชาชนทั่วไปที่ไม่มีความรู้ด้านกฎหมายปกครอง จนกระทั่งเสียสิทธิในการขอให้ฝ่ายปกครองทบทวนคำสั่งทางปกครองรวมทั้งสิทธิในการขอให้ศาลปกครองวินิจฉัยคำสั่งทางปกครองเนื่องจากมิได้ดำเนินการตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดไว้อีกด้วยซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 กำหนดให้การอุทธรณ์เป็นไปตามที่กฎหมายเฉพาะกำหนด โดยไม่มีหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานกลางดังเช่นวิธีปฏิบัติราชการอื่นที่อย่างน้อยประชาชนสามารถศึกษาหลักเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 ได้ แม้ปัจจุบันจะมีความเห็นของคณะกรรมการกฤษฎีกา คณะกรรมการวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง หรือ

คำพิพากษาของศาลปกครองที่วินิจฉัยปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วก็ตาม แต่ยังคงพบว่าปัญหาข้างต้นยังคงเกิดขึ้นดังจะเห็นได้จากการที่ยังมีคดีในลักษณะดังกล่าวขึ้นสู่องค์กรวินิจฉัยตีความ องค์การวินิจฉัยข้อพิพาท และศาลปกครองอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาให้ทราบถึงทฤษฎี แนวความคิด และหลักการที่เกี่ยวกับการอุทธรณ์ภายในต่อฝ่ายปกครอง และความเป็นมาตรฐานกลางของกฎหมายวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ

2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาจากการที่พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 จากการยกเว้นให้ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งเป็นไปตามที่กฎหมายเฉพาะกำหนด

3. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการที่ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งที่แตกต่างกัน และปัญหาจากการที่พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มิได้กำหนดให้ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์เป็นมาตรฐานกลาง

4. เพื่อหาข้อสรุปและแนวทางแก้ไขปัญหากับการที่ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งที่แตกต่างกันและการที่พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มิได้กำหนดให้ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์เป็นมาตรฐานกลาง

นิยามศัพท์

ระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้ง หมายความว่า ระยะเวลาที่กฎหมายกำหนดให้ผู้ได้รับผลกระทบจากการกระทำทางปกครองหรือคำสั่งทางปกครองขอให้ฝ่ายปกครองทบทวน เพื่อให้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลง ยกเลิก หรือเพิกถอน การกระทำทางปกครอง หรือคำสั่งทางปกครองที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย

กฎหมายเฉพาะ หมายความว่า กฎหมายซึ่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองใช้ในการดำเนินการทางปกครองตามอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง ซึ่งจะกำหนดวิธีการและระยะเวลาในการดำเนินการของฝ่ายปกครอง

เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง หมายความว่า บุคคล คณะบุคคล หรือนิติบุคคล ซึ่งใช้อำนาจหรือได้รับมอบหมายให้ใช้อำนาจทางปกครองของรัฐในการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดตามกฎหมายไม่ว่าจะเป็นการจัดตั้งขึ้นในระบบราชการ รัฐวิสาหกิจหรือกิจการอื่นของรัฐหรือไม่ก็ตาม

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาถึงแนวความคิดและหลักการเบื้องต้นของการอุทธรณ์หรือโต้แย้งภายในฝ่ายปกครองว่ามีหลักความคิดและจุดประสงค์ในการกำหนดให้มีการอุทธรณ์หรือโต้แย้งภายในฝ่ายปกครองอย่างไร โดยศึกษาจากแนวคิดของต่างประเทศ คือ สาธารณรัฐฝรั่งเศส และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี รวมทั้งศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับหลักความเป็นมาตรฐานกลางของวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง และพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 ของประเทศไทย ตลอดจนคำวินิจฉัย คำพิพากษา และความเห็นทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งทางปกครอง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงทฤษฎี แนวความคิด และหลักการที่เกี่ยวกับการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครอง และความเป็นมาตรฐานกลางของกฎหมายวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง ทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ

2. ทำให้ทราบถึงปัญหาจากการที่พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 จากการ

ยกเว้นให้ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งเป็นไปตามที่กฎหมายเฉพาะกำหนด

3. ทำให้ทราบปัญหาเกี่ยวกับการที่ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งที่แตกต่างกัน และปัญหาจากการที่พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มิได้กำหนดให้ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์เป็นมาตรฐานกลาง

4. ทำให้ได้ข้อสรุปและแนวทางแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการที่ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งที่แตกต่างกันและการที่พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มิได้กำหนดให้ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์เป็นมาตรฐานกลาง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมภายในฝ่ายปกครองและการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครอง ถือเป็น การควบคุมตรวจสอบการกระทำทางปกครองขั้นพื้นฐาน ซึ่งผู้ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายจากการกระทำทางปกครองอาจทำการร้องเรียนหรือขอให้ฝ่ายปกครองทบทวน เพื่อให้เยียวยาความเดือดร้อนหรือเสียหายที่ตนเองได้รับ (Boramanan, 2017) โดยผู้ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายสามารถกระทำได้ 3 วิธี ด้วยกันคือ การร้องเรียนต่อเจ้าหน้าที่ผู้ออกคำสั่ง การร้องเรียนต่อผู้บังคับบัญชา และการร้องเรียนต่อคณะกรรมการในลักษณะกึ่งข้อพิพาท โดยในชั้นทบทวนของฝ่ายปกครองนั้นสามารถทบทวนการกระทำทางปกครองได้ทั้งในด้านความชอบด้วยกฎหมาย (Légalité) และในด้านความเหมาะสม (L'opportunité) ซึ่งเป็นจุดแตกต่างระหว่างการควบคุมโดยกระบวนการภายในฝ่ายปกครองกับการควบคุมโดยองค์กรศาลเนื่องจากในการควบคุมโดยองค์กรศาลจะสามารถควบคุมได้เฉพาะในด้านความชอบด้วยกฎหมายเท่านั้น (Boon-anan, 2008) โดยในสาธารณรัฐฝรั่งเศสและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

เรียกระบบการทบทวนหรือการเยียวยาว่า “ระบบปกติ” ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดที่ว่าฝ่ายปกครองต้องรับผิดชอบตรวจสอบการกระทำของตน หากมีคำสั่งทางปกครองที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายฝ่ายปกครองมีหน้าที่จะต้องเพิกถอนคำสั่งดังกล่าวซึ่งอาจจะกระทำโดยเจ้าหน้าที่ผู้ออกคำสั่งทางปกครองเอง หรือผู้บังคับบัญชาตามสายบังคับบัญชาก็ได้ (Wongwattanasan, 1997)

2. แนวความคิดของกฎหมายที่มีสถานะความเป็นกฎหมายกลาง เป็นความคิดภายใต้หลักความชอบด้วยกฎหมายของการกระทำทางปกครองที่กำหนดให้ฝ่ายปกครองจะต้องดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งกฎหมายของฝ่ายปกครองมีอยู่จำนวนมาก และกฎหมายได้กำหนดรูปแบบ ขั้นตอน และกระบวนการในการดำเนินการทางปกครองที่แตกต่างกันไป ดังนั้น เพื่อให้การใช้บังคับกฎหมายอยู่ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ถูกต้อง และเป็นธรรมต่อประโยชน์ของเอกชนจึงต้องกำหนดให้มีกฎหมายวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองขึ้นเป็นมาตรฐานในการดำเนินการของฝ่ายปกครอง (Sangsarapan, 2017) โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองจะต้องนำหลักเกณฑ์และวิธีการที่บัญญัติไว้ในกฎหมายเฉพาะที่ตนที่จะนำมาใช้ในทางปกครองมาพิจารณาว่ามีหลักเกณฑ์ที่ประกันความเป็นธรรมหรือมีมาตรฐานในการปฏิบัติราชการที่ต่ำกว่ากฎหมายวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองหรือไม่ หากพบว่ามีกฎหมายมีหลักเกณฑ์ที่ต่ำกว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองจะนำกฎหมายเฉพาะมาบังคับใช้ไม่ได้และจะต้องใช้หลักเกณฑ์ของกฎหมายวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองแทน (Pakeerat, 2011) ทั้งนี้ เพื่อให้การปฏิบัติราชการมีวิธีการที่เป็นแบบเดียวกันซึ่งเป็นการง่ายต่อความเข้าใจของประชาชน (Wongwattanasan, 1997)

3. แนวคิดของกฎหมายที่มีหลักเกณฑ์ที่ประกันความธรรม เป็นความคิดที่ต้องการให้บุคคลซึ่งอยู่ในบังคับของคำสั่งทางปกครองมีโอกาสต่อสู้ป้องกัน

สิทธิของตนหรือเรียกร้องให้มีการบังคับตามสิทธิของตนได้ในฐานะที่ตนเป็น “ผู้ทรงสิทธิ” (Panpaen & Boonnan, 2018) ซึ่งหลักเกณฑ์ที่ประกันความธรรม หมายถึง หลักเกณฑ์ของผู้ที่ตกอยู่ภายใต้บังคับของคำสั่งทางปกครอง โดยอาจเป็นหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวกับโอกาสของบุคคลนั้นในการต่อสู้เพื่อป้องกันสิทธิของตนที่อาจจะถูกระทบจากการกระทำของฝ่ายปกครอง หรืออาจเป็นการเรียกร้องให้บังคับตามสิทธิของตน เช่น สิทธิในการนำทนายความหรือที่ปรึกษาเข้ามาในการพิจารณาทางปกครองซึ่งบัญญัติไว้ในมาตรา 23 แห่งพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 เป็นต้น (Pakeerat, 2011)

4. หลักการในการยกเว้นการบังคับใช้พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มีด้วยกัน 4 กรณี คือ กรณีที่มีกฎหมายกำหนดขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งไว้โดยเฉพาะกรณีที่มีกฎหมายเฉพาะกำหนดมาตรการบังคับทางปกครองไว้ โดยเฉพาะ กรณีที่เป็นองค์กรบางองค์กรหรือการดำเนินการบางประการตามที่ระบุไว้ได้แก่ รัฐสภา และคณะรัฐมนตรี องค์กรที่ใช้อำนาจตามรัฐธรรมนูญโดยเฉพาะ การพิจารณาของนายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีในงานทางนโยบายโดยตรง การพิจารณาคดีของศาลและการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ในกระบวนการพิจารณาคดี การบังคับคดีและการวางทรัพย์ การพิจารณาวินิจฉัยเรื่องร้องทุกข์และการสั่งการตามกฎหมายกฤษฎีกา การดำเนินงานเกี่ยวกับนโยบายต่างประเทศ การดำเนินการเกี่ยวกับราชการทางทหาร การดำเนินการงานตามกระบวนการยุติธรรมทางอาญา การดำเนินการกิจการขององค์กรทางศาสนา และกรณีที่เป็นการดำเนินการกิจการหรือหน่วยงานที่มีการกำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกา ซึ่งเป็นหลักการเพื่อให้มีการยกเว้นการบังคับใช้พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 เพิ่มเติมได้ในกรณีที่มีเหตุสมควร แต่จะต้องกำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาและต้อง

เป็นการดำเนินการตามข้อเสนอของคณะกรรมการวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง (Sawangsak, 2018)

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยศึกษาแนวความคิดและหลักการเบื้องต้นของการอุทธรณ์หรือโต้แย้งภายในฝ่ายปกครองว่ามีหลักความคิดและจุดประสงค์ในการกำหนดให้มีการอุทธรณ์หรือโต้แย้งภายในฝ่ายปกครองอย่างไร รวมทั้งศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับหลักความเป็นกฎหมายกลางของวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองและพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 ของประเทศไทย ตลอดจนคำวินิจฉัย คำพิพากษาและความเห็นทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งทางปกครอง

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) ด้วยวิธีการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครอง และกฎหมาย วิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง ทั้งเอกสารทางวิชาการ หนังสือ วิทยานิพนธ์ วารสาร บทบัญญัติของกฎหมาย บทความ ความเห็นของคณะกรรมการกฤษฎีกาคำพิพากษา ศาลปกครองชั้นต้น คำพิพากษาศาลปกครองสูงสุดและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาการที่ขั้นตอนและระยะเวลาในการอุทธรณ์แตกต่างกันในกฎหมายแต่ละฉบับ

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ผลการวิจัย ดังนี้

1. การอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองเป็นวิธีการที่ให้ผู้คนที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายจากคำสั่งทางปกครองของเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองหรือหน่วยงาน

ของรัฐสามารถยื่นข้อโต้แย้งหรือข้อเรียกร้อง เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือหน่วยงานของรัฐดำเนินการยกเลิกเพิกถอน ระงับยับยั้ง หรือแก้ไขคำสั่งทางปกครองดังกล่าวโดยมีหลักการสำคัญ คือ การตรวจสอบควบคุมในชั้นฝ่ายปกครอง ทั้งจากตัวเจ้าหน้าที่ผู้ทำคำสั่งทางปกครองเองและผู้บังคับบัญชาเหนือชั้นขึ้นไปของเจ้าหน้าที่ดังกล่าว อันเป็นไปตามหลักการตรวจสอบและความรับผิดชอบตามลำดับสายบังคับบัญชา (Hierarchy) โดยมีความมุ่งหมายที่จะเป็นเครื่องมือในการแก้ไขบรรดาข้อพิพาทระหว่างหน่วยงานของรัฐและประชาชน เพื่อเป็นการคุ้มครองและเป็นหลักประกันสิทธิเสรีภาพของประชาชน และในขณะเดียวกันการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองก็เป็นช่องทางที่ทำให้ฝ่ายปกครองได้มีโอกาสทบทวนการกระทำของตนเองว่าถูกต้อง เหมาะสม และชอบด้วยกฎหมายหรือไม่ ซึ่งเป็นโอกาสที่ทำให้ฝ่ายปกครองได้ตรวจสอบประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการของหน่วยงานตนเองไปด้วยอีกทั้งการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองยังเป็นประโยชน์ต่อกระบวนการยุติธรรมทางปกครองในการถ่วงดุลข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายในคดีปกครองต่างๆ เพื่อให้ข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายเด่นชัดขึ้นก่อนคดีจะขึ้นสู่ศาลปกครอง และหากข้อพิพาทสามารถระงับไปในชั้นการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองได้ก็จะทำให้การแก้ไขความเดือดร้อนของประชาชนเป็นไปอย่างรวดเร็วและทำให้ปริมาณคดีที่ขึ้นสู่ศาลปกครองลดลงอีกด้วย

2. พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 เป็น “กฎหมายกลาง” ซึ่งกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนในการปฏิบัติราชการทางปกครองแก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ โดยมีความมุ่งหมายหลักเพื่อให้มีหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติราชการทางปกครองที่เป็นมาตรฐานและง่ายต่อความเข้าใจของประชาชน รวมทั้งมีหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ประกันความเป็นธรรมให้แก่ประชาชน แต่สำหรับการอุทธรณ์หรือโต้แย้งภายในฝ่ายปกครองนั้น

พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 กำหนดให้ขั้นตอนและระยะเวลาในการอุทธรณ์หรือโต้แย้งเป็นตามที่กฎหมายเฉพาะแต่ละฉบับกำหนด เนื่องจากผู้ร่างกฎหมายเห็นว่ากฎหมายแต่ละฉบับได้กำหนดเรื่องการเยียวยาความเสียหายในขั้นตอนต่างๆ ไว้แล้ว ประกอบกับขณะร่างมีกฎหมายเฉพาะที่กำหนดเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์ไว้เป็นจำนวนมาก จึงยกเว้นมิให้นำพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มาใช้บังคับ ส่งผลทำให้ขั้นตอนและระยะเวลาในการอุทธรณ์หรือโต้แย้งภายในฝ่ายปกครองเป็นไปตามที่กฎหมายแต่ละฉบับกำหนดไว้

3. การยกเว้นมิให้นำพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 บังคับใช้กับขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์ที่มีกฎหมายเฉพาะกำหนดไว้ ทำให้การอุทธรณ์หรือโต้แย้งคำสั่งทางปกครองแตกต่างกันไปตามแต่ที่กฎหมายเฉพาะแต่ละฉบับกำหนด ซึ่งกฎหมายเฉพาะที่กำหนดระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งนั้นถูกบัญญัติขึ้นไว้หลายฉบับ บางฉบับถูกตราขึ้นมาเป็นระยะเวลานานโดยมิได้มีการปรับปรุงแก้ไขและบางฉบับมีบทบัญญัติที่ไม่ชัดเจนยากต่อการตีความและการทำความเข้าใจของประชาชนทั่วไป เมื่อพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 กำหนดให้การอุทธรณ์โต้แย้งเป็นไปตามที่กฎหมายเฉพาะกำหนดจึงทำให้มีหลายกรณีที่ประชาชนผู้ได้รับผลกระทบจากคำสั่งทางปกครองมิได้ดำเนินการตามที่กฎหมายเฉพาะกำหนดจนกระทั่งเสียสิทธิในการอุทธรณ์หรือโต้แย้งคำสั่งทางปกครอง หรือสิทธิในการขอให้ศาลปกครองพิจารณาคำสั่งทางปกครองที่ตนได้รับผลกระทบ

4. การยกเว้นมิให้พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 ใช้กับขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์ที่มีกฎหมายเฉพาะกำหนดไว้ นั้นแตกต่างจากข้อยกเว้นอื่นๆ ที่กำหนดในมาตรา 4 แห่ง

พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 ที่เป็นการยกเว้นการดำเนินการหรือการปฏิบัติหน้าที่ขององค์กรฝ่ายนิติบัญญัติ องค์กรฝ่ายตุลาการ และองค์กรฝ่ายบริหาร เช่น การออกนโยบายภายในประเทศและนโยบายระหว่างประเทศการปฏิบัติการทางทหาร และการดำเนินงานตามกระบวนการยุติธรรม ซึ่งถือเป็นอำนาจของฝ่ายบริหารตามที่รัฐธรรมนูญให้อำนาจไว้ หรือการดำเนินการขององค์กรตุลาการ เช่น พิพากษาคดีแพ่งและคดีอาญา และการบังคับคดียึดทรัพย์ ซึ่งถือเป็นการใช้อำนาจของฝ่ายตุลาการตามที่รัฐธรรมนูญกำหนด หรือการดำเนินการขององค์กรที่ใช้อำนาจตามรัฐธรรมนูญ เช่น ศาลรัฐธรรมนูญ หรือคณะกรรมการการเลือกตั้ง เป็นต้น จะเห็นได้ว่า ข้อยกเว้นดังกล่าวยกเว้นสำหรับองค์กรที่เป็นการใช้อำนาจอธิปไตยตามหลักการแบ่งแยกอำนาจหรือองค์กรที่ใช้อำนาจในระดับรัฐธรรมนูญ ซึ่งไม่อาจตกอยู่ในบังคับของกฎหมายระดับพระราชบัญญัติได้อยู่แล้วแม้จะไม่มีบัญญัติไว้ก็ตาม ดังนั้น เหตุผลและความสำคัญของการยกเว้น มิให้บังคับใช้พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 ในเรื่องของขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งนั้น จึงมีเหตุผลและความสำคัญที่น้อยกว่าข้อยกเว้นอื่นของพระราชบัญญัติดังกล่าว

การอภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลจากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และหลักการเกี่ยวกับกฎหมายวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง การอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครอง หลักกฎหมายเกี่ยวข้อ ตลอดจนความเห็นของคณะกรรมการกฤษฎีกา คณะกรรมการวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง และคำพิพากษาศาลปกครองได้ข้อค้นพบว่า ปัจจุบันมีกฎหมายเฉพาะที่บัญญัติเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งไว้เป็นจำนวนมาก โดยกฎหมายเฉพาะแต่ละฉบับได้กำหนดขั้นตอน

และระยะเวลาไว้แตกต่างกันออกไป ทำให้การอุทธรณ์หรือโต้แย้งคำสั่งทางปกครองไม่มีความเป็นมาตรฐานกลางในการดำเนินการดังเช่นวิธีปฏิบัติราชการอื่น ทั้งยังพบว่าบทบัญญัติของกฎหมายเฉพาะเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งภายในฝ่ายปกครองยังคงมีปัญหาในด้านต่างๆ ดังนี้

1. กรณีที่บทบัญญัติของกฎหมายเฉพาะมิได้กำหนดขั้นตอนเกี่ยวกับการอุทธรณ์หรือโต้แย้งไว้ ประชาชนผู้ได้รับผลกระทบจากคำสั่งทางปกครองต้องศึกษาว่ามีบทบัญญัติที่กำหนดให้มีการอุทธรณ์ไว้หรือไม่ หากไม่มีก็ต้องอุทธรณ์หรือโต้แย้งคำสั่งทางปกครองตามพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการ พ.ศ. 2539 เสียก่อน ซึ่งถือเป็นความยุ่งยากในการทำความเข้าใจของประชาชนทั่วไปที่จะต้องทำการศึกษากฎหมายเฉพาะแต่ละฉบับ โดยไม่มีบทบัญญัติที่เป็นมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ขั้นต่ำไว้ดังเช่นวิธีปฏิบัติราชการอื่น

2. กรณีที่บทบัญญัติของกฎหมายเฉพาะกำหนดขั้นตอนเกี่ยวกับการอุทธรณ์หรือโต้แย้งไว้ แต่เป็นบทบัญญัติที่ไม่ชัดเจน หรือไม่อาจสื่อให้เห็นถึงความหมายว่าเป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับการอุทธรณ์หรือโต้แย้งคำสั่งทางปกครองอย่างชัดเจน หรือในบางกรณีบทบัญญัติมีความซับซ้อนและยากต่อการตีความ จึงทำให้ประชาชนทั่วไปไม่สามารถเข้าใจความหมายหรือตีความในบทบัญญัติของกฎหมายเฉพาะได้

3. กรณีที่บทบัญญัติของกฎหมายเฉพาะมิได้กำหนดขั้นตอนเกี่ยวกับการอุทธรณ์หรือโต้แย้งไว้ แต่กำหนดให้ฟ้องศาลได้โดยตรง ซึ่งส่งผลทำให้คำสั่งทางปกครองดังกล่าวมิได้รับการทบทวนและกลั่นกรองจากฝ่ายปกครองก่อนที่คดีจะขึ้นสู่ศาล ซึ่งอาจทำให้ประชาชนไม่ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่

4. กรณีที่บทบัญญัติของกฎหมายเฉพาะกำหนดระยะเวลาในยื่นอุทธรณ์หรือโต้แย้งไว้แตกต่างกัน ทำให้เกิดความแตกต่างของระยะเวลาในการยื่นอุทธรณ์หรือโต้แย้งที่แตกต่างกันตามแต่ที่กฎหมายแต่ละฉบับ

กำหนด จนเกิดความไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ยากแก่การทำความเข้าใจของประชาชนทั่วไป และอาจเกิดกรณีที่มีบทบัญญัติที่กำหนดระยะเวลาเกี่ยวกับการอุทธรณ์หรือโต้แย้งที่ไม่เป็นธรรมแก่ประชาชนได้

5. กรณีกฎหมายเฉพาะฉบับเดียวกันแต่มีบทบัญญัติที่เกี่ยวกับขั้นตอนอุทธรณ์หรือโต้แย้งไว้แตกต่างกัน ดังจะเห็นได้จากประมวลกฎหมายที่ดินที่มีความแตกต่างกันของบทบัญญัติเกี่ยวกับการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองอย่างชัดเจน กล่าวคือ ในประมวลกฎหมายที่ดินมีทั้งบทบัญญัติที่กำหนดขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งไว้ชัดเจนเช่น มาตรา 32 วรรคสอง กำหนดให้ การอุทธรณ์คำสั่งของอธิบดีที่สั่งให้บุคคลซึ่งเช่าครอบครองที่ดินตามนัยมาตรา 30 ออกจากที่ดินที่ครอบครองนั้น ให้อุทธรณ์คำสั่งดังกล่าวต่อรัฐมนตรีภายใน 30 วัน นับแต่วันที่รับคำสั่ง หรือมาตรา 68 วรรคสองที่กำหนดให้ การอุทธรณ์คำสั่งของเจ้าพนักงานที่ดินที่ไม่อนุญาตไม่ให้เคลื่อนย้ายหลักเขตที่ดินให้อุทธรณ์คำสั่งดังกล่าวต่อรัฐมนตรีภายใน 15 วัน นับจากวันที่ทราบคำสั่งและกรณีที่มีบทบัญญัติมิได้กำหนดขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งคำสั่งไว้ เช่น คำสั่งเพิกถอนโฉนดที่ดินตามมาตรา 61 วรรคหนึ่งซึ่งมิได้กำหนดเกี่ยวกับอุทธรณ์หรือโต้แย้งไว้ ซึ่งจะต้องมีการอุทธรณ์คำสั่งดังกล่าวต่อเจ้าหน้าที่ผู้ทำคำสั่งภายใน 15 วันนับแต่วันได้รับคำสั่ง ตามมาตรา 44 วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการ พ.ศ. 2539 ก่อนจะฟ้องคดีต่อศาล (คำสั่งศาลปกครองสูงสุดที่ 412/2550) และกรณีที่บทบัญญัติมิได้กำหนดขั้นตอนให้อุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองแต่กำหนดให้ฟ้องคดีต่อศาลได้โดยตรง เช่น คำสั่งเปรียบเทียบปรับของเจ้าพนักงานที่ดินตามมาตรา 60 ซึ่งสามารถฟ้องศาลได้โดยไม่ต้องมีการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองก่อน (คำพิพากษาศาลปกครองสูงสุดที่ 46/2547) ประมวลกฎหมายที่ดินจึงเป็นกฎหมายเฉพาะที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างและความไม่เป็นมาตรฐาน

เดียวกันของการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองทั้งที่เป็นกฎหมายฉบับเดียวกัน

ปัญหาข้างต้นเกิดจากการที่กฎหมายเฉพาะเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองของประเทศไทยมีจำนวนมาก เมื่อยกเว้นให้ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งเป็นไปตามที่กฎหมายแต่ละฉบับกำหนดจึงทำให้เกิดความแตกต่างกันไปตามที่กฎหมายเฉพาะแต่ละฉบับกำหนด ซึ่งปัญหาเหล่านี้ในบางกรณีอาจทำให้ประชาชนผู้ได้รับผลกระทบนั้นเสียสิทธิอย่างใดอย่างหนึ่งไปโดยไม่เป็นธรรม เช่น สิทธิในการให้ฝ่ายปกครองแก้ไขเยียวยาผลกระทบที่ตนเองได้รับ หรือสิทธิในการฟ้องคดีต่อศาลปกครองเพื่อให้ศาลปกครองได้ทบทวนคำสั่งทางปกครอง ทั้งยังเป็นการยากในการทำความเข้าใจสำหรับประชาชนทั่วไปที่ได้มีความรู้ทางด้านกฎหมายปกครอง จากปัญหาดังกล่าวจึงทำให้การปฏิบัติราชการในส่วนของกรมอุทธรณ์หรือโต้แย้งภายในฝ่ายปกครองไม่เป็นไปวัตถุประสงค์ของการตราพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 ที่มุ่งหมายให้การปฏิบัติราชการทางปกครองต้องมีหลักเกณฑ์และขั้นตอนที่เหมาะสมโดยมีมาตรฐานเดียวกัน เพื่ออำนวยความสะดวกและเป็นธรรมและคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชน

ข้อเสนอแนะ

เมื่อศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากข้อยกเว้นเกี่ยวกับระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งให้เป็นไปตามที่กฎหมายเฉพาะกำหนดแล้ว พบว่า การที่กำหนดให้ขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งเป็นไปตามที่กฎหมายเฉพาะแต่ละฉบับกำหนดนั้น ทำให้การบังคับใช้กฎหมายไม่มีความเป็นมาตรฐานกลาง เกิดปัญหาในทางปฏิบัติของเจ้าหน้าที่และความเข้าใจของประชาชนทั่วไปซึ่งในบางกรณีส่งผลทำให้ประชาชนจำนวนมากต้องเสียสิทธิในการขอให้ฝ่ายปกครองแก้ไขความเดือดร้อน หรือสิทธิในการที่จะได้รับการทบทวน

แก้ไขคำสั่งทางปกครองจากศาลปกครองทั้งยังพบว่าบทบัญญัติบางประการที่เกี่ยวกับการอุทธรณ์หรือโต้แย้งในพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 นั้น มีมาตรฐานเป็นธรรมและประกันสิทธิของผู้ได้รับผลกระทบจากคำสั่งทางปกครองไว้มากกว่ากฎหมายเฉพาะ เช่น การพิจารณาอุทธรณ์แบบ 2 ชั้น หรือการให้ออกาสผู้อุทธรณ์ขอขยายระยะเวลาอุทธรณ์กรณีมีเหตุจำเป็น ซึ่งมักจะไม่มีพบในบทบัญญัติต่างๆ ที่บัญญัติเช่นนี้ในกฎหมายเฉพาะ แต่หลักการดังกล่าวก็ถูกยกเว้นมิให้ใช้บังคับกับการอุทธรณ์หรือโต้แย้งตามกฎหมายเฉพาะไปด้วย ดังนั้น การบัญญัติข้อยกเว้นที่มีให้ใช้พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองมาบังคับใช้แก่ทุกกรณีที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์หรือโต้แย้งคำสั่งทางปกครองเช่นนี้ ย่อมไม่เป็นไปตามความมุ่งหมายของการอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครอง และไม่เป็นที่มาวัตถุประสงค์ของการตราพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539

ดังนั้น เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐานกลางที่ชัดเจนในการปฏิบัติราชการทางปกครอง และคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของ

ประชาชนได้อย่างครบถ้วนในทุกด้าน ผู้ศึกษาจึงเห็นควรให้นำขั้นตอนและระยะเวลาอุทธรณ์ในพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มาใช้เป็นมาตรฐานกลางดังเช่นวิธีปฏิบัติราชการอื่น เพื่อให้เกิดความชัดเจนในบทบัญญัติ และสามารถคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนได้อย่างครบถ้วน จึงเห็นควรยกเลิกมาตรา 3 วรรคสอง และความบางส่วนในมาตรา 44 แห่งพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 โดยให้แก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัตินี้ดังต่อไปนี้

มาตรา 3 วิธีปฏิบัติราชการทางปกครองตามกฎหมายต่างๆ ให้เป็นไปตามที่กำหนดในพระราชบัญญัตินี้ เว้นแต่ในกรณีที่กฎหมายใดกำหนดวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองเรื่องใดไว้โดยเฉพาะและมีหลักเกณฑ์ที่ประกันความเป็นธรรมหรือมีมาตรฐานในการปฏิบัติราชการไม่ต่ำกว่าหลักเกณฑ์ที่กำหนดในพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 44 ภายใต้บังคับมาตรา 48 ในกรณีที่คำสั่งทางปกครองใดไม่ได้ออกโดยรัฐมนตรีให้คู่กรณีอุทธรณ์คำสั่งทางปกครองนั้นโดยยื่นต่อเจ้าหน้าที่ผู้ทำคำสั่งทางปกครองภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ตนได้รับแจ้งคำสั่งดังกล่าว

เอกสารอ้างอิง

- ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศานต์. (2540). *กฎหมายวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง*. กรุงเทพมหานคร: จีระรัชการพิมพ์.
- ชาญชัย แสวงศักดิ์. (2561). *คำอธิบายกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- นันทวัฒน์ บรมานันท์. (2560). *กฎหมายปกครอง* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.
- บุญอนันต์ วรรณพานิช. (2551). *หลักกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์.
- วนิดา แสงสารพันธ์. (2560). *หลักกฎหมายปกครองและวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง*. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.
- วรเจตน์ ภาคีรัตน์. (2554). *กฎหมายวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: เอ.พี. กราฟิค ดีไซน์และการพิมพ์.
- สุรียา ปานแป้น และอนุวัฒน์ บุญนันท์. (2561). *คู่มือสอบกฎหมายปกครอง* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.

References

- Wongwattanasan, C. (1997). *Administrative procedure law*. Jirarach. [In Thai]
- Sawangsak, C. (2018). *Description of Administrative procedure law* (5th ed.). Winyuchon. [In Thai]
- Boramanan, N. (2017). *Administrative law* (5th ed.). Winyuchon. [In Thai]
- Boon-anan, W. (2008). *Principle of Administrative procedure law* (3rd ed.). Bophit Printing. [In Thai]
- Sangsarapan, W. (2017). *Principle of administrative law and administrative procedure law*. Winyuchon. [In Thai]
- Pakeerat, W. (2011). *Administrative procedure law* (2nd ed.). AP Graphic Design and printing. [In Thai]
- Panpaen, S., & Boonnan, A. (2018). *Handbook for administrative law examination* (11th ed.). Winyuchon. [In Thai]

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ชูชาติ หงษ์ขาว¹ สมคิด สร้อยน้ำ² ภูมิ พระรักษา³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการและปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการกับข้อมูลเชิงประจักษ์และเพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า

- 1) ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ และปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
- 2) โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์
- 3) ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีดังนี้ (1) อิทธิพลทางตรง มี 2 ปัจจัย คือภาวะผู้นำทางวิชาการการจัดกระบวนการเรียนรู้ (2) อิทธิพลทางอ้อม มี 2 ปัจจัย คือภาวะผู้นำทางวิชาการชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ และ (3) อิทธิพลรวม มี 4 ปัจจัย คือภาวะผู้นำทางวิชาการชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ การบริหารงานแบบมีส่วนร่วมและการจัดกระบวนการเรียนรู้

คำสำคัญ: การบริหารงานวิชาการ; ปัจจัยเชิงสาเหตุ; โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ชูชาติ หงษ์ขาว, สมคิด สร้อยน้ำ และภูมิ พระรักษา. (2563). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 70-86.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมืองจังหวัดอุดรธานี 41000, ประเทศไทย
อีเมล: wanidaloei2@gmail.com

² บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

³ ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านทรัพย์เจริญ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2

Causal Factors Influencing Academic Administrative Effectiveness of Educational Opportunity Expansion Schools in Northeast

Chuchat Hongkhao¹ Somkid Sroinam² Phoom Praraksa³

Abstract

This research aimed to study academic administrative effectiveness, examine the model goodness of fit of factors influencing academic administrative effectiveness, and investigate direct, indirect and total effect of factors influencing academic administrative effectiveness of educational opportunity expansion schools in northeast. The Statistical Package for the Social Sciences was used to analyze mean, standard deviation, Pearson's product moment correlation. The research findings were as follows;

1. The academic administrative effectiveness and the factors influencing academic administrative effectiveness of the educational opportunity expansion schools in northeast were at a high level in overall and all variables.

2. The model of factors influencing academic administrative effectiveness of the educational opportunity expansion schools in northeast was valid and fit to the empirical data.

3. The factors having effect to academic administrative effectiveness of the educational opportunity expansion schools in northeast consisted of 1) two factors of direct effect were administrators' instructional leadership and instructional management 2) two factors of indirect effect were administrators' instructional leadership and professional learning community and 3) four factors of total effect were administrators' instructional leadership, professional learning community, participative administration and instructional management.

Keywords: Academic Administration; Causal Factors; Educational Opportunity Expansion Schools

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Hongkhao, C., Sroinam, S., & Praraksa, P. (2020). Causal factors influencing academic administrative effectiveness of educational opportunity expansion schools in Northeast. *Ph.D. in Social Sciences Journal, 10*(1), 70-86.

¹ Doctor of Philosophy Program in Educational Administration, UdonThaniRajabhat University
64 Thaham Road, MakKhaeng, Muang, UdonThani 41000, Thailand
Email: wanidaloei2@gmail.com

² Graduate School, UdonThaniRajabhat University

³ Director, Ban Subjarean School, Loei Primary Educational Service Area Office 2

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 54 รัฐต้องดำเนินการให้เด็กทุกคนได้รับการศึกษาเป็นเวลาสิบสองปี โดยรัฐมีหน้าที่ดำเนินการกำกับ ส่งเสริม และสนับสนุนให้การจัดการศึกษาทั้งนี้ การศึกษาทั้งปวงต้องมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เป็นคนดี มีวินัย ภูมิใจในชาติ สามารถเชี่ยวชาญได้ตามความถนัดของตน และมีความรับผิดชอบต่อครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ (Constitution of the Kingdom of Thailand A. D., 2017) รัฐมีนโยบาย ส่งเสริมสนับสนุนค่อนข้างมากส่งผลให้ประชากรในวัยเรียนรวมทั้งเด็กด้อยโอกาสและผู้มีความต้องการจำเป็น พิเศษมีโอกาสได้รับการศึกษาสูงขึ้นรวมทั้งปัญหาด้านประสิทธิภาพของการจัดการเรียนการสอนการบริหารจัดการและการใช้จ่ายงบประมาณทางการศึกษาจึงต้องเร่งกระจายอำนาจการบริหารจัดการไปสู่สถานศึกษาเพื่อให้สถานศึกษาสามารถบริหารจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Office of the Education Council, 2017)

มาตรา 39 แห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้มีการจัดระบบโครงสร้าง มีการกระจายอำนาจไปสู่เขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษา ทั้งทางด้านวิชาการ การบริหาร งบประมาณ การบริหารงานบุคคล และการบริหารงานทั่วไป (National Education Act of A. D., 1999) ทั้งนี้กฎกระทรวงว่าด้วยการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา (Ministerial Regulation on the Establishment of Rules and Procedures for the Decentralization of Educational Administration and Management A. D., 2007) ถือว่างานบริหารวิชาการเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารสถานศึกษา เป็นงานบริหารหลัก เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพผู้เรียน สอดคล้องกับ Office of the Basic Education Commission (2004) ที่

ได้กล่าวว่า การบริหารงานวิชาการ ถือว่าเป็นงานหลักของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของผู้เรียนทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ รวมทั้ง Phuprasert (2001) ที่กล่าวว่า การบริหารงานวิชาการเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามที่คาดหวังนั้น การบริหารงานวิชาการในสถานศึกษาจึงหมายถึง การบริหารที่เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพ การศึกษาอันเป็นเป้าหมายสูงสุดของภารกิจของสถานศึกษารวมทั้งสอดคล้องกับ Boonprasert (2000) ที่ได้กล่าวว่า งานวิชาการเป็นงานหลัก เป็นงานที่ใหญ่ที่สุดของระบบ เป็นงานที่เป็นหัวใจของสถานศึกษา

โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่เปิดมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 เปิดสอนในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (มัธยมศึกษาปีที่ 1-3) ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เยาวชนที่เรียนจบชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่ไม่สามารถเดินทางไปศึกษาต่อในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ได้มีโอกาสเรียนต่อในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นปีการศึกษา 2560 มีจำนวนโรงเรียนขยายโอกาสทั้งสิ้น 7,072 โรงเรียน (Office of the Basic Education Commission, 2017) แต่จากการศึกษาสภาพการบริหารงานวิชาการ ของโรงเรียนประถมศึกษาที่เป็นโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษายังมีปัญหาหลายด้านรวมทั้งจากผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 50 และความสามารถในการเรียนรู้ของผู้เรียนเทียบกับนานาชาติประเทศทั่วโลกและในอาเซียน ตามโครงการประเมินผลนักเรียนร่วมกับนานาชาติ (PISA) พบว่าผลการประเมินคะแนนเฉลี่ยของนักเรียนไทยอายุ 15 ปีต่ำกว่าค่าเฉลี่ยนานาชาติทุกวิชาโดยประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 55 จาก 72 ประเทศ ซึ่งต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์และเวียดนามที่อยู่ในลำดับที่ 1 และลำดับที่ 8 ตามลำดับ (Office of the Education Council, 2017)

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัย จึงสนใจศึกษาประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ และ ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหาร งานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้ได้แนวทางพัฒนาการ บริหารงานวิชาการ ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการ ศึกษาตามจุดมุ่งหมายของกระทรวงศึกษาธิการได้อย่าง มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ และปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการ บริหารงานวิชาการ ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการ ศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของ โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อ ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ของโรงเรียนขยาย โอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อ ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ของโรงเรียนขยาย โอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นิยามศัพท์

โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มี อิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา หมายถึง แบบ จำลองที่สร้างขึ้นแทนปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ที่ แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในลักษณะ ที่เป็นเส้นตรงของปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อประสิทธิผล การบริหารงานวิชาการ ของโรงเรียนขยายโอกาส ทางการศึกษา ที่มีลักษณะเป็นเส้นโยงแสดงในแผนภาพ ประกอบด้วยปัจจัยเชิงสาเหตุที่เป็นเหตุคือ ปัจจัยซึ่ง

สัมพันธ์กับปัจจัยที่เป็นผล คือประสิทธิผลการบริหาร งานวิชาการ ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา โดยสามารถเขียนเป็นแผนภาพจำลองสมการโครงสร้าง เชิงสาเหตุ

ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ หมายถึง การรับรู้ความสำเร็จในการบรรลุผลเป้าหมายที่กำหนด ไว้ของการบริหารงานวิชาการ โดยการใช้ทรัพยากรที่มี อยู่อย่างคุ้มค่า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความพึงพอใจ ในผลสำเร็จนั้น ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สามารถวัดด้วยองค์ประกอบซึ่งเป็นตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัว คือ (1) คุณภาพผู้เรียน (2) การพัฒนาหลักสูตร (3) การจัดการเรียนการสอน (4) การวัดและประเมินผล การศึกษา (5) ความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง

ภาวะผู้นำทางวิชาการ หมายถึง พฤติกรรม การแสดงออกของผู้อำนวยการโรงเรียนขยายโอกาส ทางการศึกษา วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว คือ (1) การบริหารงานวิชาการ (2) การพัฒนาวิชาชีพ (3) การนิยามและสื่อสารเป้าหมายของโรงเรียน และ (4) การส่งเสริมบรรยากาศทางวิชาการ

การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของผู้อำนวยการโรงเรียน ขยายโอกาสทางการศึกษา โดยวัดได้จากตัวแปรสังเกต ได้ 4 ตัวคือ (1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (2) การ มีส่วนร่วมปฏิบัติการ (3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และ (4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ หมายถึง การรวม ตัว ร่วมใจ ร่วมพลัง ร่วมทำและร่วมเรียนรู้ร่วมกันของ ครู ผู้บริหาร และนักการศึกษา บนพื้นฐานวัฒนธรรม ความสัมพันธ์แบบกัลยาณมิตร ที่มีวิสัยทัศน์ คุณค่า เป้าหมาย และภารกิจร่วมกัน โดยวัดได้จากองค์ ประกอบที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว คือ (1) การเน้น ที่การเรียนรู้ของผู้เรียน (2) การสร้างวัฒนธรรมความ ร่วมมือ และ (3) การมุ่งเน้นผลที่เกิดขึ้น

การจัดกระบวนการเรียนรู้ หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของครู โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา โดยวัดได้จากองค์ประกอบที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว คือ (1) บรรยากาศเอื้อต่อการเรียนรู้ (2) ผู้เรียนเป็นสำคัญ และ (3) ทักษะกระบวนการคิด

ความผูกพันต่อโรงเรียน หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของผู้บริหาร และครู โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาที่วัดได้จากองค์ประกอบที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว คือ (1) ความทุ่มเทให้กับงาน (2) การยอมรับเป้าหมายของโรงเรียน และ (3) การเป็นสมาชิกที่ดีของโรงเรียน

โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา หมายถึง โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่จัดการเรียนการสอน 3 ระดับ คือ (1) ระดับอนุบาล (2) ระดับประถมศึกษา และ (3) ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

ข้อมูลเชิงประจักษ์ หมายถึง ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ตามความคิดเห็นและการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้อำนวยการโรงเรียนและครูผู้สอน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้อำนวยการโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2560 จำนวน 2,380 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้อำนวยการโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในปีการศึกษา 2560 จำนวน 710 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม

G*Power 3 ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling)

2. ตัวแปรที่ศึกษาการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ ซึ่งเป็นรูปแบบเชิงสถิติที่อธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (causal) แบบเส้นตรง (linear) ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอก คือ ภาวะผู้นำทางวิชาการ และ 2) ตัวแปรแฝงภายใน ได้แก่ การบริหารงานแบบมีส่วนร่วมชุมชนแห่งการเรียนรู้ วิชาชีพอัจฉริยะ การจัดการกระบวนการเรียนรู้ ความผูกพันต่อโรงเรียน และประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบระดับของประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ และระดับของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. ทำให้ทราบเส้นทางอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. ทำให้ได้สารสนเทศสำหรับใช้เป็นแนวทางการเสนอแนะเพื่อพัฒนาการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน Hoy and Miskel (2008) ให้นิยามประสิทธิผลของโรงเรียนว่า หมายถึง การที่โรงเรียนสามารถผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง พัฒนานักเรียนให้มีเจตคติทางบวก สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก พร้อมทั้งแก้ปัญหา

ต่างๆ ภายในโรงเรียนได้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ซึ่งเป็นการพิจารณาทั้งระบบ ทั้งนี้ Tiansomjai (2013) สรุปความหมายของประสิทธิผลไว้ว่าเป็นระดับความสามารถในการบรรลุผลเป้าหมายที่กำหนดไว้ หรือการที่บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้เสร็จสิ้นและประสบความสำเร็จอย่างดี รู้สึกพอใจในผลสำเร็จของงานนั้น รวมทั้งสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กรอย่างคุ้มค่า และองค์กรสามารถดำเนินการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง

Kyriakides, Creemers, Antoniou, and Demetriou (2010) ได้สังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับตัวแปรทางการศึกษาในสถานศึกษา โดยการวิเคราะห์อภิมาน (Meta-analysis) โดยวัดประสิทธิผลของการศึกษา 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) นโยบายด้านการสอนของโรงเรียน (2) นโยบายด้านการมีส่วนร่วม (3) การร่วมมือรวมพลังและปฏิสัมพันธ์ระหว่างครู (4) ภาวะผู้นำ และ (5) บรรยากาศของโรงเรียนและวัฒนธรรม ส่วน Blauand Presser (2013) ได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับภาวะผู้นำทางด้านเทคโนโลยีของผู้บริหารที่ช่วยส่งเสริมประสิทธิผลของโรงเรียนผ่านระบบการจัดการข้อมูลของโรงเรียน โดยวัดประสิทธิผลของโรงเรียนด้านวิชาการ จาก 4 ตัวแปรประกอบด้วย (1) ประสิทธิภาพด้านการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียน (2) ความสามารถในการปฏิบัติและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน (3) การกระจายอำนาจของผู้นำ และ (4) การวางแผนและการกำกับติดตามการนำหลักสูตรลงสู่การปฏิบัติ รวมทั้ง Vadklin (2013) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมกับการดำเนินงานด้านวิชาการโรงเรียนในสำนักงานเขตบางกอกใหญ่ สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร โดยกำหนดขอบเขตการวัดประสิทธิผลของงานวิชาการของโรงเรียน ไว้ 5 ตัวแปร ได้แก่ (1) งานบริหารวิชาการ (2) งานพัฒนาหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน (3) งานพัฒนากระบวนการ

จัดการเรียนรู้ (4) งานประกันคุณภาพการศึกษา และ (5) งานพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ของนักเรียน สอดคล้องกับ Jittri, Prasan, and Temrat (2014) ที่ได้ศึกษาประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราชเขต 3 สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้ ดังนี้ (1) คุณภาพผู้เรียน (2) การพัฒนาหลักสูตร (3) การจัดการเรียนการสอน (4) ความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง และ (5) การวัด และ ประเมินผลการศึกษา

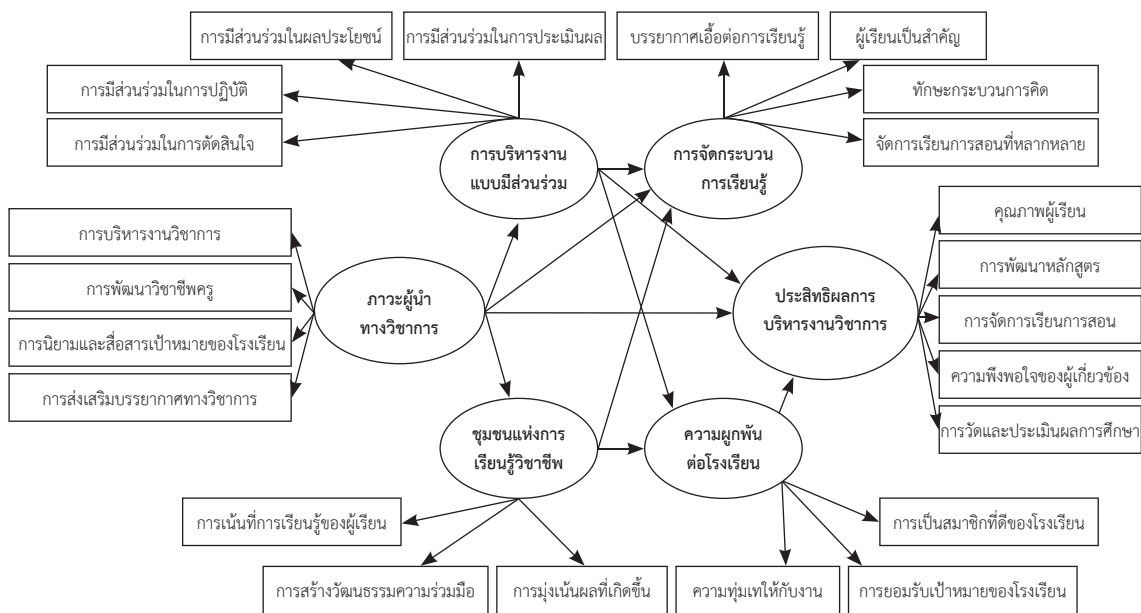
ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน Heneveld (1994) พบว่าปัจจัยที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลของโรงเรียนได้แก่บรรยากาศในชั้นเรียนแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูพฤติกรรมการสอนของครูคุณภาพการสอนของครูคุณภาพชีวิตการทำงานของครูเจตคติต่อวิชาชีพครูและคุณลักษณะชีวสังคมของครูสอดคล้องกับ Pressley, Rankin, and Yokoi (1996) ได้รายงานถึงผลการวิจัยพบว่า ความผูกพันของครูมีอิทธิพลทางบวกต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน รวมถึง Nir (2002) กล่าวว่าครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนที่บริหารจัดการโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน แสดงออกให้เห็นถึงความผูกพันต่อความสำเร็จทางวิชาการของผู้เรียนที่เพิ่มขึ้นรวมถึง DuFour (2002) กล่าวว่า การร่วมมือกันทำงานในโรงเรียนเพื่อหาวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในห้องเรียนที่มุ่งความสำคัญไปที่ผลการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง คือ ชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (PLC) โดยความร่วมมือรวมพลังระหว่างครู ผู้บริหาร ผู้ปกครองและนักเรียน สอดคล้องกับ Jessie (2007) กล่าวว่า การจัดการศึกษาต้องตอบสนองความต้องการของโรงเรียนอย่างแท้จริง โดยมีการร่วมมือกันกับผู้ปกครองโดยอาศัยหลักการที่สำคัญ 3 ประการ คือ มุ่งให้เกิดการเรียนรู้ วัฒนธรรมความร่วมมือ และการ

เน้นที่ผลลัพธ์ ซึ่งต้องเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการปรับปรุง และพัฒนาการปฏิบัติ ของนักเรียนทั้งนี้ Sakwilaiporn (2010) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมกับ ประสิทธิภาพของงานวิชาการของสถานศึกษาชั้น พื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระบุรี เขต 1 พบว่า การบริหารงานแบบมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์ กับประสิทธิภาพของงานวิชาการของสถานศึกษาชั้น พื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระบุรี เขต 1 ทั้งภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ Pongsriwat (2010) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งที่จะขาดมิได้ ก็คือ จะต้องมีการ “ชุมชนแห่งวิชาชีพ” หรือ Professional Community เกิดขึ้นในโรงเรียน และ Thongsawas (2013) ได้สังเคราะห์การวิจัยเพื่อสังเคราะห์ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการบริหารสถานศึกษา

พบว่าปัจจัยดั่งนี้บรรยากาศในชั้นเรียนคุณภาพการ สอนของครูภาวะความเป็นผู้นำบรรยากาศโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชนและสิ่งอำนวยความสะดวกของคณาจารย์กับ Panich (2016) ที่กล่าวว่า หัวใจของการพัฒนาการเรียนรู้นักเรียนให้ดีขึ้นอยู่ที่ การเรียนรู้ที่ฝังอยู่ในการทำงานของครูและนักการศึกษา โดยเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (PLC) คือ กระบวนการต่อเนื่องที่ครูและนักการศึกษาทำงานร่วมกันในวงจรของการร่วมกันตั้งคำถามและการทำวิจัยเชิง ปฏิบัติการเพื่อบรรลุผลการเรียนรู้ที่ดีขึ้นของนักเรียน

สรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหาร งานวิชาการของโรงเรียน ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้ (1) ภาวะผู้นำทางวิชาการ (2) การบริหารงานแบบมี ส่วนร่วม (3) ชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (4) การจัดการ กระบวนการเรียนรู้และ (5) ความผูกพันต่อโรงเรียน

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 โมเดลสมมติฐานปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้อำนวยการโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2560 จำนวน 2,380 คน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้อำนวยการโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปีการศึกษา 2560 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power 3 ทั้งนี้ (Howell as cited in Wiratchai, 2012, pp. 10-18) ได้จำนวน 710 คนที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ตอนที่ 2 แบบสอบถามประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ เป็นแบบสอบถามระดับการรับรู้ความสำเร็จและความพึงพอใจต่อการบริหารงานวิชาการ ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา

2.2 การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือดำเนินการโดยการศึกษาเอกสาร รายงานการวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวัดตัวแปรในการวิจัย กำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการของตัวแปร และกรอบการวัดตัวแปร และสร้างแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ และดำเนินการหาคุณภาพเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยหา

ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ (Index of Congruence–IOC) พบทุกข้อมีค่าเท่ากับ 1.00 และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (try out) เพื่อหาค่าความเที่ยง (reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (alpha coefficient of Cronbach) พบว่ามีค่าระหว่าง 0.937-0.964 และค่าอำนาจจำแนกด้วยวิธี Item Total Correlation มีค่าระหว่าง 0.40-0.90

3. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และใช้โปรแกรมลิสเรล 8.52 ในการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล และการศึกษาอิทธิพลของปัจจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

3.1 การวิเคราะห์เพื่อศึกษาประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแล้วพิจารณาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด

3.2 การวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แล้วพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืน

3.3 การวิเคราะห์เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการตรวจสอบค่าน้ำหนักอิทธิพลหลังการปรับโมเดล จากนั้นจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

4.1 สถิติเบื้องต้นใช้เพื่อบรรยายลักษณะกลุ่มตัวอย่างและสถานภาพของตัวแปรต่างๆ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้ (1) ความถี่ (frequency) (2) ร้อยละ (percentage) (3) วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และวิเคราะห์ส่วนความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สัมประสิทธิ์การกระจาย (Coefficient of Variation--CV) ค่าความเบ้ (Skewness--SK) และค่าความโด่ง (Kurtosis--KU) (4) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment coefficient--r) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลด้วยตนเอง

4.2 สถิติอ้างอิง ได้แก่

4.2.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของตัวแปรแฝงทุกตัวในโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis--CFA)

4.2.2 การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (path analysis) โดยการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (goodness-of fit measures) เพื่อศึกษาภาพรวมของโมเดลว่าสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงใด ผู้วิจัยจึงใช้เกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.2.3 การปรับโมเดล (model adjustment) จะทำการปรับโมเดลบนพื้นฐานของทฤษฎีและงานวิจัยเป็นหลัก โดยมีการดำเนินการ คือ จะตรวจสอบผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ว่ามีความสมเหตุสมผล

หรือไม่ และมีค่าใดแปลกเกินความเป็นจริงหรือไม่ รวมทั้งพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณยกกำลังสอง (Squared Multiple Correlation-- R^2) ให้มีความเหมาะสม และพิจารณาค่าความสอดคล้องรวม (overall fit) ของโมเดลว่า โดยภาพรวมแล้วโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงใด และจะหยุดการปรับโมเดลเมื่อพบว่าค่าสูงสุดของเศษเหลืออยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (LSR) ต่ำกว่า 2.00 (Wiratchai, 1999)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับของประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ และผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2. ผลการวิเคราะห์โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้โปรแกรมลิซเรล 8.52 พบว่ามีค่า $\chi^2 = 127.90$, $df = 106$, $p = 0.073$, GFI = 0.98, AGFI = 0.96, RMSEA = 0.017, SRMR = 0.017, CN = 745.99 มีค่าสถิติความสอดคล้องกลมกลืนอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ แสดงว่า โมเดลสมมติฐานปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

3.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เรียงตามลำดับค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลจากมากไปหาน้อยคือ ภาวะผู้นำทางวิชาการ (LED) และการจัดกระบวนการเรียนรู้ (LRN) มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.59 และ 0.58 ตามลำดับ

3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เรียงตามลำดับค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลจากมากไปหาน้อยคือ ภาวะผู้นำทางวิชาการ (LED) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยส่งผ่านการบริหารงานแบบมีส่วนร่วม (PAR) ชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (PLC) และการจัดกระบวนการเรียนรู้ (LRN) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 1.93 และชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (PLC) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยส่งผ่านความผูกพันต่อโรงเรียน (COM) และการจัดกระบวนการเรียนรู้ (LRN) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 1.83

3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเรียงตามลำดับค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลจากมากไปหาน้อยคือ ภาวะผู้นำทางวิชาการ (LED) และ ชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (PLC) มีอิทธิพลรวมต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ใน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 2.52 และ 2.47 ตามลำดับ ส่วนการบริหารงานแบบมีส่วนร่วม (PAR) การจัดกระบวนการเรียนรู้ (LRN) มีอิทธิพลรวมต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 2.19 และ 0.58 ตามลำดับ

การอภิปรายผล

1. ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการและปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.1 ผลการวิเคราะห์ระดับของประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และทุกตัวแปรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ คุณภาพผู้เรียนทั้งนี้อาจเป็นเพราะ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษายังประสบปัญหาด้วยประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นด้านครู อาคารสถานที่ ระบบสารสนเทศ สัญญาณอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับ Atthanark and Uthairat (2016) ศึกษาพบว่า การบริหารวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษายังมีจุดที่ควรพัฒนาหลายประการทั้งด้านการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ การวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา การพัฒนาสื่อ นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา การประสานความร่วมมือในการพัฒนางานวิชาการกับสถานศึกษาและองค์กรอื่น

1.2 ระดับของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ Wongwanich (2001) ที่ให้ทัศนะเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้ไว้ว่า การปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้จะเป็นจริงได้เมื่อครูจัดการเรียนการสอนที่เอื้อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ จัดการเรียนการสอนที่หลากหลาย จัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ตามสภาพที่เป็นจริงและนำไปใช้ได้ในชีวิตจริง ทั้งนี้สอดคล้องกับ Ponart, Chochai, and Mejang (2014) ศึกษาพบว่า โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาประสบปัญหา ด้านระบบสารสนเทศ และเทคโนโลยีที่เนื่องจากมีจำนวนบุคลากรที่จำกัดทำให้ขาดบุคลากรที่ทำหน้าที่จัดการระบบสารสนเทศโดยตรง ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการจัดการเทคโนโลยีที่ทันสมัย

2. โมเดลความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โมเดลสมมติฐานปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า $\chi^2 = 127.90$, $df = 106$, $p = 0.073$, $GFI = 0.98$, $AGFI = 0.96$, $RMSEA = 0.017$, $SRMR = 0.017$, $CN = 745.99$ ซึ่งมีค่าสถิติความสอดคล้องกลมกลืนอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ และตัวแปรทุกตัวในโมเดลร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ร้อยละ 95 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าภาวะผู้นำทางการจัดการกระบวนการเรียนรู้ ชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการร่วมกันส่งอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สอดคล้องกับ Phonburee (2008) ศึกษาพบว่า ปัจจัย

ที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาหนองบัวลำภู ประกอบด้วย ปัจจัยด้านเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา ปัจจัยด้านผู้บริหารสถานศึกษา ปัจจัยด้านครูผู้สอน ปัจจัยด้านผู้ปกครองและชุมชน ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านสื่อและเทคโนโลยีการศึกษา และปัจจัยด้านงบประมาณ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Nawasit (2010) ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางวิชาการของผู้เรียนครั้งนี้ความผูกพันของครูการรับรู้ความสามารถรวมของครู และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร

3. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า

3.1 ภาวะผู้นำทางวิชาการ (LED) มีอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารเป็นผู้นำในการดำเนินกิจกรรมในโรงเรียน เพื่อการบรรลุเป้าหมายของโรงเรียนจึงต้องมีความรู้ความสามารถและทักษะต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะและความรู้ด้านการศึกษา และการจัดการเรียนการสอน ดังนั้นหน้าที่สำคัญที่ผู้บริหารจะต้องให้ความสนใจมากคือ การบริหารการเรียนการสอน แต่บทบาทของผู้บริหารอาจแตกต่างกันกับการเป็นครูที่ดี นั่นก็คือ จะต้องแสดงบทบาทภาวะผู้นำทางการสอนหรือผู้นำทางวิชาการ (Instructional Leadership) (Hoy & Miskel, 2008) สอดคล้องกับ Tatong (2016) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาเลย เขต 2 ผลการวิจัยพบว่าภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา คุณลักษณะความเป็นครูที่ดี และการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมกันส่งผลต่อ

ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.2 การจัดการกระบวนการเรียนรู้ (LRN) มีอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลรวมต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้เป็นเพราะกระบวนการเรียนรู้เป็นปัจจัยด้านกระบวนการที่ส่งผลต่อคุณภาพของโรงเรียน ประกอบด้วย การจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนสำคัญที่สุด และการจัดบรรยากาศการเรียนรู้เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน (Chantawanich, 2008) การจัดการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความสามารถตามมาตรฐานการเรียนรู้ สมรรถนะสำคัญ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน ต้องยึดหลักว่า ผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด เชื่อว่าทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Thongsawas (2013) ได้สังเคราะห์การวิจัยเพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการบริหารสถานศึกษาพบว่าบรรยากาศในชั้นเรียนคุณภาพการสอนของครูภาวะความเป็นผู้นำบรรยากาศโรงเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวก

3.3 ชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (PLC) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการปรับปรุง และพัฒนาการปฏิบัติของนักเรียน ซึ่งการจัดการศึกษาต้องตอบสนองความต้องการของ โรงเรียนอย่างแท้จริง โดยมีการร่วมมือกันกับผู้ปกครองโดยอาศัยหลักการที่สำคัญ 3 ประการ คือ มุ่งให้เกิดการเรียนรู้ วัฒนธรรมความร่วมมือ และการเน้นที่ผลลัพธ์ ซึ่งต้องเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (Jessie, 2007) เช่นเดียวกับ

DuFour (2002) ที่กล่าวว่า การร่วมมือกันทำงานในโรงเรียนเพื่อหาวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในห้องเรียน คือ ชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (PLC) โดยความร่วมมือรวมพลังระหว่างครู ผู้บริหาร ผู้ปกครองและนักเรียน นอกจากนี้ Theparee (2014) กล่าวว่า การพัฒนาสมรรถนะเชิงวิชาชีพครูและทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียน 3 ทักษะซึ่งเป็นทักษะสำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับ Pongsriwat (2010) กล่าวว่า การพัฒนาสถานศึกษาให้เป็นโรงเรียนแห่งการเรียนรู้ได้นั้น ปัจจัยที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งที่จะขาดมิได้ก็คือ จะต้องมีการ “ชุมชนแห่งวิชาชีพ หรือ Professional Community เช่นเดียวกับ Laisnitsarekul (2018) กล่าวว่า แนวทางที่มีประสิทธิภาพและส่งผลดีต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้ตรงตามความต้องการของตัวผู้เรียนเองและต่อสังคม โดยการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (PLC) ให้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารขับเคลื่อนโรงเรียน

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และโรงเรียนควรส่งเสริมภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนการจัดกระบวนการเรียนรู้ควรเน้นการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ เนื่องจากมีอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคุณภาพผู้เรียน และปัจจัยการจัดการกระบวนการเรียนรู้ เนื่องจากพบว่า ทั้งสองปัจจัยนี้มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่าการจัดการกระบวนการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับคุณภาพผู้เรียน โดยหากโรงเรียนจัดการกระบวนการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะส่งผลให้ผู้เรียนมีคุณภาพสูงขึ้น

การอ้างอิง

- กมล ภูประเสริจ. (2544). *การบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: ทิพย์.
- กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา พ.ศ. 2550. (2550). *ราชกิจจานุเบกษา*, 124(24 ก), 29-26.
- จิตติพร จิตตรี, โอนทัย ประสาน และสุภาพ เต็มรัตน์. (2557). ประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 3. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 11(55), 35-44.
- ธีรธัม พลบุรี. (2551). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาหนองบัวลำภู*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลิสเรล: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). *วิธีการที่ถูกต้องและทันสมัยในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง*. ค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2560, จาก http://rlc.nrct.go.th/ewt_dl.php?nid=922
- บวรลักษณ์ ศักดิ์วิไลพร. (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมกับประสิทธิผลของงานวิชาการของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระบุรี เขต 1*. วิทยานิพนธ์ สาขาเทคโนโลยีการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปองทิพย์ เทพอารีย์. (2557). *การพัฒนารูปแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพสำหรับครูประถมศึกษา*. ปริญญาวิทยานิพนธ์การศึกษาดุสิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. (2542). *ราชกิจจานุเบกษา*, 116(74 ก), 1-23.
- พัทธิพงศ์ พลอาจ, รมัดโซชัย และสำราญ มีแจ้ง. (2557). กลยุทธ์การพัฒนาโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในจังหวัดกำแพงเพชร ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 16(1), 24-39.
- พจนารถ วาดกลิ่น. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมกับการดำเนินงานด้านวิชาการโรงเรียนในสำนักงานเขตบางกอกใหญ่ สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มินตรา ลายสนิทเสรีกุล. (2561). *กลยุทธ์การบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ความไว้วางใจของคณะครู และคุณภาพของผลลัพธ์ทางการศึกษา*. ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. (2560). *ราชกิจจานุเบกษา*, 134(40 ก), 1-90.
- รัตนาภรณ์ ตาต้อง. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลยเขต 2*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- วิจารณ์ พานิช. (2559). *บันฑิตชีวิตครูสู่ชุมชนการเรียนรู้*. กรุงเทพมหานคร: เอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์

- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2547). *คู่มือการปฏิบัติงานคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- สุวิมล ว่องวานิช. (2544). *การวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุลัดดาวัลย์ อัฐนาค และอศุภฤทธิ อุทัยรัตน์. (2559). สภาพและปัญหาการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 3. *วารสารบริหารการศึกษาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 16(1), 265-278.
- สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์. (2553). *ผู้นำสถานศึกษากับการสร้างโรงเรียนแห่งการเรียนรู้*. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2560, จาก <http://suthep.cru.ac.th>
- สมาน นาวาสีหิ. (2553). *รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางวิชาการของผู้เรียนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- สมหมาย เทียนสมใจ. (2556). *รูปแบบการบริหารงานที่มีประสิทธิผลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุดาพร ทองสวัสดิ์ และสุจิตรา จรจิตร. (2556). *การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการบริหารสถานศึกษา*. ค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2560, จาก http://www.hu.ac.th/conference/erence2013/Proceedings2013/pdf/Book3/Describe2/371_338-348.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2560). *ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารสถานศึกษา*. ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2560, จาก http://data.bopp-obec.info/emis/area_school.php
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579*. ค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2560, จาก <http://backoffice.onec.go.th/uploaded/Outstand/2017-EdPlan60-79.pdf>
- อุทัย บุญประเสริฐ. (2543). *การศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการศึกษาของสถานศึกษาในรูปแบบการบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- อ่ำรุ่ง จันทวานิช. (2547). *แนวทางการบริหารและการพัฒนาสถานศึกษาสู่โรงเรียนคุณภาพ*. กรุงเทพมหานคร: พริกหวานกราฟฟิค.

References

- Atthanark, S. & Uthairat, A. (2016). State and problems of academic administration in educational opportunity expansion schools under Ubon Ratchathani Educational Service Area Office 3. *Journal of Lotus Graduate, Ubon Ratchathani Rajabhat University, 16*(1), 265-278. [In Thai]
- Blau, I., & Presser, O. (2013). E-Leadership of school principals: Increasing school effectiveness by a school data management system. *British Journal of Educational Technology, 44*(6), 1000-1011.
- Boonprasert, U. (2000). *A study of the educational administration and management guidelines of Schools in a School Based Management style*. Kurusapa Printing Ladphrao. [In Thai]
- Chantawanich, A. (2008). *Administrative guidelines and development of schools to quality schools*. Prigwhan Graphics. [In Thai]
- Constitution of the Kingdom of Thailand B. E. 2560. *Gazette, 134* (40A), 1-90. [In Thai]
- Dufour, R. (2002). Time, perspective and priorities. In R. Eaker, R. Dufour, & R. Burnette (Eds), *Getting started: reculturing schools to become professional learning Communities* (pp. 31-56). National Educational Service.
- Heneveld, W. (1994). *Planning and monitoring the quality of primary education in Sub-Saharan Africa*. World Bank, Human Resources and Poverty Division.
- Hoy, W. K., & Miskel, C. G. (2008). *Educational administration: Theory research and practice* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Jessie, L. G. (2007). The Elements of a Professional Learning Community: Professional learning communities will change how you and your staff view learning. *Leadership Compass, 5*(2), 1-3.
- Jittri, J., Prasan, A., & Temrat, S. (2014). Effectiveness of academic administration in educational extension schools under Nakhon Si Thammarat Primary Educational Service Area Office 3. *Journal of Graduate School, Sakon Nakhon Rajabhat University, 11*(55), 35-44. [In Thai]
- Kyriakides, L., Creemers, B., Antoniou, P., & Demetriou, D. (2010). A synthesis of studies searching for school factors: Implications for theory and research. *British Educational Research Journal, 36*(5), 807-830.
- Laisnitsarekul, M. (2018). *Secondary school management strategy according to the concept of professional learning community faculty trust and the quality of educational outcomes*. Doctoral dissertation in educational administration, Chulalongkorn University. [In Thai]

- Ministerial Regulation on the Establishment of Rules and Procedures for the Decentralization of Educational Administration and Management A.D. (2007). *Gazette*, 124(24 ก), 29-26. [in Thai]
- National Education Act of B. E. 2542. *Gazette*, 116(74A), 1-23. [In Thai]
- Nawasit, S. (2010). *A structural equation model of factors influencing student's academic achievement in school under the office of educational service areas in the northeast*. Doctoral dissertation of doctor of philosophy, Loei Rajabhat University. [in Thai]
- Nir, A. E. (2002). School-based management and its effect on teacher commitment. *International Journal of Leadership in Education*, 5(4), 323-341.
- Office of the Basic Education Commission. (2004). *Basic school board operation manual*. Ministry of Education. [in Thai]
- Office of the Basic Education Commission. (2017). *Information management for educational institutions*. Retrieved June 3, 2016, from http://data.bopp-obec.info/emis/area_school.php [in Thai]
- Office of the Education Council. (2017). *The national education plan, B. E. 2560-2579*. Retrieved June 16, 2017, from <http://backoffice.onec.go.th/uploaded/Outstand/2017-EdPlan60-79.pdf> [in Thai]
- Panich, W. (2016). *Entertainment of teachers lives to the learning community*. S. R. Printing Mass Product. [in Thai]
- Pressley, M., Rankin, J., & Yokoi, L. (1996). A survey of instructional practices of primary teachers nominated as effective in promoting literacy. *The Elementary School Journal*, 96(4), 363-384.
- Ponart, P., Chochai, R., & Mejang, S. (2014). Strategy for opportunity expansion schools development in Kamphaengphet for learning organization. *Journal of Education, Naresuan University*, 16(1), 24-39. [in Thai]
- Phonburee, T. (2008). *Factors affecting academic administration of school administrators under NongBua Lam Phu Primary Educational Service Area Office*. Master's thesis in education, UdonThani Rajabhat University. [in Thai]
- Phuprasert, K. (2001). *Academic Administration in Educational Institutions*. Tips. [in Thai]
- Pongsriwat, S. (2010). *School leaders and the creation of a learning school*. Retrieved June 2, 2017, from <http://suthep.crru.ac.th> [in Thai]
- Sakwilaiporn, B. (2010). *The relationship between the participation management and academic effectiveness of academic in basic education institutions in Saraburi Education Service Area Office 1*. Master's thesis in education. Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [in Thai]

- Tatong, R. (2016). *Satisfaction of Teachers in Administrators' Academic in Basic School Under Educational Area Office 2*. Master's thesis in education. Mahamakut Buddhist University. [in Thai]
- Theparee, P. (2014). *A development of professional learning community model for the primary school teachers*. Doctoral dissertation in education, Srinakharinwirot University. [in Thai]
- Thongsawas, S., & Jorajit, S. (2013). *Factors influencing the effectiveness of management education institution*. Retrieved June 16, 2017, from http://www.hu.ac.th/conference/conference2013/Proceedings2013/pdf/Book3/Describe2/371_338-348.pdf [in Thai]
- Tiansomjai, S. (2013). *The model of effectiveness administration of primary educational service area offices*. Doctoral dissertation in doctor of philosophy, Silpakorn University.
- Vadklin, P. (2013). *The relationships between participative management and academic affairs of schools in the Bangkok Yai District Office under department of education Bangkok Metropolitan Administration*. Master's thesis in education. Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [in Thai]
- Wiratchai, N. (1999). *LISREL model: Statistical analysis for research*. Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Wiratchai, N. (2012). *Accurate and modern method of determining sample size*. Retrieved June 16, 2017, from http://rlc.nrct.go.th/ewt_dl.php?nid=922 [in Thai]
- Wongwanich, S. (2001). *Classroom action research*. Chulalongkorn University Press. [In Thai]

การประยุกต์หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในการบริหารงาน ของกระทรวงการต่างประเทศ: วิเคราะห์กรณีการให้บริการหนังสือเดินทาง

ณัฐกานต์ ส้าราญจิตต์¹ อำนวย บุนนรัตน์ไมตรี²
หควณ ชูเพ็ญ³ รัชฎา จิวาลัย⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ของประเทศไทยและต่างประเทศ (2) ศึกษาการประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในงานด้านหนังสือเดินทางของกระทรวงการต่างประเทศและ (3) ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในงานหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ของกระทรวงการต่างประเทศการวิจัยนี้เป็นการวิจัยวิธีเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า

1. การประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ของประเทศไทยและต่างประเทศขึ้นอยู่กับบริบทด้านต่างๆ ของแต่ละประเทศเป็นสำคัญ ได้มีการนำเอาแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาประยุกต์ใช้ โดยเน้นในส่วนของการจัดการที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ เน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง รวมถึงการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ มาใช้อย่างชัดเจน
2. การประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในงานด้านหนังสือเดินทางของกระทรวงการต่างประเทศได้แก่การนำนวัตกรรมใหม่ๆ ในการให้บริการ ผลิตหนังสือเดินทางได้อย่างเพียงพอต่อความต้องการของประชาชน การใช้หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-passport) และการใช้ผู้ให้บริการภายนอก (outsourcing)
3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในงานหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ ของกระทรวงการต่างประเทศได้แก่ การเพิ่มช่องทางการเข้าถึงบริการของประชาชน ประสิทธิภาพของงานระบบหนังสือเดินทาง และคุณภาพของบริการที่ประชาชนได้รับ

คำสำคัญ: การจัดการภาครัฐแนวใหม่; กระทรวงการต่างประเทศ; การให้บริการหนังสือเดินทาง

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ณัฐกานต์ ส้าราญจิตต์, อำนวย บุนนรัตน์ไมตรี, หควณ ชูเพ็ญ และรัชฎา จิวาลัย. (2563). การประยุกต์หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในการบริหารงานของกระทรวงการต่างประเทศ: วิเคราะห์กรณีการให้บริการหนังสือเดินทาง. *วารสารสุขุภีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 87-103.

¹ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์สุขุภีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

96 หมู่ 3 ถนนพุทธมณฑล สาย 5 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170, ประเทศไทย

อีเมล: nattakan6388@gmail.com

^{2,3,4} วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Applicability of New Public Management Principles in Management of the Ministry of Foreign Affairs: An Analysis of Passport Servicing

Nattakan Samranjit¹ Amnuay Boonratmaitree²
Hhakuan Choopen³ Raschada Jiwalai⁴

Abstract

This research aims (1) to study the application of the New Public Management concepts in Thailand and abroad (2) to study the application of the New Public Management principles in passport services, and (3) to seek the application of the New Public Management principles in electronic passport the Ministry of Foreign Affairs. This research is a qualitative research method.

The research found that;

1. The application of the New Public Management concepts in various countries around the world including Thailand show exhibits difference levels of success depending on context of each country. Many countries clearly introduce the New Public Management concepts including privatization with emphasis on performance based management, people-centered management.
2. The application of the New Public Management principles in the field of passport services undertaken by the Ministry of Foreign Affairs of Thailand covers an increase of public access for passport services, an innovation on public services, a strengthened production of passports to be readily available for the people, an introduction of electronic passports, and an outsourcing of passport services.
3. A success factor for the application of the New Public Management principles in passport services includes public accessibility to the passport services, performance of passport services and quality of public service

Keywords: New Public Management; Ministry of Foreign Affairs; Passport Servicing

Type of Article: Research article

Cite this article as:

Samranjit, N., Boonratmaitree, A., Choopen, H., & Jiwalai, R. (2020). Applicability of new public management principles in management of the Ministry of Foreign Affairs: An analysis of passport servicing. *Ph. D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 87-103.

¹ Doctor of Public Administration Program, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
96 Moo 3 Phutthamonthon Sai 5 Road, Salaya, Phutthamonthon NakhonPathom 73170, Thailand
Email: nattakan6388@gmail.com

^{2,3,4} College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคโลกาภิวัตน์แล้ว วิกฤตเศรษฐกิจเป็นอีกหนึ่งเหตุผลสำคัญที่ทำให้เกิดการปฏิรูประบบราชการ จากวิกฤตเศรษฐกิจทำให้หลายประเทศโดยเฉพาะประเทศด้อยพัฒนาประสบปัญหาจนต้องขอรับความช่วยเหลือทางการเงินจากธนาคารโลก (World Bank) ซึ่งมีหน้าที่ให้คำปรึกษาและปล่อยเงินกู้สำหรับการพัฒนาและฟื้นฟูประเทศด้อยพัฒนาต้องให้ความช่วยเหลือโดยมีการสร้างเงื่อนไขในการขอรับความช่วยเหลือทางการเงิน เนื่องจากบ่อยครั้งที่รัฐบาลแต่ละชานำเงินไปใช้อย่างไม่มีประสิทธิภาพและเกิดความล้มเหลว ธนาคารโลกจึงต้องใช้ธรรมาภิบาลเพื่ออธิบายถึงการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐาน และเพื่อเป็นหลักประกันการใช้เงินช่วยเหลือจากรัฐบาลที่ต้องการความช่วยเหลือ พร้อมทั้งเป็นการควบคุมการจัดการเงินสนับสนุนให้มีประสิทธิภาพ (Kaewmanee, 2016, p. 12) จึงผลักดันแนวคิดธรรมาภิบาลและแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ให้เป็นเงื่อนไข และเพื่อกำหนดเป็นทิศทางพัฒนาการเมืองโลก และให้ประเทศที่ขอรับความช่วยเหลือดำเนินนโยบายอย่างจริงจังในการลดความยากจน พัฒนาประชาธิปไตย บริหารงานให้มีความโปร่งใสและมีความรับผิดชอบ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน

สำหรับประเทศไทยแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management--NPM) ได้เผยแพร่สู่สังคมไทยอย่างชัดเจนในช่วงปี พ.ศ.2540 อันเป็นช่วงที่เกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ที่เรียกว่า “วิกฤติต้มยำกุ้ง” อันมีสาเหตุมาจากการบริหารงานที่ดีของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาสังคม ทำให้รัฐบาลไทยต้องยื่นหนังสือเจตจำนงขอกู้เงินจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ IMF เพื่อบรรเทาปัญหา

ดังกล่าว ในการอนุมัติเงินกู้ของกองทุนการเงินระหว่างประเทศได้มีเงื่อนไขที่เกี่ยวกับการใช้หลักธรรมาภิบาลและแนวคิดหลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่เป็นหลักในการบริหารประเทศให้ดีขึ้น ประเทศไทยจึงได้เร่งปรับตัวและเสริมสร้างศักยภาพให้พร้อมรับต่อบริบทของการเปลี่ยนแปลงโดยทำการปฏิรูประบบราชการ มีการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการเพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาระบบราชการไทยให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน (Sirisamphan, 2006) ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐทั้งหมดต้องดำเนินการปรับเปลี่ยนระบบการทำงานให้สอดคล้องกับนโยบายหลักของรัฐบาล รวมถึงกระทรวงการต่างประเทศด้วยเช่นเดียวกัน ที่ได้นำเอาแนวคิดหลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาประยุกต์ใช้ในงาน โดยเฉพาะงานบริการประชาชน

กระทรวงการต่างประเทศเป็นส่วนราชการที่มีบทบาทสำคัญในการรักษาอธิปไตยของประเทศตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันในฐานะหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบงานด้านการต่างประเทศ โดยปฏิบัติตามภารกิจตามนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีและส่งเสริมความร่วมมือกับนานาประเทศ ในขณะเดียวกันยังให้ความสำคัญกับงานบริการแก่คนไทยทั้งในและต่างประเทศควบคู่ไปด้วย โดยได้ดำเนินการปรับปรุงระบบการให้บริการแก่ประชาชนในงานด้านการกงสุล ซึ่งภารกิจดังกล่าวอยู่ภายใต้การดำเนินงานของกรมการกงสุลที่ดำเนินการตามนโยบายการทูตเพื่อประชาชน โดยเฉพาะงานบริการหนังสือเดินทางที่มีการพัฒนาการผลิตและการให้บริการมาโดยตลอด มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ให้หนังสือเดินทางไทยมีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัย ยาก ใช้เดินทางสะดวก มีมาตรฐานสากล (2) สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานอื่นๆ ของรัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ (3) ประหยัดงบประมาณและคุ้มค่า และ (4) ประชาชนพึงพอใจในงานบริการ

จากมิติเหล่านี้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาว่า กระบวนการต่างประเทศสามารถนำแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาประยุกต์ใช้ในงานบริการหนังสือเดินทางในด้านใดบ้าง และประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ของประเทศไทยและต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในงานด้านหนังสือเดินทางของกระทรวงการต่างประเทศ
3. เพื่อแสวงหาแนวทางการประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในงานหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ของกระทรวงการต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ

นิยามศัพท์

การจัดการภาครัฐแนวใหม่ หมายถึง หลักการและแนวทางในการปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ การแก้วิกฤตที่ภาครัฐเผชิญ โดยเฉพาะวิกฤตและปัญหานโยบายสาธารณะ ตลอดจนปัญหาการทำงาน และการบริการของระบบราชการแบบเดิม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล การแข่งขัน ประหยัด ตอบสนองความต้องการของประชาชนมากขึ้น และพร้อมรับมือ โดยใช้การจัดการคล้ายเอกชน นำกลไกตลาดมาใช้เพื่อให้บรรลุผลลัพธ์

การบริหารจัดการงานหนังสือเดินทาง หมายถึง กระบวนการในการทำงานโดยอาศัยปัจจัยต่างๆ เช่น บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อันได้แก่ การจัดให้ประชาชนมีหนังสือเดินทางที่มีคุณภาพใช้อย่างต่อเนื่องในราคาที่เหมาะสม

ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน หมายถึง

ข้อตกลงระหว่างภาครัฐและเอกชนในการให้บริการต่อประชาชน โดยอาศัยทรัพยากร ความเชี่ยวชาญจากภาคเอกชน เป็นการแบ่งปันความเสี่ยงที่สำคัญจากภาครัฐไปสู่ภาคเอกชน โดยมีการทำสัญญาและกำหนดระยะเวลาไว้

หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง หนังสือเดินทางที่มีการบันทึกข้อมูลชีวภาพ (Biometric data) ของผู้ถือหนังสือเดินทาง ได้แก่ รูปภาพใบหน้า และลายนิ้วมือของผู้ถือหนังสือเดินทางไว้ในไมโครชิพซึ่งฝังไว้ในปกหลังของหนังสือเดินทาง

ขอบเขตของการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจะเริ่มตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2548 เป็นต้นมา
2. ขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้พื้นที่ของสำนักงานหนังสือเดินทางทั้งหมด โดยเน้นที่กรมการกงสุล สำนักงานหนังสือเดินทางในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใหญ่ในแต่ละภูมิภาค (นับจากสถิติยอดผู้ใช้บริการ) เป็นหลัก
3. ขอบเขตของเนื้อหา ประกอบด้วย (1) การบริหารงานของกระทรวงการต่างประเทศ (2) การบริการหนังสือเดินทางของประเทศไทย (3) แนวคิดการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน (4) แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาครัฐ (5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (6) กรอบแนวคิดของการวิจัย
4. ประชากร แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
 - 4.1 ตัวแทนของผู้บริหารกระทรวงการต่างประเทศ กรมการกงสุล และกองหนังสือเดินทาง
 - 4.2 ตัวแทนของบริษัทที่ได้รับเลือกเป็นผู้ให้บริการภายนอกในงานหนังสือเดินทาง
 - 4.3 ประชาชนผู้ใช้บริการ และบริษัททัวร์
 - 4.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กระทรวงมหาดไทย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบการประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ของประเทศไทยและต่างประเทศ
2. ทำให้ทราบการประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในงานด้านหนังสือเดินทาง ของกระทรวงการต่างประเทศ
3. ทำให้ได้แนวทางการประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในงานหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ของกระทรวงการต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management--NPM)

เป็นแนวคิดที่ถูกนำมาใช้แทนแนวคิดการบริหารงานภาครัฐแบบดั้งเดิม (the traditional model of public administration) ที่เคยมีบทบาทสำคัญและประสบความสำเร็จในอดีต มีลักษณะเป็นระบบราชการที่เข้มงวด เน้นกระบวนการมากกว่าผลลัพธ์ และมุ่งกำหนดวิธีการปฏิบัติมากกว่าการมุ่งเน้นผลงาน จนกระทั่งมีการวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นระบบที่เชื่องช้า ไร้ประสิทธิภาพในเชิงเทคนิค ล้าสมัย ไม่อาจแก้ปัญหาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคโลกาภิวัตน์ได้จนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอีกครั้งหนึ่งในการบริหารงานภาครัฐ นั่นคือการหันมามุ่งเน้นผลงานมากขึ้น เน้นความรวดเร็วและการตอบสนองที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Kettle, 2005) ด้วยเหตุนี้ กระบวนการภายในของภาครัฐจึงเกิดการเปลี่ยนแปลง มีความจำเป็นจะต้องเร่งพัฒนาองค์กรภาครัฐให้มีศักยภาพและความได้เปรียบในการแข่งขันโดยภาครัฐจะต้องมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน เตรียมพร้อมรับกับการปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ด้าน มีการค้นหาแนวกลยุทธ์ใหม่ๆ ที่มีการพัฒนาให้เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา แนวคิดการบริหารงานภาครัฐแบบดั้งเดิมได้ถูกแทนที่ด้วยแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่กล่าวได้ว่า การเกิด

ขึ้นของการจัดการภาครัฐแนวใหม่นั้นเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการรวมกัน ทั้งปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีในระยะเริ่มแรกตัวแบบดังกล่าวมีชื่อเรียกต่างๆ กัน เช่น การบริหารจัดการภาครัฐใหม่ (New Public Management--NPM) การบริหารจัดการนิยม (managerialism) การบริหารการปกครองแบบผู้ประกอบการ (entrepreneurial government) การบริหารรัฐกิจที่มีพื้นฐานระบบตลาด (market-based public administration) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแนวคิดดังกล่าวมีความเห็นที่หลากหลายแตกต่างกันออกไป (Alonso, Clifton & Diaz-Fuentes, 2015)

Hood (1991, pp. 4-5) ผู้ซึ่งใช้คำว่า “การจัดการภาครัฐแนวใหม่” หรือ New Public Management เป็นครั้งแรก ได้อธิบายไว้ว่า การจัดการภาครัฐแนวใหม่มีองค์ประกอบอยู่ 7 ประการที่มีลักษณะเด่น แต่ไม่ได้หมายความว่าทุกประเทศจะมีองค์ประกอบครบทั้ง 7 ประการ หรือการให้ความสำคัญขององค์ประกอบแต่ละข้อเท่าเทียมกัน การเลือกใช้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและบริบทในแต่ละประเทศเป็นสำคัญ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวประกอบไปด้วย (1) การดำเนินงานโดยผู้จัดการมืออาชีพ (2) การมีมาตรฐานและตัวชี้วัดการปฏิบัติงานที่ชัดเจน (3) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ (4) การแบ่งแยกหน่วยงาน (5) การมุ่งเน้นการแข่งขัน (6) การใช้รูปแบบการจัดการภาคเอกชน และ (7) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ Cope, Leishman, and Strarie (1997) อธิบายไว้ว่า การจัดการภาครัฐแนวใหม่ เกิดพร้อมๆ กับการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคโลกาภิวัตน์ เนื่องจากประเทศต่างๆ จะต้องปรับโครงสร้างภาครัฐใหม่เพื่อให้สนองตอบกับกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งการจัดการภาครัฐแนวใหม่อาศัยหลักการอยู่ 2 อย่างคือ (1) ขจัดความแตกต่างระหว่างภาครัฐและเอกชน และ (2) นำวิธีการทำงานของภาคเอกชนไปปรับใช้กับภาครัฐ โดยเปลี่ยนวิธีการทำงานที่ยึดกฎระเบียบ

เป็นการมุ่งผลลัพธ์แทน Parry (1992, p. 4) อธิบายไว้ว่า การจัดการภาครัฐเป็นการนำเอาหลักการรัฐมาจากระบบราชการดั้งเดิม และวิธีการจากภาคเอกชนมาผสมผสานกัน ซึ่งเป็นแนวทางที่สร้างความสมดุลระหว่างภาครัฐและเอกชน Christensen and Lægreid (1999) อธิบายไว้ว่า การจัดการภาครัฐแนวใหม่เป็นแนวคิดที่เป็นกระแสในการปฏิรูปการบริหารภาครัฐของหลายๆ ประเทศ ซึ่งการปฏิรูปส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายที่คล้ายกันคือ ปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของภาครัฐเพื่อเพิ่มการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ลดค่าใช้จ่ายภาครัฐ และปรับปรุงความพร้อมรับผิดในการจัดการกล่าวได้ว่า แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ มีประเด็นร่วมกันอยู่หลายประเด็นคือ เปลี่ยนจากการให้ความสำคัญในเรื่องของปัจจัยนำเข้าและกระบวนการ มาเป็นการให้ความสำคัญในเรื่องของผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ มุ่งตอบสนองความต้องการของประชาชน มีความยืดหยุ่น สามารถวัดผลการปฏิบัติงานได้เพราะมีตัวชี้วัดที่ชัดเจน นำวิธีการของเอกชนมาปรับใช้ รวมถึงเปิดโอกาสให้เอกชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

แนวคิดการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน (Public-Private Partnership)

เป็นกรอบแนวความคิดที่ตระหนักและให้ความสำคัญกับโครงสร้างและบทบาทของภาครัฐในการที่จะดำเนินการ เพื่อตอบสนองพันธกรณีทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างเติบโตทางเศรษฐกิจ ความกินดีอยู่ดีของประชาชน โดยการเปิดโอกาสให้เอกชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ทั้งนี้ แนวคิดการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชนตระหนักถึงจุดเด่นและจุดด้อยของภาครัฐและภาคเอกชน กล่าวคือ ภาครัฐมีจุดแข็งในเรื่องของความสามารถ ในการระดมทุน ซึ่งได้มาจากการเรียกเก็บภาษีอากรและค่าธรรมเนียม และเป็น

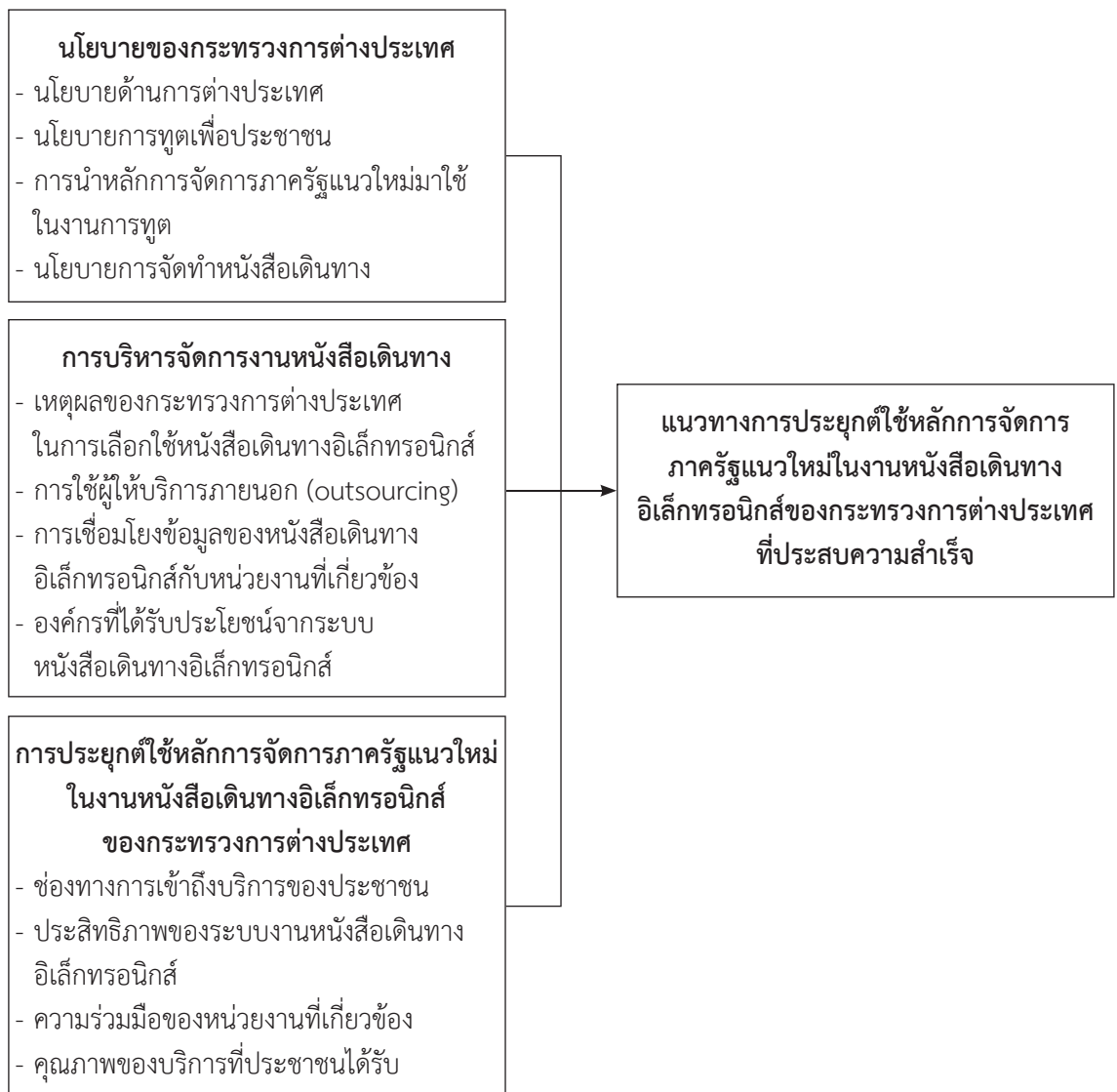
ผู้มีบทบาทตามกฎหมาย ภาครัฐจะต้องรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ มากกว่า ในขณะที่ภาคเอกชนมีจุดเด่นในแง่ของความเชี่ยวชาญในเรื่องการค้าขาย การบริหารจัดการ การดำเนินการ การจัดการนวัตกรรม และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภาคเอกชนยังสามารถช่วยในเรื่องการลงทุนให้กับโครงการของรัฐโดยการจัดทำสัญญา แนวคิดการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชนได้ถูกนำมาใช้ดำเนินงานของภาครัฐ เช่น การผลิตและส่งกระแสไฟฟ้า การประปา การกำจัดขยะ ด้านสาธารณสุข การสร้างถนน การคมนาคมทางรถไฟ เป็นต้น

ประโยชน์จากการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและเอกชน ภาครัฐเองจะได้ประโยชน์จากความคุ้มค่าทางการเงินและเป็นการแบ่งการบริหารความเสี่ยง ซึ่งการถ่ายโอนความเสี่ยงให้ภาคเอกชนนั้นเป็นจุดประสงค์หลักของการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและเอกชน ซึ่งมาจากแนวคิดที่ว่าภาคเอกชนนั้นสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้มีประสิทธิภาพมากกว่าภาครัฐ นอกจากนี้ รัฐจะได้โอกาสในการรับการถ่ายทอดเทคโนโลยี ความรู้ ประสบการณ์จากภาคเอกชน ในขณะที่ภาคเอกชนถือว่าเป็นการเพิ่มโอกาสการทำธุรกิจในการลงทุนกับภาครัฐ และมีโอกาสเสนอแนะแนวทางในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในส่วนของประชาชนถือว่าเป็นผู้รับประโยชน์จากการได้รับบริการสาธารณะที่มีประสิทธิภาพในราคาที่เหมาะสม ซึ่งการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและเอกชนมีหลายวิธี สำหรับประเทศไทยวิธีที่นิยมนำมาปรับใช้กับองค์กร ได้แก่ การใช้ผู้ให้บริการภายนอก (outsourcing) ที่หมายความว่า กระบวนการที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งมอบหมายการบริหาร การดำเนินการ หรือการบริการ ให้กับบุคคลภายนอกที่มีความชำนาญในด้านนั้นๆ มาดำเนินการแทนโดยมีการทำสัญญาข้อตกลง และองค์กรจะเป็นผู้กำหนดนโยบายบริหารและกำหนดคุณภาพของการให้บริการของผู้ให้บริการ

แนวคิดของการใช้ผู้ให้บริการภายนอก (outsourcing) เกิดขึ้นจากเหตุผลหลายประการ เช่น การแข่งขันทางด้านธุรกิจและด้านการบริการแก่ลูกค้าที่มีการแข่งขันสูง การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยี ความล่าช้าในการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานและบริหารระบบ มีการมอบหมายภารกิจทั้งหมด หรือบางส่วน

ให้กับบุคคลภายนอกที่มีความรู้ ความชำนาญ และมีเทคโนโลยีที่ดีกว่าเข้ามาบริหารแทน โดยอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลขององค์กร ทำให้องค์กรสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้ในปัจจุบันการใช้ผู้ให้บริการภายนอก หรือ Outsourcing มากขึ้น (Raethog, 2003)

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ซึ่งศึกษาจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (documentary) ทั้งแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสังเกต (observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับผู้บริหารกระทรวงการต่างประเทศ ตัวแทนบริษัทเอกชนที่ได้รับเลือกให้เป็นผู้ให้บริการภายนอกในงานหนังสือเดินทางประชาชนผู้ใช้บริการ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง บริษัททัวร์ เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์

การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาเป็นข้อมูลเพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์ให้สอดคล้อง ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์เพื่อความชัดเจนและถูกต้อง แล้วนำแบบสัมภาษณ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหาข้อความว่าถูกต้อง เหมาะสม ตรงตามโครงสร้างหรือไม่ และนำข้อเสนอแนะไปแก้ไขปรับปรุง และนำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วย (1) นายทรงพล สุขจันทร์ เอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา (2) นางสาวเนตรนภา คงศรี อัครราชทูต ณ กรุงมาดริด และ (3) ดร.รัชภูมิ บุญรอด นักการทูตชำนาญการพิเศษ กรมสนธิสัญญาและกฎหมาย กระทรวงการต่างประเทศ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาจากเอกสาร เมื่อได้ข้อมูลเอกสารมาแล้วได้ตรวจสอบว่าเป็นเอกสารที่แท้จริงหรือไม่ และใช้การวิเคราะห์เอกสาร โดยข้อมูลเอกสาร

ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย รายงานประจำปีของกระทรวงการต่างประเทศ หนังสือสราญรมย์ คู่มือต่างๆ เกี่ยวกับงานหนังสือเดินทางของกระทรวงการต่างประเทศ เอกสารข้อกำหนดของผู้ว่าจ้าง (TOR) เกี่ยวกับงานหนังสือเดินทาง เอกสารมาตรฐานการออกหนังสือเดินทางขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) ตลอดจนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ของกระทรวงการต่างประเทศและกรมการกงสุล

2. การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ผู้วิจัยจะวางโครงสร้างคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แต่ไม่ได้กำหนดคำตอบไว้ตายตัว จึงสามารถปรับเปลี่ยนให้มีความยืดหยุ่นและสลับคำถามให้เป็นไปตามสถานการณ์ โดยแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ผู้วิจัยได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 4 กลุ่มคือ

2.1 กลุ่มผู้บริหารกระทรวงการต่างประเทศ กรมการกงสุล และกองหนังสือเดินทาง ซึ่งแบ่งเป็นผู้บริหารระดับสูง ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจในการบริหารและกำหนดนโยบาย เพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์และแนวคิดที่ใช้ รวมถึงความคิดเห็นต่างๆ และผู้บริหารระดับกลาง ที่มีส่วนในการปฏิบัติงานตามนโยบายและมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์ แสดงความคิดเห็น โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้ถือเป็นผู้ที่สัมผัสกับแนวปฏิบัติ รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้น โดยใช้คำถามในการสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหารกระทรวงการต่างประเทศ จำนวน 19 ข้อ ซึ่งจะสามารถให้ข้อมูลที่เกิดขึ้นและสะท้อนปัญหา เปรียบเทียบความแตกต่างในการประยุกต์ภาครัฐแนวใหม่ในการบริการงานหนังสือเดินทาง ได้แก่ (1) นายณัฐวุฒิ โพธิสาโร อดีตรองปลัดกระทรวงการต่างประเทศ (2) นายวิฑูรย์ ศรีวิหค อดีตรองปลัดกระทรวงการต่างประเทศ (3) นายธงชัย ชาติสวัสดิ์ เอกอัครราชทูต ณ สิงคโปร์

อดีตอธิบดีกรมการกงสุล (4) นายทรงพล สุขจันทร์ เอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ อดีตผู้อำนวยการ กองหนังสือเดินทาง และ (5) นายรัชฎา จิวาลัย รองอธิบดีกรมยุโรป อดีตผู้อำนวยการกองหนังสือเดินทาง

2.2 กลุ่มผู้บริหารบริษัทจันฉนวนิชย์ จำกัด โดยใช้คำถามสำหรับบริษัทผู้ให้บริการภายนอก จำนวน 5 ข้อ เพื่อให้ทราบถึงวิธีการปฏิบัติงานตามนโยบายของกระทรวงการต่างประเทศและปัญหาในการดำเนินงาน กับนายพิรพล พรหมวงษ์ ผู้จัดการโครงการหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์

2.3 ประชาชนผู้ใช้บริการของกองหนังสือเดินทาง เพื่อให้ทราบความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริการงานหนังสือเดินทาง เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาางานของกองหนังสือเดินทางต่อไป โดยเลือกประชาชนให้มีความหลากหลาย คือ กลุ่มที่มีความถี่ในการใช้บริการกองหนังสือเดินทาง ได้แก่ กลุ่มนักเรียน เนื่องจากกลุ่มนี้มีการเดินทางอยู่ตลอดเวลา หนังสือเดินทางเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องใช้ในการเดินทาง กลุ่มที่มีความถี่ในการใช้บริการของกองหนังสือเดินทางน้อย ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรหรือผู้ใช้แรงงาน บุคคลทั่วไป โดยใช้คำถามสำหรับประชาชนผู้ใช้บริการ จำนวน 17 ข้อ ซึ่งกลุ่มนี้จะเดินทางต่อเมื่อมีกำหนดการในการเดินทางก่อนเสมอ ซึ่งจะแตกต่างจากกลุ่มแรกที่ต้องมีหนังสือเดินทางเตรียมพร้อมไว้ตลอดเวลา

2.4 กลุ่มตัวแทนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ใช้คำถาม จำนวน 3 ข้อ บริษัททัวร์ ใช้คำถาม จำนวน 5 ข้อ เพื่อให้ทราบถึงวิธีการดำเนินงานที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลร่วมกัน ผลการปฏิบัติงานมีความสะดวกขึ้น ลดปริมาณงานประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มมากขึ้นหรือไม่ รวมถึงปัญหาในการดำเนินงาน

3. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participation observation) ผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมกับกลุ่มคนที่กำลังศึกษา รวมถึงกิจกรรมที่เป็นอยู่ จนกระทั่งเข้าใจ

ความรู้สึกนึกคิดและความหมายที่คนเหล่านั้นให้ต่อปรากฏการณ์ทางสังคมที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาอยู่ ซึ่งเมื่อสังเกตแล้วจะต้องมีการซักถามและการจดบันทึกข้อมูล (note-taking) ด้วย ซึ่งอาจจดบันทึกในระหว่างการสังเกตหรือในภายหลังก็ได้ จุดเด่นสำคัญของการสังเกตคือการทำให้อุบัติการณ์ที่แสดงออกมาเป็นธรรมชาติ ซึ่งมีความน่าเชื่อถือ การสังเกตซ้ำๆ ในเหตุการณ์เดียวกันประกอบกับการสัมภาษณ์และการตรวจสอบต่างๆ ทำให้การสังเกต เป็นประโยชน์ในงานวิจัยเช่นกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยจัดกลุ่มเพื่อนำเสนอในลักษณะการบรรยายเชิงพรรณนา ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มต้นจากการจัดระเบียบข้อมูล เนื่องจากข้อมูลมีที่มาจากหลายหลายแหล่ง ทั้งการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ทำที่ น้ำเสียง พฤติกรรมการแสดงออกระหว่างการสัมภาษณ์ เอกสาร ข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งการจัดระเบียบข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้เริ่มทำตั้งแต่ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดึงข้อมูลมาใช้ได้ตลอดเวลา อาทิเช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกในสถานการณ์จริงจากการลงพื้นที่ ผู้วิจัยไม่สามารถควบคุมให้การสัมภาษณ์เป็นไปตามแนวคำถามที่วางไว้เรียงตามลำดับข้อได้ ทุกอย่างขึ้นอยู่กับผู้วิจัยในฐานะผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ ณ เวลานั้นๆ เป็นสำคัญ ดังนั้นหลังการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะทำการถอดข้อมูลทันทีเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด เนื่องจากเป็นระยะเวลาที่ผู้วิจัยสามารถจดจำได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกันยังสามารถรู้ว่าข้อมูลที่ได้อาจมีความครบถ้วนสมบูรณ์หรือขาดตกบกพร่องในส่วนใด ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมในระยะเวลาที่ทันท่วงทีระหว่างที่ยังอยู่ในพื้นที่แต่ละจังหวัด ที่ทำการศึกษา และทำการจัดกลุ่มข้อมูลในลำดับต่อไป เมื่อจัดกลุ่มข้อมูลตามความเชื่อมโยงของเนื้อหาสาระ

แล้ว จะทำการหาข้อสรุปว่าข้อมูลที่มีอยู่นั้นสามารถ
 ตอบปัญหาการวิจัยในส่วนใดได้บ้าง จากนั้นแสดง
 ข้อมูลเพื่อเป็นการสรุปสาระสำคัญของผลการวิจัย

ผลการวิจัย

1. การประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดการภาครัฐ แนวใหม่ของประเทศไทยและต่างประเทศ

จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการปฏิรูปตามแนวคิด
 การจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยนั้น
 มิได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งโดยเฉพาะ แต่เป็นผล
 มาจากปัจจัยที่สำคัญรวมกัน ไม่ว่าจะเป็น (1) ปัจจัย
 ทางด้านเศรษฐกิจ อันได้แก่วิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น
 ในปี พ.ศ. 2540 ที่นำไปสู่การปฏิรูปที่สำคัญ คือ ทำให้
 รัฐบาลต้องปรับลดรายจ่าย ยุบหน่วยงานที่ไม่จำเป็น
 และรัฐบาลต้องขอความช่วยเหลือจากกองทุนการเงิน
 ระหว่างประเทศ ภายใต้เงื่อนไขของการปฏิรูปตามแนว
 การจัดการภาครัฐแนวใหม่ (2) ปัจจัยจากกระแส
 โลกาภิวัตน์ที่การบริหารภาครัฐแนวทางการดั้งเดิมไม่
 สามารถสนองตอบต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของ
 โลกได้ (3) ปัจจัยจากภายนอกประเทศ ได้แก่ อิทธิพล
 และแรงกดดันจากองค์การระหว่างประเทศ โดยใช้
 แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญ
 ที่ใช้ในการปฏิรูประบบราชการ

ประเทศไทยมีการนำเอาองค์ประกอบบาง
 ประการของการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้บ้างแล้ว
 ก่อนหน้านี้ แต่การนำใช้ที่มีความชัดเจนในแง่การ
 บัญญัติเป็นกฎหมายข้อบังคับและแง่ของการนำไป
 ปฏิบัติ นับได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 โดยเฉพาะในช่วงปี
 พ.ศ. 2544-2549 ได้มีการแปลงแนวคิดการจัดการ
 ภาครัฐแนวใหม่ไปเป็นกฎหมายข้อบังคับในระดับต่างๆ
 เช่น พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน
 (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2545 พระราชกฤษฎีกาว่าด้วย
 หลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
 พ.ศ.2546 เป็นต้น อย่างไรก็ตามการปฏิรูประบบ

ราชการไทยยังขาดความต่อเนื่องในการปฏิรูป
 เนื่องจากขาดความต่อเนื่องทางการเมือง นโยบายของ
 การปฏิรูปในแต่ละรัฐบาลมักไม่มีความต่อเนื่องกัน โดย
 รัฐบาลที่เข้ามาใหม่มักจะยกเลิกหรือไม่สานต่อโครงการ
 ของรัฐบาลชุดก่อนหน้าที่ และเริ่มโครงการปฏิรูปตาม
 แนวคิดของตนขึ้นมาใหม่ทุกๆ ครั้งที่มีการจัดตั้งรัฐบาล
 และเมื่อมีการเปลี่ยนรัฐบาลบ่อยครั้งโครงการปฏิรูปจึง
 มักจะต้องหยุดชะงักและเริ่มใหม่อยู่ตลอดเวลา

ประเทศสิงคโปร์ ได้มีการนำเอาแนวคิดการ
 จัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้อย่างจริงจังในช่วงปลาย
 ทศวรรษที่ ค.ศ. 1980 ถึงต้นปี ค.ศ. 1990 โดยปัจจัย
 ที่นำไปสู่การปฏิรูปตามแนวคิดการจัดการภาครัฐแนว
 ใหม่มิได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งโดยเฉพาะ แต่เป็น
 ผลมาจากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การรักษา
 ศักยภาพในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ปัจจัยภายนอก
 ประเทศ ได้แก่ การเรียนรู้และการถ่ายโอนนโยบาย
 จากต่างประเทศ ซึ่งการปฏิรูปตามแนวการจัดการ
 ภาครัฐแนวใหม่ในสิงคโปร์ไม่ได้เกิดจากปัญหาทาง
 เศรษฐกิจหรือวิกฤตทางการเงิน หรือมีปัญหาระยะการ
 ขาดประสิทธิภาพในการบริหารภาครัฐแต่อย่างใด แต่
 เป็นการปฏิรูปที่มีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะคง
 ไว้ซึ่งศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก และเป็นการ
 ปรับตัวเชิงกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสของ
 การแข่งขันทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อดึงดูด
 เงินทุน เทคโนโลยี และตลาดการค้าที่มาพร้อมกัน
 นักลงทุนชาวต่างชาติ

การปฏิรูปตามแนวคิดการจัดการภาครัฐแนว
 ใหม่ในประเทศสิงคโปร์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่
 หยุดชะงัก เนื่องมาจากการเมืองในประเทศสิงคโปร์
 มีความต่อเนื่อง ผู้นำทางการเมืองครองตำแหน่งอย่าง
 ต่อเนื่องเป็นเวลานาน เช่น นายโก๊ะจ๊กตงที่เป็นผู้นำ
 ทางการเมืองครองอำนาจนานถึง 14 ปี การปฏิรูปตาม
 แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่เกิดในประเทศ
 สิงคโปร์แทบทั้งหมดเกิดภายใต้การบริหารงานของ

พรรคการเมืองเพียงพรรคเดียว โครงการปฏิรูปส่วนใหญ่จึงเป็นไปอย่างต่อเนื่องไม่ขาดตอน

ในขณะที่ประเทศแคนาดาการนำแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1988 จนกระทั่งปี ค.ศ. 1995 มีการนำมาใช้ปฏิรูประบบราชการอย่างชัดเจน ทั้งนี้การนำแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาประยุกต์ใช้ของประเทศแคนาดาเกิดจากปัจจัยที่ประเทศเกิดวิกฤตในการบริหารประเทศ เนื่องมาจากการใช้งบประมาณทำให้ประเทศมีหนี้สินจำนวนมากจึงต้องมีการปฏิรูประบบราชการของประเทศ แต่ไม่ได้เกิดจากการกู้ยืมเงินจากองค์การระหว่างประเทศเหมือนกับประเทศไทย นอกจากนี้ปัจจัยภายนอกประเทศก็เป็นแรงกดดันในการนำแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาประยุกต์ใช้ หลังจากที่ใช้ปฏิรูประบบราชการก็ส่งผลให้ประเทศแคนาดาสามารถกลับมารักษาดุลการคลังไว้ได้ดังเดิม

สำหรับประเทศอินเดียนำแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาประยุกต์ใช้เริ่มชัดเจนในปี ค.ศ. 1991 เนื่องจากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ทำให้รัฐบาลต้องปรับลดรายจ่าย ลดขนาดของหน่วยงานรัฐ ปัจจัยจากกระแสโลกาภิวัตน์และปัจจัยจากภายนอกประเทศ ได้แก่ อิทธิพลและแรงกดดันจากองค์การระหว่างประเทศ โดยใช้แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่ใช้ในการปฏิรูประบบราชการ เห็นได้ว่ากรนำแนวคิดหลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาประยุกต์ใช้ในที่กล่าวมาเป็นการเลือกบนพื้นฐานการเรียนรู้วิธีการบริหารจัดการที่เหมาะสมและประยุกต์ใช้กับประเทศของตนในฐานะที่เป็นกลยุทธ์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาประเทศเพื่อรองรับกระแสโลกแห่งการแข่งขันทั้งในปัจจุบันและอนาคต ไม่ได้เกิดจากการถูกบังคับจากองค์การระหว่างประเทศที่มีเงื่อนไขให้มีการปฏิรูป

จากการศึกษาเห็นได้ว่าทั้งประเทศไทย สิงคโปร์ แคนาดา และอินเดีย ได้มีการนำเอาแนวคิดการจัดการ

ภาครัฐแนวใหม่มาประยุกต์ใช้ โดยเน้นในส่วนของการจัดการที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ เน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง รวมถึงการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ มาใช้อย่างชัดเจน

2. การประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในงานด้านหนังสือเดินทางของกระทรวงการต่างประเทศ

กระทรวงการต่างประเทศในฐานะที่เป็นผู้ดำเนินการและรับผิดชอบในด้านนโยบายการต่างประเทศได้กำหนดเป้าประสงค์ของนโยบายต่างประเทศไว้ว่า เพื่อรักษาผลประโยชน์ของประเทศและสร้างความร่วมมือกับต่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศได้พยายามปรับปรุงระบบการบริหารราชการของกระทรวง โดยกรนำแนวคิดในเรื่องการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้ เห็นได้จากในปี พ.ศ. 2548 กระทรวงการต่างประเทศได้ดำเนินยุทธศาสตร์การต่างประเทศเชิงรุก โดยเริ่มจากการปรับการบริหารจัดการภายในของกรดำเนินการด้านต่างประเทศ (internal management of external relations) โดยมีเป้าหมายโดยรวม คือ เพื่อชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชนไทย อันได้แก่ สันติสุข ความอยู่ดีกินดี มีศักดิ์ศรี มีความปลอดภัย

2.1 นโยบาย

นโยบายสำคัญของกระทรวงการต่างประเทศในการปฏิรูปตามแนวทางการจัดการภาครัฐแนวใหม่ ได้แก่ นโยบายการทูตเพื่อประชาชน ที่ให้ความสำคัญกับงานบริการประชาชนด้วยการมอบให้กรมการกงสุลเป็นหน่วยงานหลักของกระทรวงการต่างประเทศในการดำเนินงานในเรื่องนี้ ซึ่งผลงานที่ประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับว่าได้มีการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลก็คือ การให้บริการหนังสือเดินทาง ยุทธศาสตร์หลักของการให้บริการหนังสือเดินทางที่กรมการกงสุลนำมาใช้คือ (1) การเพิ่มช่องทางที่ประชาชนสามารถเข้าถึง การให้บริการหนังสือเดินทาง โดยการเพิ่มสำนักงานหนังสือเดินทางในจังหวัดต่างๆ ทั่วทั้งประเทศ ตลอด

จนการนำเทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อสามารถเชื่อมต่อสถานเอกอัครราชทูต สถานกงสุลใหญ่ทั่วโลก ทำให้ประชาชนคนไทยสามารถใช้บริการหนังสือเดินทางได้ทุกแห่งทั่วโลก (2) การนำนวัตกรรมใหม่ๆ ในการให้บริการ อาทิ การใช้เทคโนโลยีด้านดิจิทัลมาส่งเสริมคุณภาพในการให้บริการแก่ประชาชน เช่น การสำรองคิวออนไลน์ การติดตามสถานะของการผลิตหนังสือเดินทางและ (3) ผลิตหนังสือเดินทางได้อย่างเพียงพอต่อความต้องการของประชาชน ไม่ว่าจะเกิดสถานการณ์วิกฤต อาทิ ภัยทางธรรมชาติ สถานการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ประชาชนยังสามารถที่จะมีหนังสือเดินทางใช้ตลอดเวลา

2.2 การบริหารจัดการงานหนังสือเดินทาง

2.2.1 การใช้หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-passport) ประเทศไทยเปลี่ยนมาใช้หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ในปี พ.ศ. 2548 โดยสาเหตุการเปลี่ยนมาใช้หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์คือหนังสือเดินทางที่มีการฝังไมโครชิปไว้ในเล่ม ซึ่งไมโครชิปจะเก็บข้อมูลบุคคลรวมทั้งข้อมูลชีวมาตร (biometric) ของผู้ถือหนังสือเดินทางซึ่งป้องกันการปลอมแปลงได้สูง เป็นการยกระดับหนังสือเดินทางของประเทศไทยให้มีมาตรฐานสากล ก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ซึ่งหนังสือเดินทางแบบเดิมจะไม่มีไมโครชิปมีการจัดเก็บข้อมูลชีวมาตรเพียงภาพถ่ายใบหน้าสาเหตุที่นำหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนหนังสือเดินทางรูปแบบเดิม เนื่องจากก่อนหน้านี้ประเทศไทยประสบกับปัญหาหนังสือเดินทางขาดความน่าเชื่อถือ การปลอมแปลงหนังสือเดินทาง และความไม่สะดวกในการใช้หนังสือเดินทางในการเดินทางของประชาชนการนำหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้สามารถแก้ปัญหาได้ ดังนี้

1. การผลิตหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ดำเนินการตามมาตรฐานองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (IACO) ทำให้หนังสือเดินทางไทยมีมาตรฐาน

สากล ส่งผลให้ได้รับความน่าเชื่อถือ

2. การมีข้อมูลอยู่ในไมโครชิปที่ฝังในเล่มหนังสือเดินทางทำให้ปลอมแปลงได้ยาก เพราะมีการลงรหัสไว้ในไมโครชิป อีกทั้งยังมีการจัดเก็บข้อมูลชีวมาตรในเล่ม ทั้งภาพถ่ายใบหน้า และลายพิมพ์นิ้วมือ

3. ตรวจสอบได้ง่าย เนื่องจากมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันในประเทศสมาชิกองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (IACO) ซึ่งการตรวจสอบข้อมูลหนังสือเดินทางได้ง่ายจะช่วยให้การเดินทางผ่านขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมืองสะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น

การใช้ผู้ให้บริการภายนอก (outsourcing)

Outsourcing เป็นรูปแบบหนึ่งของการบริหารงานในเชิงยุทธศาสตร์ โดยการตัดสินใจใช้บริการจากภายนอก เหตุผลที่องค์กรตัดสินใจที่จะเลือกใช้วิธีการ Outsourcing คือ ข้อพิจารณาในด้านการลดค่าใช้จ่ายและการปรับโครงสร้างค่าใช้จ่าย กล่าวคือ องค์กรเลือกใช้ Outsourcing เพื่อให้ผู้รับจ้าง (vendors) เป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องของการลงทุนและการพัฒนาในขณะเดียวกันก็เป็นการแบ่งการรับความเสี่ยงขององค์กรไปยังผู้รับจ้างอีกด้วย ข้อพิจารณาอีกประการหนึ่งที่องค์กรเลือกใช้วิธีการ Outsourcing ก็คือ เพื่อที่องค์กรจะสามารถทุ่มเททรัพยากรขององค์กรทั้งด้านเงินทุน บุคลากร และองค์ความรู้ที่มีอยู่ไปมุ่งเน้นในสิ่งที่เป็ความสามารถเฉพาะ (core competency) ขององค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรสามารถทำได้ดีกว่าผู้อื่นหรือสิ่งที่ผู้อื่นไม่สามารถลอกเลียนได้ หรือเป็นสิ่งที่องค์กรนั้นๆ ได้รับการคาดหวังจากสังคมหรือกฎหมายว่าจะต้องทำหน้าที่ดังกล่าว และโดยที่องค์กรหรือหน่วยงานแต่ละแห่งจะมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในจำนวนจำกัด จึงจำเป็นต้องให้บุคลากรเหล่านั้นทำงานในสิ่งที่จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงสุด การ Outsourcing จะเป็นการลดปริมาณงานที่สร้างมูลค่าเพิ่มน้อยเพื่อให้บุคลากรทุ่มเทเวลาไปในสิ่งที่ตนมี

ความถนัดและสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่าผลจากการใช้ ผู้ให้บริการภายนอกในงานหนังสือเดินทางที่กระทรวง การต่างประเทศเป็นผู้ดำเนินงานเองทั้งหมดกับการใช้ ผู้ให้บริการภายนอก ได้แก่

1. ประสิทธิภาพในการดำเนินงานดีขึ้น ทั้งใน ส่วนของหนังสือเดินทางมีคุณภาพดีขึ้น และมีความ น่าเชื่อถือมากขึ้น ระยะเวลาในการดำเนินการน้อยลง เนื่องจากใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย

2. ใช้งบประมาณน้อยลง ตั้งแต่มีการจัดจ้าง เอกชนในการให้บริการหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงการต่างประเทศไม่มีการตั้งงบในเรื่องการ ผลิตหนังสือเดินทางเลย

3. การบริการเป็นที่พึงพอใจของประชาชนผู้ใช้ บริการมากขึ้น และการเข้าถึงบริการง่ายขึ้น เนื่องจาก มีสำนักงานหนังสือเดินทางมากขึ้น

การใช้วิธีการ Outsourcing สามารถตอบสนอง วัตถุประสงค์ตามที่ได้กล่าวไปข้างต้นได้อย่างดี กล่าว คือ กระทรวงการต่างประเทศสามารถบริหารจัดการ โครงการหนังสือเดินทางได้ตามเวลาและตามงบประมาณที่กำหนดไว้ (on time on budget) และ ผู้รับจ้างสามารถส่งมอบงานได้ตามข้อกำหนดและระยะ เวลาของการให้บริการตามที่ได้ตกลงกันไว้ (Service Level Agreement--SLA) ระหว่างผู้ว่าจ้าง และ ผู้รับจ้าง ซึ่งถือได้ว่าเป็นการบรรลุวัตถุประสงค์ของ การ Outsourcing งานหนังสือเดินทาง นอกจากนี้ หลังจากที่มีการใช้ระบบหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงการต่างประเทศได้รับรางวัลจากภาครัฐใน ฐานะที่เป็นศูนย์ราชการสะดวก เป็นส่วนราชการดีเด่น ในการบริหารจัดการเพื่อการบริการประชาชน ถือว่า เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าการที่กระทรวงการต่างประเทศ เลือกใช้ผู้ให้บริการภายนอกในงานหนังสือเดินทางเป็น สิ่งที่เหมาะสม

3. แนวทางการประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐ แนวใหม่ในงานหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ ของ

กระทรวงการต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ

ช่องทางการเข้าถึงบริการของประชาชนจากการ ประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในงาน หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ของกระทรวงการต่าง ประเทศ ทั้งในส่วนของนโยบายการทูตเพื่อประชาชน การมุ่งตอบสนองความต้องการของประชาชนมากขึ้น ดังนั้น ในการการจัดทำข้อกำหนดของผู้ว่าจ้าง (Term of Reference--TOR) ได้มีการกำหนดให้ผู้รับจ้าง จัดตั้งสำนักงานหนังสือเดินทางในแต่ละภูมิภาคเพื่อ อำนวยความสะดวกแก่ประชาชน ซึ่งผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามทำให้ปัจจุบันกระทรวงการต่างประเทศมี สำนักงานหนังสือเดินทางชั่วคราว จำนวน 21 แห่ง แบ่งออกเป็นสำนักงานในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ กรม การกงสุล ถนนแจ้งวัฒนะ สำนักงานหนังสือเดินทาง ชั่วคราว ปิ่นเกล้า (สายใต้ใหม่) ศรีนครินทร์ ศูนย์ บริการการไปทำงานต่างประเทศ (กระทรวงแรงงาน) ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ (อาคารบี) มีนบุรี MRT คลองเตย และต่างจังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ สงขลา ขอนแก่น อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี นครราชสีมา ยะลา พิษณุโลก นครสวรรค์ อุตรธานี ภูเก็ต จันทบุรี เชียงราย และพัทธา นอกจากนี้ยังเปิดให้บริการใน สถานเอกอัครราชทูต สถานกงสุลใหญ่ 95 แห่ง ใน 66 ประเทศ และเพื่อให้การบริการประชาชนเป็นไป อย่างทั่วถึง กระทรวงการต่างประเทศได้จัดโครงการ หนังสือเดินทางสัญจรไปให้บริการหนังสือเดินทางใน ต่างจังหวัดทั่วประเทศไทยตลอดจนในต่างประเทศ ด้วยเช่นกัน

ประสิทธิภาพของงานระบบหนังสือเดินทาง การประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่ในส่วน ของการใช้ผู้ให้บริการภายนอก (outsourcing) ดูแล ระบบ การผลิตหนังสือเดินทาง และการบริการในงาน หนังสือเดินทาง ส่งผลให้ระบบสารสนเทศของงาน หนังสือเดินทางมีความทันสมัยมากขึ้น หนังสือเดินทาง มีคุณภาพและการบริการเป็นที่พึงพอใจของประชาชน

ซึ่งผู้บริหารกองหนังสือเดินทางได้ให้ความเห็นสอดคล้องไว้ว่า ปัจจุบันกองหนังสือเดินทาง กระทรวงการต่างประเทศ สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานราชการอื่นๆ ได้มากขึ้น เนื่องจากมีระบบสารสนเทศที่ทันสมัย รวมไปถึงระบบการรับคำร้องที่สามารถให้บริการได้รวดเร็วขึ้น โดยใช้เวลาในกระบวนการยื่นคำร้องเพียง 15 นาที ทำให้รองรับจำนวนผู้ใช้บริการได้มากขึ้นตามไปด้วย เห็นได้จากตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ที่ได้เริ่มมีการใช้ระบบหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์มาจนถึงปัจจุบัน กระทรวงการต่างประเทศได้ให้บริการหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์มาแล้วกว่า 17 ล้านเล่ม โดยความต้องการมีหนังสือเดินทางของคนไทยเพิ่มขึ้นทุกปี คือจากประมาณปีละ 1 ล้านเล่มในปี พ.ศ. 2549 มาเป็นปีละ 1.7 ล้านเล่มในปี พ.ศ. 2560 ปัจจุบันประชาชนมีความต้องการหนังสือเดินทางเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1.5 แสนเล่มต่อเดือน หรือประมาณเกือบ 8 พันเล่มต่อวัน

ในด้านคุณภาพของหนังสือเดินทาง ในปัจจุบันหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวน 62 หน้า มีลักษณะสำคัญป้องกันการปลอมแปลง (security features) 66 แห่ง มีแถบที่สามารถอ่านได้ด้วยเครื่อง (machine readable zone) และมีการฝังไมโครชิพที่ปกหลังที่บรรจุข้อมูลบุคคล ในหน้าข้อมูลบุคคล (data page) ใช้แสงเลเซอร์เผาเนื้อวัสดุให้เกิดภาพ (laser engraving) และเจาะรูเพื่อป้องกันการปลอมแปลง (laser perforation) ซึ่งทำการปลอมแปลงได้ยากมาก และนี่เป็นเหตุผลที่ทำให้รูปมีลักษณะเป็นขาวดำ ผู้รับบริการมักจะพูดถึงรูปถ่ายอยู่เสมอว่าเหตุใดจึงถ่ายรูปเป็นขาวดำ ซึ่งที่จริงเป็นเพียงรอยไหม้ที่ทำให้เกิดภาพซึ่งถือว่าเป็นคุณสมบัติหนึ่งป้องกันการปลอมแปลงได้สูง

คุณภาพของบริการที่ประชาชนได้รับการให้บริการหนังสือเดินทางในปัจจุบันเป็นลักษณะการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ (one stop service) กล่าว

คือ ประชาชนเข้าไปที่บูท (station) เจ้าหน้าที่จะดำเนินการในทุกกระบวนการจนแล้วเสร็จ สามารถออกใบนอร์รับเล่มหนังสือเดินทาง โดยใช้เวลาในการยื่นคำร้องขอหนังสือเดินทางเพียง 15 นาที ในขณะที่ในอดีตผู้ขอใช้บริการจะต้องเดินจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่งตามกระบวนการ ซึ่งใช้เวลากว่า 45 นาที จึงจะแล้วเสร็จนอกจากนี้ ยังมีการบริการที่เป็นบริการเสริมเพื่อให้ประชาชนมีทางเลือกมากขึ้น เช่น บริการการลงทะเบียนขอรับบริการหนังสือเดินทางล่วงหน้า บริการส่งหนังสือเดินทางด่วนพิเศษทางไปรษณีย์และบริการหนังสือเดินทางเล่มด่วน

บริการการลงทะเบียนขอรับบริการหนังสือเดินทางล่วงหน้า เริ่มให้บริการตั้งแต่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2557 คือบริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนที่ต้องการทำหนังสือเดินทาง ซึ่งเป็นบริการออนไลน์ 24 ชั่วโมง ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยมีบริการต่างๆ ดังนี้

1. แสดงสถิติการทำหนังสือเดินทางย้อนหลัง 5 วัน เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกวัน ที่จะมาใช้บริการ
2. แสดงจำนวนคิว ณ เวลาปัจจุบันของแต่ละสำนักงานประมาณเวลาที่จะได้รับบริการทำหนังสือเดินทาง
3. แสดงที่ตั้งสำนักงานหนังสือเดินทาง เส้นทาง และเวลาในการเดินทางไปยังสำนักงานหนังสือเดินทาง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ
4. สามารถจองคิวและลงทะเบียนทำหนังสือเดินทางได้ล่วงหน้า โดยผู้รับบริการจะต้องมารายงานตัว ณ สำนักงานที่เลือกขอรับบริการอย่างน้อย 30 นาที และสามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้จนถึง 23.00 น. ของวันก่อนวันขอรับบริการหนังสือเดินทาง
5. สามารถกำหนดวิธีการรับเล่มหนังสือเดินทางได้ด้วยตนเอง
6. สามารถตรวจสอบสถานะของหนังสือเดินทางที่ได้ยื่นขอไว้ทุกสำนักงาน

บริการส่งหนังสือเดินทางด่วนพิเศษทางไปรษณีย์ (Passport Speed Post--PSP) เป็นบริการเสริมภายใต้ สโลแกน “PSP ประหยัด รวดเร็ว มั่นใจ” เริ่มให้บริการ ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน พ.ศ.2557 ที่ต้องการขยาย และพัฒนาการบริการเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกแก่ ประชาชนให้มากยิ่งขึ้น ทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมารับหนังสือเดินทางแก่ผู้รับ บริการ โดยผู้รับบริการสามารถรอรับหนังสือเดินทาง ที่บ้านได้โดยใช้เวลาเทียบเท่ากับการมารับด้วยตนเอง ทางบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จะจัดส่งหนังสือเดินทาง ภายใน 2 วันทำการ จากเดิมที่การรับเล่มทางไปรษณีย์ จะใช้เวลา 5-7 วันทำการ มีอัตราค่าบริการ 60 บาท ภายใต้มาตรฐานการบริการของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พร้อมบริการโทรแจ้งผู้รับก่อนการจัดส่ง และสามารถตรวจสอบสถานะการจัดส่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านระบบ Track and Trace หรือทางหน้าเว็บไซต์ www.thailandpost.co.th

บริการหนังสือเดินทางเล่มด่วน เริ่มให้บริการ ตั้งแต่ 8 เมษายน พ.ศ.2558 เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการที่ต้องการใช้หนังสือเดินทาง ด่วน โดยแบ่งออกเป็น (1) รับเล่มภายในวันเดียวกัน มีค่าธรรมเนียม 3,000 บาท โดยผู้รับบริการจะต้อง ยื่นคำร้องและชำระเงินเสร็จสิ้นภายในเวลา 12.00 น. และขอรับเล่มได้เฉพาะที่กรมการกงสุล ถนนแจ้งวัฒนะ ตั้งแต่เวลา 15.30 - 16.30 น. และ (2) รับเล่มในวัน ถัดไป มีค่าธรรมเนียม 2,000 บาท โดยจะได้รับเล่มใน วันทำการถัดไปในเวลาเดียวกัน ทั้งนี้ การบริการ ทั้ง 2 รูปแบบ จะให้บริการรวมกันวันละไม่เกิน 400 เล่ม สำหรับการขอรับหนังสือเดินทางแบบปกติจะใช้ เวลาในการรับเล่ม 2 วันทำการ และมีค่าธรรมเนียม 1,000 บาท ซึ่งกระทรวงการต่างประเทศไม่ได้ขึ้นค่า ธรรมเนียมหนังสือเดินทางมาเป็นเวลา 34 ปี แม้ว่าจะ มีการพัฒนาหนังสือเดินทางให้เป็นหนังสือเดินทาง อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต้นทุนสูง แต่กระทรวงการต่าง

ประเทศยังเรียกเก็บค่าธรรมเนียม 1,000 บาท เท่าเดิม

การอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ใช้การ สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มตัวอย่าง (focus groups) ของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) กับการให้ บริการหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย เพื่อศึกษาถึงผลจากการที่กระทรวงการต่างประเทศ นำเอาการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาปรับใช้ ในการให้บริการหนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ของ ประเทศไทย พบว่า กระทรวงการต่างประเทศประสบ ผลสำเร็จในระดับที่น่าพึงพอใจ เริ่มต้นจากการนำ เสนอนโยบายการทูตเพื่อประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อรักษาและส่งเสริมประโยชน์ของประชาชน โดย เน้นประสิทธิภาพในการให้บริการประชาชนอย่างมี ประสิทธิภาพ จากการสัมภาษณ์พบว่า การให้บริการ หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2548 เป็นผลงานหลักของกระทรวงการต่างประเทศภายใต้ นโยบายการทูตเพื่อประชาชน และได้รับการยอมรับ จากทุกภาคส่วนของสังคมไทยว่าเป็นผลงานชิ้นสำคัญ อันหนึ่งของภาครัฐในเรื่องการปรับปรุงและพัฒนา ประสิทธิภาพของการให้บริการประชาชน

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายนอกอันได้แก่ สถานการณ์ระหว่างประเทศ นโยบายของรัฐบาลใน เรื่องการปฏิรูประบบราชการ มีส่วนสำคัญที่ทำให้ กระทรวงการต่างประเทศต้องปรับบทบาทและ แนวทางในการดำเนินงาน โดยการนำแนวคิดการ บริหารงานภาครัฐแนวใหม่มาปรับใช้ในการปฏิบัติ ราชการ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับการบริการ ประชาชน อาทิ การให้บริการหนังสือเดินทางแก่ ประชาชน สภาวะเศรษฐกิจของประเทศและนโยบาย การจำกัดจำนวนบุคคลากรภาครัฐ การปรับลดบ งบประมาณของภาครัฐ ตลอดจนการเติบโตอย่างรวดเร็ว ของภาคเอกชนและการที่ภาคประชาชนมีความ

ตระหนักในสิทธิพลเมืองมากขึ้น เป็นผลให้กระทรวงการต่างประเทศต้องหันมาใช้วิธีการให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการประชาชน โดยการใช้วิธีการจ้างเอกชนให้เข้ามาดำเนินการในการให้บริการประชาชน ซึ่งเป็นวิธีที่กระทรวงการต่างประเทศได้ถ่ายโอนภาระและความเสี่ยงในเรื่องการลงทุน การผลิตหนังสือเดินทาง และการให้บริการ ตลอดจนการดำเนินการในด้านการวิจัยและพัฒนาไปให้เอกชนผู้รับจ้าง ขณะที่กระทรวงการต่างประเทศยังคงควบคุมดูแลตลอดจนกำหนดทิศทางในการดำเนินการต่างๆ ของเอกชนผู้รับจ้าง นอกจากนี้ การ Outsourcing ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริการประชาชนในงานหนังสือเดินทาง ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ (products) และในด้านการให้บริการ (services) กล่าวคือ หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์มีมาตรฐาน ปลอดภัย ยาก ได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ ทำให้ประชาชนไทยสามารถเดินทางไปต่างประเทศได้อย่างสะดวกและมีศักดิ์ศรีประชาชนได้สามารถเข้าถึงบริการหนังสือเดินทางได้อย่างทั่วถึง กระบวนการในการขอมีหนังสือเดินทางสั้น สะดวก รวดเร็ว ผู้ให้บริการมีคุณภาพ ใส่ใจและมีจิตบริการ ส่งผลให้ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์และการให้บริการหลากหลายยิ่งขึ้น ทำให้ภาครัฐเผชิญกับความท้าทายใหม่ๆ ที่ซับซ้อนขึ้น จึงเกิดแนวโน้มที่เป็นไปได้ซึ่งควรมีการปรับเปลี่ยนไปสู่การจัดการภาครัฐแนวใหม่ โดยเน้นความสำคัญของการควบคุมค่าใช้จ่าย (cost control) การบริหารงานแบบเอกชน และการ

ว่าจ้างเอกชนให้เข้ามาดำเนินงานในการให้บริการประชาชน ส่วนภาครัฐจะมุ่งเน้นการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (performance management) และรูปแบบของการจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ไทยนำมาใช้ มุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับการให้บริการประชาชนที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของประชาชน ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ภาครัฐยังมุ่งเน้นให้มีการถ่ายโอนหน้าที่ไปสู่ภาคเอกชน โดยภาครัฐได้ปรับเปลี่ยนบทบาทจากผู้ผลิตและผู้ให้บริการโดยตรงไปสู่บทบาทของผู้กำหนดทิศทางและควบคุมดูแลให้การดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์สำคัญ อันได้แก่การบริการประชาชนที่มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับกระทรวงการต่างประเทศในการพัฒนาการให้บริการหนังสือเดินทางในช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การสร้าง Automatic machine ที่สามารถรับคำร้องขอหนังสือเดินทางได้ โดยผู้ยื่นขอสามารถดำเนินการผ่านเครื่อง โดยตั้งเครื่องไว้ที่ทำการไปรษณีย์ หรือองค์การบริหารส่วนตำบลทั่วประเทศเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวกและทั่วถึง, การยื่นขอหนังสือเดินทางผ่าน Counter service ทั่วประเทศ การรับคำร้องขอหนังสือเดินทางออนไลน์ โดยผู้ยื่นขอสามารถกรอกข้อมูลผ่านระบบออนไลน์และชำระเงินที่ธนาคาร จากนั้นนำรหัสมายื่นเพื่อเก็บภาพใบหน้าและลายนิ้วมือที่สำนักงานหนังสือเดินทาง

เอกสารอ้างอิง

- จักรกฤษณ์ แร่ทอง. (2546). *Outsource คืออะไร?*. ค้นเมื่อ 20 กันยายน 2560, จาก <http://www.nextproject.net/contents/?00026>
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2549). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารราชการแนวใหม่*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.
- ทิวากร แก้วมณี. (2559). *ธรรมาภิบาล*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สยาม.

References

- Christensen, T., & Lægreid, P. (1999). New public management: Design, resistance, or transformation?. *Public Productivity & Management Review*, 23(2), 169-193.
- Cope, S., Leishman, F., & Strarie, P. (1997). Globalization, new public management and the enabling state. *International Journal of Public Sector Management*, 10(6), 444-460.
- Hood, C. (1991). A public management for all seasons?. *Public Administration*, 69(1), 3-19.
- Alonso, J. M., Clifton, J., & Diaz-Fuentes, D. (2015). Did new public management matter?: An empirical analysis of the outsourcing and decentralization effects on public sector size. *Public Management Review*, 17(5), 643-660.
- Kaewmanee, D. (2016). *Good governance*. Siam. [In Thai]
- Kettle, D. F. (2005). *The global public management revolution*. The Brookings Institution.
- Parry, R. (1992). Concepts and assumptions of public management. In C. Duncan (Ed.), *The evolution of public management* (pp. 3-22). Palgrave Macmillan.
- Raethog, C. (2003). *What is outsource?*. Retrieved September 20, 2017, from <http://www.nextproject.net/contents/?00026> . [In Thai]
- Sirisamphan, T. (2006). *Introduction to modern public management*. Office of the Public Sector Development Commission. [In Thai]

วิเคราะห์โครงสร้างภาษีอากรที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย

เบญจวรรณรี โชติช่วงนิรันดร์¹

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างภาษีอากรของไทยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และข้อมูลเชิงปริมาณโดยมีเครื่องมือสำคัญคือ แบบจำลองเศรษฐกิจมหภาคและแบบจำลองโครงสร้างภาษีอากรของไทย ซึ่งใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2540-2559

ผลการวิเคราะห์ที่สำคัญคือ หากต้องการใช้มาตรการทางภาษีเพื่อทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องใช้มาตรการทางภาษีคือ ลดภาษีทางตรง ได้แก่ อัตราภาษีเงินได้ทั้งภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษีเงินได้นิติบุคคลลง รวมถึงภาษีธุรกิจเฉพาะลง 5% ลดภาษีทางอ้อม คือ ภาษีมูลค่าเพิ่มเป็น 5% ภาษีสรรพสามิต และภาษีส่งออกลง 5% ซึ่งจะมีผลทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเจริญเติบโตสูงขึ้น 462,783.40 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้น 3.22%

คำสำคัญ: โครงสร้างภาษีอากร; การพัฒนาเศรษฐกิจ; ภาคเศรษฐกิจจริง

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

เบญจวรรณรี โชติช่วงนิรันดร์. (2563). วิเคราะห์โครงสร้างภาษีอากรที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตยศาสตร์*, 10(1), 104-117.

¹ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย

อีเมลล์: dr.benchawanaree@gmail.com

An Analysis of a Tax Structure Appropriate for the Economic Development of Thailand

Benchawanaree Chodchaungnirun¹

Abstract

In this journal research investigation, the researcher analyzes the influence of the tax structure of the Kingdom of Thailand (Thailand) on its economic development. In carrying out this investigation, the researcher collected qualitative data from the contents of in-depth interviews with key informants. Germane quantitative data were collected by means of constructing and applying a macroeconomic model incorporating a model of Thailand's tax structure. Relevant annual time series data from the period between 1997 and 2016

Were analyzed with the following results: If tax measures were used to ensure that the nation's economy grew efficiently, the method of reducing direct taxes would have to be utilized. The income tax rates for both personal income and corporate income tax would have to be reduced in addition to reducing special business tax by five percent. Indirect taxes in the case of value added tax (VAT) is five percent, excise tax and export tax would have to be reduced by five percent. If these tax reduction measures were adopted and applied to Thailand's economy, the results would show economic growth of 462,783.40 million baht, thereby constituting an increase of 3.22 percent.

Keywords: Tax Structure; Economic Development; Real Sector

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Chodchaungnirun, B. (2020). An analysis of a tax structure appropriate for the economic development of Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 104-117.

¹ Faculty of Economics, Ramkhamhaeng University

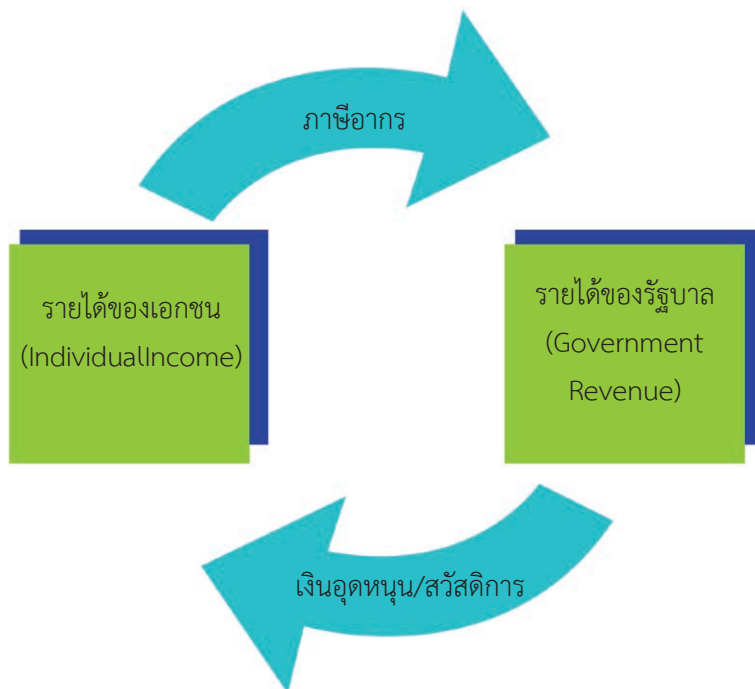
2086 Ramkhamhaeng Road, Hau Mark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand

Email: dr.benchawanaree@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสร้างความสำเร็จเติบโตนั้นต้องอาศัยทั้งนโยบายการคลังและนโยบายการเงินเพื่อให้เกิดผลที่มีประสิทธิภาพ โดยภาษีอากรเป็นเครื่องมือหนึ่งของนโยบายการคลัง ที่สามารถนำไปใช้เพื่อสร้างความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ในแง่ที่เป็นรายได้หลักของรัฐบาล ซึ่งการใช้จ่ายของรัฐบาลไม่ว่าจะเป็นการใช้จ่ายทางตรงหรือทางอ้อมโดยผ่านเงินอุดหนุน หรือการใช้จ่ายในด้านสังคม ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา การฝึกอบรม การสาธารณสุข และด้านอื่นๆ ล้วนแล้วแต่ส่งผลให้นโยบายการเจริญเติบโตได้ผลตามเป้าหมาย

กล่าวโดยสรุปได้ว่าภาษีอากร เป็นเงินส่วนกลางของประเทศที่ได้จากประชาชนร่วมกันจ่ายเพื่อจ้างรัฐมาบริหารประเทศดำเนินนโยบายบริหารประเทศด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนโดยรวม ผลประโยชน์ของการบริหารงบประมาณ ภาษีอากรต้องส่งผลกลับคืนสู่เจ้าของเงินคือ ประชาชนส่วนเงินที่รัฐโอนให้ภาคเอกชนที่มีรายได้หรือไม่มีรายได้ เรียกว่า เงินอุดหนุนหรือสวัสดิการ ซึ่งทั้งภาษีอากร และเงินอุดหนุนหรือสวัสดิการนั้นต่างเป็นการเคลื่อนย้ายเงินได้ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน



ภาพ 1 การเคลื่อนย้ายเงินได้ระหว่างภาครัฐและเอกชน

ดังนั้นหากโครงสร้างภาษีที่มีความเหมาะสมและประชาชนรวมถึงเจ้าหน้าที่รัฐ ตระหนักถึงบทบาทของตนเอง ก็จะทำให้การจัดเก็บภาษีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างภาษีอากรของไทยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

นิยามศัพท์

โครงสร้างภาษีอากร หมายถึง ประเภทของภาษีอากรทั้งหมดที่มีการจัดเก็บในประเทศไทย

การพัฒนาทางเศรษฐกิจ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นของระดับรายได้ประชาชาติของไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาเป็นรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ถึงปี พ.ศ.2559 จำนวน 20 ปี ด้วยการเก็บข้อมูลจากตัวแปรในแบบจำลองที่ใช้

2. การวิจัยเชิงคุณภาพใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษีอากรและผู้เกี่ยวข้อง ทั้งจากภาคเอกชนและภาครัฐ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ผลการวิเคราะห์โครงสร้างภาษีอากรของไทยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

2. นำข้อมูลผลการวิเคราะห์โครงสร้างภาษีอากรเสนอผู้เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการปรับโครงสร้างภาษีอากรของไทยให้เกิดความเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของประชาชน นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนต่อไป

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ระบบเศรษฐกิจมหภาคในระบบเศรษฐกิจจะประกอบด้วยภาคผลผลิต (real sector) ภาคการเงิน (money sector) และภาคต่างประเทศ (foreign sector) ซึ่งนั่นก็คือตลาดผลผลิต ตลาดการเงินและตลาดระหว่างประเทศ ในระบบเศรษฐกิจมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจในแต่ละ sector โดยมีความเชื่อมโยงจากปริมาณเงินที่จะหมุนเวียนเคลื่อนย้ายจาก Sector หนึ่งไปสู่ sector หนึ่ง จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจหนึ่งไปสู่กิจกรรมทางเศรษฐกิจหนึ่ง

ภาคเศรษฐกิจจริง (real sector) หมายถึง ภาคเศรษฐกิจที่มีการผลิตสินค้าและบริการโดยใช้วัตถุดิบและปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่น แรงงาน ที่ดิน และทุน มาผสมผสานหรือผ่านกระบวนการผลิต ทำให้ได้สินค้าและบริการขึ้นมา ซึ่งจะมีตลาดเป็นตัวตัดสินว่าสังคมจะผลิตอะไร โดยใช้ปัจจัยการผลิตอย่างไร ทั้งนี้ มีตลาดสำคัญ 2 ตลาด คือ (1) ตลาดปัจจัยการผลิต ได้แก่ ตลาดวัตถุดิบ แรงงาน ที่ดิน และทุน และ (2) ตลาดผลผลิต โดยมีผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินการในการใช้ปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้าและบริการ เช่น การผลิตในภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม เป็นต้น

ภาคการเงิน (money sector) ประกอบด้วยสถาบันการเงินต่างๆ ซึ่งมีหน้าที่เก็บออมเงินของประชาชนและรัฐบาล ปล่อยสินเชื่อให้แก่นักลงทุน รวมถึงการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ภาคต่างประเทศ (Foreign sector) ประกอบด้วย การเคลื่อนย้ายทุนระหว่างประเทศ ทั้งการลงทุนระหว่างประเทศ การซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างประเทศ โดยมีอัตราแลกเปลี่ยนในการเชื่อมโยงปริมาณเงินระหว่างประเทศ

การรั่วไหลและการอัดฉีดการรั่วไหล (leakages or withdrawals) หมายถึง ภาคครัวเรือนมีได้นำรายได้ที่ได้จากการขายปัจจัยการผลิตทั้งหมดไปซื้อสินค้าและบริการจากภาคการผลิต ส่วนหนึ่งรั่วไหลผ่านการออมภาคเอกชน (personal savings) การชำระเป็นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้แก่ภาครัฐบาล (personal taxes, labor services) และผ่านการชำระเป็นภาษีมูลค่าเพิ่มหรือภาษีเงินได้นิติบุคคลให้แก่ภาครัฐบาล (business taxes, goods and services) และการนำเข้าสินค้าและบริการจากต่างประเทศ (imports) การอัดฉีด (injections) หมายถึงรายได้ส่วนที่เพิ่มเติมเข้ามาในกระแสการหมุนเวียนเกิดจากสถาบันการเงิน (financial intermediaries) ให้ภาคการผลิตกู้ยืมเงินเพื่อนำไปลงทุน (investment loans) รัฐบาลใช้จ่าย

ในรูปแบบต่าง ๆ (government expenditure) และมูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการต่างๆ ไปยังประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก (exports) ส่วนรั่วไหลและส่วนอัดฉีด

ดังนั้น ส่วนรั่วไหลประกอบด้วย การออม (Savings) ภาษี (Tax) และการนำเข้า (Imports)

$$S + T + M$$

ในทางตรงกันข้ามส่วนอัดฉีดประกอบด้วย การลงทุน (Investment) การใช้จ่ายภาครัฐบาล (Government Expenditure) และการส่งออก (Exports)

$$I + G + X$$

ทฤษฎีของเคนส์ (theory of Keynes) เป็นการวิเคราะห์ระดับรายได้ประชาชาติดุลยภาพ โดยวิเคราะห์ในส่วนของภาคเศรษฐกิจจริง (Real sector) เน้นด้านรายจ่ายมวลรวม โดย Aggregate Expenditure หรือ AE เป็นผลรวมของค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคภาคเอกชน (Consumption expenditure--C) ค่าใช้จ่ายในการลงทุนภาคเอกชน (Investment spending--I) ค่าใช้จ่ายของภาครัฐบาล (Government expenditure: G) และค่าใช้จ่ายในการส่งออกและการนำเข้า (Net Export: X-IM) เขียนเป็นสมการได้ดังนี้ (Keynes, 1936a; 1936b; 1936c; 1936d; 1936e)

$$AE = C + I + G + X - IM$$

โดย AE = Aggregate Expenditure

และดุลยภาพในระบบเศรษฐกิจ คือ จุดที่ระดับรายจ่ายมวลรวม (Aggregate Expenditure) เท่ากับระดับรายได้ประชาชาติ หรือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศพอดี จึงได้ว่า

$$Y = AE$$

$$\text{หรือ } GDP = AE$$

$$\text{ในขณะที่ } AE = C + I + G + X - IM$$

$$\text{ดังนั้น } GDP = C + I + G + X - IM$$

การใช้นโยบายการคลังในระบบเศรษฐกิจขนาดเล็กแบบเปิดสำหรับประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจขนาดเล็กและมีการค้าระหว่างประเทศด้วยนั้น การใช้นโยบายการเงิน นโยบายการคลังเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งผลลัพธ์ของการใช้นโยบายการเงิน นโยบายการคลังภายใต้อัตราแลกเปลี่ยนแบบไม่คงที่สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

การใช้นโยบายการคลังในระบบเศรษฐกิจขนาดเล็กและใช้อัตราแลกเปลี่ยนขึ้นลงอย่างเสรี เช่น การเพิ่มการใช้จ่ายรัฐบาล (G) จะส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าอัตราดอกเบี้ยต่างประเทศ เงินทุนจึงไหลเข้าประเทศ เมื่อเงินทุนไหลเข้าประเทศเป็นจำนวนมากขึ้นย่อมส่งผลต่อระดับปริมาณเงินภายในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นและการที่ปริมาณเงินในประเทศมีมากจะส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนโดยทำให้ค่าเงินแข็งค่าขึ้น จะส่งผลต่อระดับการส่งออกและการนำเข้าโดยตรง กล่าวคือทำให้การส่งออกลดลงแต่การนำเข้าจะเพิ่มสูงขึ้นซึ่งผลที่ตามมาคือการส่งออกสุทธิจะมีมูลค่าลดลงและนั่นย่อมส่งผลต่อระดับรายได้ประชาชาติด้วย แสดงได้ในรูปสมการดังนี้

สมการเส้น IS คือ

$$Y = C(Y) + I(r) + G + X(ex) - ex.IM(Y, ex)$$

สมการเส้น LM คือ

$$D + R = L(Y, r)$$

และ

$$R^0 = X(ex) - ex.IM(Y, ex) + K(r, r^*)$$

Take total Differential ทุกสมการได้ดังนี้

$$dY - C_y \cdot dY - I_r \cdot dr - X_{ex} \cdot dex + ex \cdot IM_y \cdot dY + ex \cdot IM_y \cdot dex + IM \cdot dex = dG$$

$$(1 - C_y + ex \cdot IM_y) \cdot dY - I_r \cdot dr - (X_{ex} - ex \cdot IM_{ex} - IM) \cdot dex = dG$$

$$X_{ex} \cdot dex - ex \cdot IM \cdot dY - ex \cdot IM_{ex} \cdot dex + K_r \cdot dr = 0$$

การเปลี่ยนแปลงดุลการชำระเงิน: $dR^0 = 0$ จะได้

$$\begin{bmatrix} 1 - C_y + ex \cdot IM_y & -I_r & -A \\ L_y & L_r & 0 \\ ex \cdot IM_y & K_r & A \end{bmatrix} \begin{bmatrix} dY \\ dr \\ dex \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1 \\ 0 \\ 0 \end{bmatrix} dG + \begin{bmatrix} 0 \\ 1 \\ 0 \end{bmatrix} dD$$

กำหนดให้ $A = X_{ex} - ex \cdot IM_{ex} - IM$

การเปลี่ยนแปลงในรายจ่ายรัฐบาลจะได้

$$\frac{dY}{dG} = \frac{\begin{vmatrix} 1 & -I_r & -A \\ 0 & L_r & 0 \\ 0 & K_r & A \end{vmatrix}}{\begin{vmatrix} 1 - C_y + ex \cdot IM_y & -I_r & -A \\ L_y & L_r & 0 \\ -ex \cdot IM_y & K_r & A \end{vmatrix}}$$

$$\frac{dY}{dG} = \frac{A \cdot L_r}{A \cdot (-L_y \cdot K_r - ex \cdot IM_y \cdot L_r + L_r - C_y \cdot L_r + ex \cdot IM_y \cdot L_r + I_r \cdot L_y)}$$

$$\frac{dY}{dG} = \frac{1}{(1 - C_y) + \frac{L_y}{L_r} (I_r - Kr)}$$

อัตราแลกเปลี่ยนขึ้นลงได้อย่างเสรี ดังนั้น K_r เท่ากับ α จึงได้ว่า

$$\frac{dY}{dG} = 0$$

แสดงว่าเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนคงที่การใช้นโยบายการคลังจะใช้ไม่ได้ผล คือไม่สามารถเปลี่ยนแปลงระดับรายได้ประชาชาติ (Y) ได้

ทฤษฎีพัฒนาการโครงสร้างภาษีอากรของ มัสเกรฟ Musgrave (as cited in Paengkariya, 2013, pp. 19-21) ได้อธิบายพัฒนาการของโครงสร้าง

ภาษี โดยเห็นว่า ปัจจัยสำคัญที่กำหนดโครงสร้างภาษี ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านการเมือง และสังคม โดยปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจมีผลต่อการพัฒนาการของโครงสร้างภาษีได้ 2 ทาง คือ

1. เมื่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศเปลี่ยนแปลงไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจลักษณะของฐานภาษี (Tax base) ก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย และการจัดการเกี่ยวกับระบบรายได้ของรัฐบาลจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน

2. วัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจ (economic objective) ทางด้านนโยบายภาษีก็จะเปลี่ยนแปลงไปตามขั้นตอนของการพัฒนาเศรษฐกิจ ในการพิจารณาอิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจ Musgrave ได้แบ่งการพัฒนาเศรษฐกิจเป็น 2 ระยะ คือ ระยะแรก (early period) และระยะหลัง (later period)

ระยะแรก ประเทศยังมีระดับรายได้ต่ำ โครงสร้างทางเศรษฐกิจจะเป็นตัวกำหนดโครงสร้างของระบบภาษี ซึ่งภาษีที่สำคัญของภาคเกษตรกรรม คือ ภาษีที่ดิน ส่วนเศรษฐกิจนอกภาคเกษตรกรรมนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมโรงงานมีขนาดเล็ก ธุรกิจการค้ายังค่อนข้างแคบ ทำให้ฐานภาษีสรรพสามิตและภาษีการขายมีขนาดเล็ก ประเทศจึงต้องหันไปพึ่งรายได้จากแหล่งอื่น เช่น รายได้จากรัฐวิสาหกิจ ส่วนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มิได้อาศัยฐานภาษีที่ใช้กันโดยทั่วไป แต่เป็นภาษีที่ประเมินตามแหล่งรายได้ มิใช่เป็นภาษีเงินได้ที่บุคคลประเมินได้รับทั้งหมด ซึ่งภาษีจากรายได้ที่จัดเก็บได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด คือ ภาษีจากแหล่งเงินเดือนและค่าจ้างของข้าราชการ พนักงานของบริษัท หรือห้างร้านใหญ่ๆ ส่วนการจัดเก็บภาษีเงินได้จากองค์กรธุรกิจนั้น เนื่องจากมีความลำบากในการประเมินรายได้ขององค์กรธุรกิจ โดยมีการกำหนดอัตราภาษีจากยอดขาย ซึ่งทำให้มีลักษณะเหมือนกับภาษีการขาย ส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลจะจัดเก็บได้เฉพาะกิจการใหญ่ๆ ซึ่งมีอยู่น้อยและส่วนใหญ่เป็นของชาว

ต่างประเทศ และผู้ที่มีรายได้สูงๆ นั้นส่วนใหญ่ไม่มีรายได้จากทุน ซึ่งมักไม่มีการประเมินรายได้จากทุน จึงทำให้โครงสร้างภาษีมีความไม่เป็นธรรมอย่างมาก เนื่องจากข้อจำกัดของการเก็บภาษีเงินได้ซึ่งเกิดปัญหาทางด้านบัญชี การบริหารภาษี การหลีกเลี่ยงภาษี การหลบภาษี ตลอดจนการลงโทษ ทำให้ประเทศกำลังพัฒนาต้องพยายามพัฒนาระบบภาษีของตนให้สามารถทำรายได้ให้มากยิ่งขึ้นจากแหล่งที่จะเอื้ออำนวยให้มีการประเมินภาษีได้โดยตรง และสามารถใช้มาตรการทางด้านการบริหารจัดเก็บ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดเก็บภาษีในอัตราที่สูงสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย การหลีกเลี่ยงทำได้ยากขึ้น ทำให้ระบบภาษีมีความเป็นธรรมมากขึ้นกว่าความพยายามในการจัดเก็บภาษีรายได้ในอัตราก้าวหน้า

ระยะหลัง เป็นระยะที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจมากขึ้น ธุรกิจต่างๆ ทั้งธุรกิจการค้า และธุรกิจการผลิต ได้ขยายตัวส่งผลต่อการจ้างแรงงานที่มีการขยายตัวตามไปด้วย ตลอดจนการปรับปรุงทางด้านการบริหารจัดการและการบัญชีขององค์กรธุรกิจ มีผลทำให้สามารถปรับปรุงการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล รวมทั้งภาษีทางอ้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ฐานภาษีกว้างมากขึ้นกว่าเดิม และสัดส่วนของภาษีทางตรงต่อรายได้ภาษีทั้งหมดเพิ่มขึ้น

ลักษณะโครงสร้างภาษีอากรที่ดีตามแนวคิดของ Adam Smith อัดัม สมิท (Adam Smith) นักเศรษฐศาสตร์ผู้มีชื่อเสียงชาวอังกฤษ ซึ่งถือเป็นบิดาแห่งการภาษีอากรได้กล่าวไว้ในหนังสือ The Wealth of Nations เมื่อปี ค.ศ. 1776 ว่าหลักการจัดเก็บภาษีอากรที่ดีนั้น จะต้องประกอบด้วยหลักเกณฑ์ 4 ประการ หรือที่เรียกว่า Adam Smith' Canons ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้ (Smith, 1776)

1. หลักความเป็นธรรม (equity) หมายความว่า ผู้ที่มีความสามารถในการหารายได้เท่ากัน ก็ควรเสีย

ภาษีให้แก่รัฐโดยเท่าเทียมกัน ไม่ควรมีการให้อภิสิทธิ์ โดยการยกเว้นภาษี หรือลดภาษีให้แก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นกรณีพิเศษ และใช้หลักแห่งความสามารถในการเสียภาษี (ability to pay) กล่าวคือ ผู้ใดมีความสามารถในการเสียภาษีมาก ก็ควรเสียภาษีมากกว่าผู้ที่มีความสามารถในการเสียภาษีน้อยกว่า

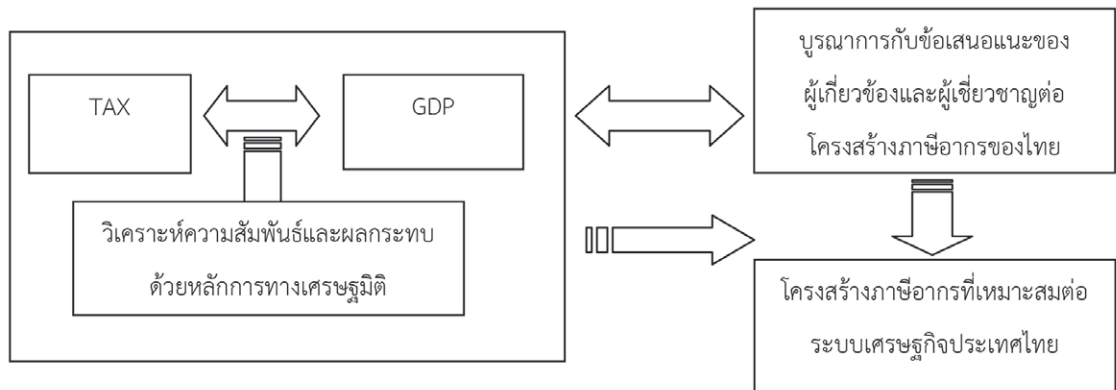
2. หลักความแน่นอน (certainty) ซึ่งประกอบด้วย ความแน่นอนในเรื่องของเวลาชำระภาษี อัตราภาษี วิธีชำระภาษี และสถานที่เสียภาษี เพื่อให้ผู้เสียภาษีมีโอกาสปรับปรุงและพัฒนาตนเอง และวางแผน

ตระเตรียมค่าใช้จ่ายในการเสียภาษีอากรไว้ล่วงหน้า

3. หลักความสะดวก (convenience) ทั้งด้านเวลา และวิธีการชำระเงินเพื่อให้ผู้เสียภาษีอากรมีความสะดวกในการชำระภาษีอากร

4. หลักการประหยัด (economy) ประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดเก็บภาษี เพราะถือว่าภาษีอากรเป็นการจัดเก็บจากประชาชน เป็นเงินของประชาชน ดังนั้นรัฐต้องประหยัดและใช้จ่ายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ ภาษีที่จัดเก็บต้องไม่กระทบต่อประชาชนผู้ที่ทำงาน ต้องใช้หลักเก็บน้อยแต่ได้มาก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 2 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย เป็นการแสดงให้เห็นถึงกรอบแนวคิดในการศึกษางานวิจัยเรื่อง วิเคราะห์โครงสร้างภาษีอากรที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยผู้วิจัยจะดำเนินการศึกษาและวิเคราะห์โครงสร้างภาษีอากรไทยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ด้วยหลักการทางเศรษฐมิติ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญและผู้เกี่ยวข้องกับภาษีอากร เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลสู่การปรับปรุงโครงสร้างภาษี

อากรให้เกิดความเหมาะสมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลในการเสนอแนะโครงสร้างภาษีที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยวิจัยเชิงปริมาณใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาเป็นรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ถึงปี พ.ศ. 2559 จำนวน

20 ปี ด้วยการเก็บข้อมูลจากตัวแปรในแบบจำลองที่ใช้ ส่วนวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษีอากรและผู้เกี่ยวข้อง ทั้งจากภาคเอกชนและภาครัฐจำนวน 12 คนจากนั้นทำการ

สรุปสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเชื่อมโยงไปยังการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้ดำเนินการตามหลักการทางเศรษฐมิติ ซึ่งมีแบบจำลองประกอบด้วย 2 แบบจำลองหลัก ดังนี้

1. แบบจำลองด้านเศรษฐกิจมหภาค

$$GDP = C + I + G + X - IM$$

$$\text{และได้ว่า } GDP = C(Y_d, \Delta GDP_{-1}) + I(GDP, \Delta GDP_{-1}) + G + X(GDP_f, \text{exr}, X_{-1}) - IM(Y_d, P_{im}, \text{exr})$$

$$\text{ในขณะที่ } C = C_a + C_1 Y_d + C_2 \Delta GDP_{-1}; Y_d = GDP - \text{Tax}$$

$$I = I_a + I_1 GDP + I_2 \Delta GDP_{-1}$$

$$G = G$$

$$X = X_a + X_1 GDP_f * \text{exr} + X_2 X_{-1}$$

$$IM = IM_a + IM_1 Y_d + IM_2 P_{im} * \text{exr}; Y_d = GDP - \text{Tax}$$

โดยที่

$$GDP = \text{ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (หน่วย:ล้านบาท)}$$

$$C = \text{ค่าใช้จ่ายในการบริโภคภาคเอกชน (หน่วย:ล้านบาท)}$$

$$I = \text{รายจ่ายในการลงทุนภาคเอกชน (หน่วย:ล้านบาท)}$$

$$G = \text{ค่าใช้จ่ายภาครัฐบาล (หน่วย:ล้านบาท)}$$

$$X = \text{มูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการ (หน่วย:ล้านบาท)}$$

$$IM = \text{มูลค่าการนำเข้าสินค้าและบริการ (หน่วย:ล้านบาท)}$$

$$Y_d = \text{รายได้สุทธิหลังหักภาษี (หน่วย:ล้านบาท)}$$

$$\Delta GDP_{-1} = \text{ส่วนเปลี่ยนแปลงของ GDP ช่วงเวลาที่ผ่านมา (แสดงถึงความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ) (หน่วย:ล้านบาท)}$$

$$X_{-1} = \text{มูลค่าการส่งออกในช่วงปีก่อนหน้า (หน่วย:ล้านบาท)}$$

$$GDP_f = \text{ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของโลก (หน่วย:ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)}$$

$$\text{exr} = \text{อัตราแลกเปลี่ยน บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯอเมริกา (หน่วย:บาท/ดอลลาร์สหรัฐฯ)}$$

$$P_{im} = \text{ราคาสินค้านำเข้า (หน่วย:ดอลลาร์สหรัฐฯ)}$$

2. แบบจำลองโครงสร้างภาษีอากร

$$TAX = Tax_{id} + Tax_{corp} + Tax_{vat} + Tax_{buss} + Tax_{excis} + Tax_x + Tax_{im} + Tax_{ele}$$

$$\text{ในขณะที่ } Tax_{id} = tax_{a id} + tax_{1id} GDP$$

$$Tax_{corp} = tax_{a corp} + tax_{1corp} GDP$$

$$Tax_{buss} = tax_{a buss} + tax_{1buss} GDP$$

$$Tax_{vat} = tax_{a vat} + tax_{1vat} C + tax_{2vat}$$

- $Tax_{excis} = tax_{aexcis} + tax_{1excis} C$
- $Tax_x = tax_a x + tax_{1x} GDP$
- $Tax_{im} = tax_{aim} + tax_{1im} GDP$
- $Tax_{ele} = tax_{aele} + tax_{1ele} GDP$
- โดยที่ TAX = มูลค่าภาษีรวมของประเทศไทย (หน่วย:ล้านบาท)
- $Tax_{id} =$ มูลค่าภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (หน่วย:ล้านบาท)
- $Tax_{corp} =$ มูลค่าภาษีเงินได้นิติบุคคล (หน่วย:ล้านบาท)
- $Tax_{vat} =$ มูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม (หน่วย:ล้านบาท)
- $Tax_{buss} =$ มูลค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ (หน่วย:ล้านบาท)
- $Tax_{excis} =$ มูลค่าภาษีสรรพสามิต (หน่วย:ล้านบาท)
- $Tax_x =$ มูลค่าภาษีส่งออก (หน่วย:ล้านบาท)
- $Tax_{im} =$ มูลค่าภาษีนำเข้า (หน่วย:ล้านบาท)
- $Tax_{ele} =$ ภาษีอื่นๆ (หน่วย:ล้านบาท)

ผลการวิจัย

1. จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ทั้งจากนักวิชาการ ผู้ประกอบการ นักกฎหมาย ผู้ทำบัญชีและผู้ที่เกี่ยวข้อง สรุปผลวิเคราะห์ได้ดังนี้

1.1 ในประเด็นเกี่ยวกับความสำคัญของภาษีอากร สรุปได้ว่า ภาษีอากรมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศ เช่นถนนหนทาง ระบบคมนาคมต่างๆ ระบบสวัสดิการ การสร้างโรงพยาบาล เป็นต้น หากไม่มีภาษีอากร สิ่งเหล่านี้ก็ไม่มี สุดท้ายประชาชนก็จะเดือดร้อนและมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอยู่ 3 ประเด็นหลักๆ คือ

1.1.1 ภาษีมีความสำคัญในแง่ของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

1.1.2 ภาษีนั้นมีไว้เพื่อการควบคุมพฤติกรรมของประชาชนที่ใช้จ่ายในทิศทางที่ไม่เหมาะสม เช่น การดื่มสุรา สูบบุหรี่ เป็นต้น

1.1.3 ภาษีนั้นมีไว้เพื่อใช้ในการกระจายรายได้หรือสร้างความเป็นธรรมในสังคม

นอกจากนี้ยังแสดงถึงศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจภายในประเทศว่าดีมากน้อยเพียงใดได้ด้วย ภาษีที่รัฐได้รับแล้วนำไปทำระบบขนส่ง อย่างรถไฟรางคู่ รถไฟฟ้า การตัดถนน พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนของผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ และความสะดวกในด้านสาธารณสุขโรคก็จะช่วยให้เพิ่มการบริโภคของประชาชนได้อีกทางหนึ่ง ผลของการจัดเก็บภาษีอากร จะมีผลต่อการพัฒนาประเทศ ประเทศจะพัฒนาได้มากน้อยเพียงไรก็ขึ้นอยู่กับการจัดเก็บภาษีว่ามีปริมาณมากน้อยเพียงใด ถ้ารัฐเก็บภาษีได้เป็นไปตามเป้าหมายก็จะมั่งบประมาณเพียงพอต่อการนำไปใช้ในกระทรวงต่างๆ สำหรับการพัฒนาด้านต่างๆ ต่อไป

1.2 ประเด็นเกี่ยวกับโครงสร้างภาษีอากร (tax structure) และระบบภาษีอากร (tax system) ของไทยในปัจจุบัน สรุปได้ว่า โครงสร้างภาษีโดยทั่วๆ ไปทั่วโลกที่นิยมใช้กัน จะมีฐานภาษี 2 ประเภทคือ ฐานรายได้ (income tax base) และฐานการบริโภค (consumption tax base) ซึ่งประเทศไทยก็ใช้แบบเดียวกันนี้ แต่ก็ต้องมีการปรับปรุงโครงสร้างภาษี

อาคารอยู่เสมอให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจและระบบเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยเห็นว่าควรปรับปรุงโครงสร้างภาษีดังนี้

1.2.1 ควรมีการปฏิรูปภาษีทั้งภาษีทางตรงและภาษีทางอ้อม ซึ่งในปัจจุบันถือว่ายังไม่เหมาะสมต่อการพัฒนาประเทศ ดังนั้นจึงควรมีการปรับลดอัตราภาษีที่มาจากฐานรายได้ทั้งภาษีบุคคลธรรมดาและภาษีนิติบุคคล เพื่อให้ภาคครัวเรือนมีกำลังซื้อที่มากขึ้น การบริโภคก็จะมากขึ้นตาม ส่วนภาคธุรกิจก็จะมีกำไรมากขึ้น ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจในการลงทุนมากขึ้น และมีกำไรเหลือที่จะนำไปพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สินค้าและบริการต่างๆ ก็จะมีคุณภาพที่ดีขึ้นด้วย

1.2.2 สิ่งสำคัญที่ภาครัฐต้องทำคือ ต้องหาวิธีการให้ประชาชนลงทะเบียนระบบฐานภาษีให้ได้ทุกคน เพราะทุกคนใช้สินค้าสาธารณะภาครัฐ รับสวัสดิการภาครัฐ ถ้าคนที่ไม่ได้ลงทะเบียนก็ไม่มีสิทธิรับสิทธิประโยชน์ใดๆ จากภาครัฐเพราะในปัจจุบันที่มีปัญหาที่ต้องแก้ไขคือ ระบบการจัดเก็บที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่ครอบคลุม ไม่ครบถ้วน ซึ่งถ้าจัดเก็บได้ครอบคลุมครบถ้วน ประเทศก็จะมีรายได้งบประมาณแผ่นดินมากขึ้นมากและเพียงพอต่อการนำไปพัฒนาประเทศด้านต่างๆ ให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังนั้นอันดับแรกที่ต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วนคือ การลงสำรวจธุรกิจต่างๆ ทั่วประเทศ และจัดให้เข้าระบบฐานภาษีให้ได้ทั้งหมด ฐานข้อมูลให้ถูกต้องและอัปเดตอยู่เสมอ

1.2.3 สิ่งที่สำคัญอีกประการซึ่งสำคัญพอๆ กับการปฏิรูประบบการจัดเก็บภาษีคือ การปฏิรูประบบการใช้จ่ายงบประมาณแผ่นดินให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ไม่ให้เกิดการรั่วไหล เกิดความคุ้มค่าในการนำไปใช้ในแต่ละนโยบายของภาครัฐ ดังนั้นจึงควรทำการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการนำงบประมาณภาษีอากรไปใช้ในนโยบายต่างๆ เพื่อให้การใช้จ่ายงบประมาณแผ่นดินด้านรายจ่ายเกิดประสิทธิภาพ

และประสิทธิผลสูงสุด

1.3 ประเด็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศภายใต้เครื่องมือด้านภาษีอากรสรุปได้ว่า เนื่องจากภาษีอากรมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ภาครัฐต้องสร้างความเข้าใจกับประชาชนให้ได้ว่าภาษีมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศอย่างไร ถ้าไม่มีภาษีอากรจะส่งผลกระทบต่อดำเนินชีวิตของประชาชนอย่างไร ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกในการพัฒนาประเทศ เศรษฐกิจและสังคมของชาติไปด้วยกัน และสิ่งที่สำคัญมากกว่านี้คือ ภาครัฐต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนว่า เมื่อประชาชนจ่ายภาษีแล้ว ภาครัฐซึ่งเป็นในฐานะเป็นลูกจ้างประชาชนได้ทำบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างถูกต้อง กล่าวคือบริหารประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดคุณภาพ ทั้งสวัสดิการทางสังคมที่ดี สินค้าสาธารณะที่ดี ให้ประชาชนได้รับรู้ว่าเมื่อจ่ายเงินภาษีมาแล้วได้รับการบริการที่ดีจากภาครัฐ และประชาชนสามารถตรวจสอบการทำงานภาครัฐได้เพราะเป็นเงินของพวกเขา หากสามารถทำได้เช่นนี้ก็จะทำให้ประชาชนยินดีที่จะจ่ายภาษี ซึ่งภาครัฐก็จะสะดวกในการจัดเก็บ มีรายรับจากภาษีอากรเพิ่มมากขึ้น ประเทศก็จะเจริญก้าวหน้า สุดท้ายประชาชนก็จะมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นที่สุด

2. ผลการวิเคราะห์แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ได้ผลดังนี้

2.1 แบบจำลองสมการโครงสร้างภาษีอากรของไทย ประกอบด้วย สมการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Tax_{id}), สมการภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax_{corp}), สมการภาษีธุรกิจเฉพาะ (Tax_{buss}), สมการภาษีมูลค่าเพิ่ม (Tax_{vat}), สมการภาษีสรรพสามิต (Tax_{excis}), สมการภาษีส่งออก (Tax_x) และสมการภาษีนำเข้า (Tax_{im}) โดยปัจจัยแต่ละตัวในแต่ละสมการทุกตัวแปรมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 99% และ 95% และเมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของภาษีแต่ละชนิดต่อการจัดเก็บภาษี

รวม พบว่า ภาษีมูลค่าเพิ่ม มีความสัมพันธ์กับการจัดเก็บภาษีรวมสูงสุด โดยมีระดับความสัมพันธ์กับภาษีรวมอยู่ที่ 99.59219% ส่วนภาษีที่มีระดับความสัมพันธ์ต่ำที่สุดได้แก่ ภาษีอากรส่งออก (Tax_x) ระดับความสัมพันธ์ 39.70916%

2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างภาษีกับ GDP สามารถวิเคราะห์ได้จากสองสมการ ดังนี้

$$GDP = -4,555,674.2 + G - 3.943062 TAX + 3.260769 \Delta GDP_{-1} + 5.83758X_{-1} + 3.81E - 15GD P_f * \text{exr} + 4,848.892 P_{im} * \text{exr}$$

$$TAX = -193,756.27 + 0.09458GDP + 0.128886C + 0.093086I - 0.001377G$$

จากสมการ GDP จะเห็นได้ว่าตัวแปรมูลค่าภาษีอากรรวม(TAX) มีอิทธิพลต่อ GDP ในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือ หากมีการจัดเก็บภาษีลดลง 1 ล้านบาท จะส่งผลให้ GDP เพิ่มขึ้น 3.943062 ล้านบาท และในทางตรงข้าม หากมีการจัดเก็บภาษีเพิ่มขึ้น 1 หน่วยล้านบาท จะส่งผลให้ GDP ลดลง 3.943062 ล้านบาทและจากสมการ TAX จะเห็นได้ว่าตัวแปร GDP มีอิทธิพลต่อการจัดเก็บภาษีรวม (TAX) ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หาก GDP ของประเทศเพิ่มขึ้น 1 ล้านบาท จะส่งผลให้การจัดเก็บภาษีรวมของประเทศเพิ่มขึ้น 0.09458 ล้านบาท และในทางตรงข้าม หาก GDP ของประเทศลดลง 1 ล้านบาท จะส่งผลให้การจัดเก็บภาษีรวมของประเทศลดลง 0.09458 ล้านบาท

2.3 ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากมาตรการด้านภาษีอากรต่อรายรับภาครัฐ โดยภาครัฐสามารถดำเนินมาตรการภาษีอากรเพื่อเพิ่มรายรับภาครัฐให้ได้มากที่สุด ทำได้โดยปรับเพิ่มภาษีมูลค่าเพิ่มขึ้น 10% จะมีผลให้ภาครัฐมีรายรับจากภาษีอากรเพิ่มขึ้น 71,756.88 ล้านบาท แต่จะทำให้ GDP ของประเทศเปลี่ยนแปลงลดลง 349,904.49 ล้านบาท

2.4 หากต้องการใช้มาตรการทางภาษีเพื่อเป้าหมายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศให้

เติบโตสูงสุด สามารถทำได้โดยลดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ลดภาษีเงินได้นิติบุคคล ลดภาษีธุรกิจเฉพาะ ลดภาษีสรรพสามิต ลดภาษีส่งออก ลง 5% พร้อมๆ กับลดภาษีมูลค่าเพิ่มลงเป็น 5% จะมีผลให้ GDP ของประเทศเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 462,783.40 ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็น 3.22% ของ GDP แต่ภาครัฐมีรายรับจากภาษีอากรลดลง 111,298.80 ล้านบาท ลดลงคิดเป็น 0.77% ของ GDP ดังนั้นเศรษฐกิจจะมีความเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นสุทธิ 351,484.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็น 2.45% ของ GDP

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยได้ข้อสรุปว่าหากต้องการใช้มาตรการภาษีอากร โดยมีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ กล่าวคือทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตอย่างมีศักยภาพ ต้องใช้มาตรการทางภาษีอากรด้วยการลดอัตราภาษีลง จึงจะสามารถทำให้ GDP ของประเทศเติบโตได้ แม้ว่าในระยะแรกจะทำให้รายรับจากภาษีอากรลดลง แต่จะเป็นแค่ช่วงเวลาสั้นๆ เพราะเมื่อทำการลดอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ลดลง จะส่งผลให้อำนาจซื้อของคนเพิ่มขึ้น การบริโภคภาคครัวเรือนจึงเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ GDP เพิ่มขึ้นตาม ส่วนการลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล และภาษีธุรกิจเฉพาะ รวมถึงภาษีส่งออกลง จะส่งผลให้เกิดการผลิตและการลงทุน และการส่งออกเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลต่อ GDP ที่จะเพิ่มขึ้นตาม รวมถึงเมื่ออัตราภาษีมูลค่าเพิ่มขึ้นลดลงจะมีผลให้ราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคเมื่อเห็นว่าราคาสินค้าลดลงก็จะบริโภคเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อ GDP ของประเทศที่จะเพิ่มขึ้นเช่นกัน

การลดภาษีต่างๆ จะเสมือนหนึ่งว่า เป็นการเพิ่มปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจโดยตรง แต่ปริมาณเงินผ่านภาคเอกชนที่จะทำการใช้เงินที่ได้เพิ่มจากการได้ลดภาษี ดังนั้นหากปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ระบบเศรษฐกิจก็จะมีสภาพคล่องหมุนเวียนดีขึ้น การ

ลดอัตราภาษีลงถือว่าการคืนเงินให้แก่ภาคเอกชน ให้ภาคเอกชนมีปริมาณเงินเพิ่มขึ้นเพื่อนำไปใช้จ่ายด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น แม้ว่าส่งผลให้ภาครัฐจะมีรายรับจากภาษีลดลง แต่ก็จะเป็นแค่ในช่วงระยะสั้น เพราะเมื่อภาคเอกชนใช้จ่ายด้านต่างๆเพิ่มขึ้น คือ ใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเพิ่มขึ้น ใช้จ่ายเพื่อการลงทุนเพิ่มขึ้น และใช้จ่ายเพื่อการส่งออกเพิ่มขึ้น การเพิ่มขึ้นพร้อมๆ กันของ 3 ภาคกิจกรรมทางเศรษฐกิจนี้ จะส่งผลให้ GDP ของประเทศเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยจากผลการวิจัยเพิ่มขึ้นถึง 3.22% ซึ่งสุดท้ายภาครัฐก็จะสามารถจัดเก็บภาษีอากรได้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการจัดหารายได้ของเคนส์ (Keynes, 1936a; 1936b; 1936c; 1936d; 1936e) ทฤษฎีนี้ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของรายได้ภาษีกับรายได้ประชาชาติ โดยรายได้ภาษีขึ้นอยู่กับรายได้ประชาชาติและมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ถ้ารายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้นรายได้ภาษีจะเพิ่มขึ้น และถ้ารายได้ประชาชาติลดลงรายได้ภาษีก็จะลดลง

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลการศึกษเกี่ยวกับภาษีอากรของ Gale and Samwick (2014) ที่ทำการศึกษผลกระทบการเปลี่ยนแปลงภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว ของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบจากมาตรการการลดภาษีและมาตรการการเพิ่มภาษีต่อระบบเศรษฐกิจซึ่งผลการศึกษาพบว่า ถ้าหากลดอัตราภาษีลง 10% จะทำให้ค่าจ้างหลังหักภาษีเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าของค่าจ้างก่อนหักภาษี และกรณีผลกระทบจากการทดแทนจากการลดอัตราภาษีเงินได้ มีผลให้การจัดหาแรงงานและการประหยัดจะมีขนาดใหญ่ขึ้นใหญ่ขึ้น และมีผลกำไรสุทธิมากขึ้น หรือขาดทุนน้อยกว่ากรณีที่เก็บภาษีมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้อัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของ

ประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นจาก 1.5 เป็น 2.3 ดังนั้น การปฏิรูปภาษีให้มีประสิทธิภาพต่อระบบเศรษฐกิจ คือ การลดอัตราภาษีเงินได้ ในขณะที่เดียวกันก็ควรลดค่าใช้จ่ายภาษี โดยการนำรายการค่าลดหย่อนบางอย่างออก ได้แก่ การรักษาพิเศษ หรือรายได้ประเภทต่างๆ นอกจากนี้ควรทำการขยายฐานภาษีบริโภคให้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ผลการทดแทนจากการลดอัตราภาษีเงินได้ที่ไม่ใช่รายได้ได้แก่ แรงจูงใจในการทำงาน การขยายขนาดของเศรษฐกิจที่จะดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. หากต้องการให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตอย่างมีศักยภาพ สำหรับประเทศไทยยังต้องใช้ใช้นโยบายการคลังแบบขยายตัว โดยเฉพาะในมาตรการทางภาษีคือ ควรลดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ลดภาษีเงินได้นิติบุคคล ลดภาษีธุรกิจเฉพาะ ลดภาษีสรรพสามิต ลดภาษีส่งออก พร้อมๆ ลดภาษีมูลค่าเพิ่ม จะส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตสูงขึ้น
2. ภาครัฐต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วนคือ การแก้ไขปัญหาระบบการจัดเก็บให้ครอบคลุม ครบถ้วน และทั่วถึง ด้วยการลงสำรวจธุรกิจต่างๆ ทั่วประเทศ และจัดให้เข้าระบบฐานภาษีให้ได้ทั้งหมด ทำฐานข้อมูลให้ถูกต้องและอัปเดตอยู่เสมอ
3. การปฏิรูประบบการใช้จ่ายงบประมาณแผ่นดินให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ไม่ให้เกิดการรั่วไหล เกิดความคุ้มค่าในการนำไปใช้ในแต่ละนโยบายของภาครัฐ ดังนั้นจึงควรทำการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการนำงบประมาณภาษีอากรไปใช้ในนโยบายต่างๆ เพื่อให้การใช้งบประมาณแผ่นดินด้านรายจ่ายเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

สุรงค์ แปงการिया. (2556). *ประสิทธิภาพการเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

References

- Gale, W. G., & Samwick, A. A. (2014). *Effect of income tax changes on economic growth*. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2494468_code51797.pdf?abstractid=2494468&mirid=1
- Keynes, J. M. (1936a). *The general theory of employment, interest and money: Book I*. Palgrave Macmillan.
- Keynes, J. M. (1936b). *The general theory of employment, interest and money: Book II*. Palgrave Macmillan.
- Keynes, J. M. (1936c). *The general theory of employment, interest and money: Book III*. Palgrave Macmillan.
- Keynes, J. M. (1936d). *The general theory of employment, interest and money: Book IV*. Palgrave Macmillan.
- Keynes, J. M. (1936e). *The general theory of employment, interest and money: Book V*. Palgrave Macmillan.
- Paengkariya, S. (2013). *Efficiency in juristic person income tax collection in Thailand*. Master's thesis in Economics, Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. W. Strahan and T. Cadell.

ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ ที่ดำเนินงานในเขตภาคเหนือของประเทศไทย

พิชา วิสิทธิ์พานิช¹ วรพงษ์ จันยังยืน²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีผลและการสร้างรูปแบบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานในเขตภาคเหนือของประเทศไทยวิธีดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคลากรระดับบริหารของธนาคารพาณิชย์จำนวน 28 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 579 คน ใช้สถิติวิเคราะห์เบื้องต้นด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรง (Linear Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย ความมีอิสระในการทำงาน การสนับสนุนในการทำงาน เงินเดือน ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน ความพึงพอใจในการทำงาน และ ความไว้วางใจ และ 2) รูปแบบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานในเขตภาคเหนือของประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากความไว้วางใจและความพึงพอใจในการทำงานเป็นหลัก

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์กร; ธนาคารพาณิชย์; ความไว้วางใจ; ความพึงพอใจในการทำงาน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

พิชา วิสิทธิ์พานิช และวรพงษ์ จันยังยืน. (2563). ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตยศาสตร์*, 10(1), 118-132.

¹ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
96 หมู่ 3 ถ.พุทธมณฑล สาย 5 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170, ประเทศไทย
อีเมล: saiparn1124@gmail.com

² คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Employee Engagement of Commercial Banks Operating in the North of Thailand

Picha Wisitpanit¹ Worapong Janyangyuen²

Abstract

The purposes of this research were to study the factors influencing and to construct a model of employee engagement of commercial banks operating in the north of Thailand. The study was divided into 2 methods: qualitative research by in-depth interview of managers of commercial banks from 28 samples, and quantitative research by questionnaires from 579 samples, initially using analytical statistics, factor and linear regression analyses.

The result of study found that (1) the factors influencing to employee engagement of commercial banks in the north of Thailand were job independence, job support, salary, motivation, maintenance factors, job satisfaction, and trust, and (2) employee engagement models of commercial banks operating in the north of Thailand were mainly influenced by trust and job satisfaction.

Keywords: Employee Engagement; Commercial Banks; Trusts; Job Satisfaction

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Wisitpanit, P., & Janyangyuen, W. (2020). Employee engagement of commercial banks operating in the North of Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 118-132.

¹ College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
96 Moo 3 Phutthamonthon Sai 5 Road, Salaya, Phutthamonthon District, Nakhon Pathom 73170, Thailand
E-mail: saiparn1124@gmail.com

² Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการเงินและการธนาคารมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานมาก่อนต้องปรับตัว ถึงแม้ธนาคารพาณิชย์จะมีการเตรียมตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลงแต่บุคลากรยังคงมีอัตราการลาออกจากงานในระดับสูง (Department of Employment, 2016) โดยตำแหน่งผู้บริหารระดับต้นและหัวหน้างานมีอัตราการลาออกสูงสุด อยู่ที่ร้อยละ 14 เมื่อเทียบกับระดับงานอื่นๆ (media-outreach, 2016) ส่งผลให้เกิดภาวะขาดแคลนบุคลากรขึ้นในอุตสาหกรรมการเงินการธนาคารและนำไปสู่การชิงตัวบุคลากรที่มีศักยภาพระหว่างองค์กร

ความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กร (Employee Engagement) เป็นตัวบ่งชี้ถึงความสำเร็จขององค์กร ความผูกพันด้านคุณลักษณะ (Trait Engagement) ส่งผลสู่ความผูกพันด้านสภาวะอารมณ์ (State Engagement) แสดงออกให้เห็นทางพฤติกรรม (Behavioral Engagement) มีพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Macey & Schneider, 2008) เช่นเดียวกับความคิดเห็นของ Kahn (1990) ที่กล่าวไว้ว่า ความผูกพันของบุคลากรเป็นความพยายามของสมาชิกในองค์กรที่มีต่องานและองค์กรซึ่งจะแสดงออกมาทางด้านพฤติกรรมความนึกคิดและทางความรู้สึก ระหว่างที่ปฏิบัติงานกับองค์กร (Kahn, 1990) โดยบุคลากรที่มีความผูกพันจะมีแนวโน้มการลาออกน้อยกว่าบุคลากรที่ไม่มีความผูกพันต่อองค์กร (Kahn, 1990; Macey, Schneider; Gallup, 2010) ซึ่งปัจจัยที่เกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยน ความไว้วางใจ เงินเดือน ลักษณะงาน ระบบอาวุโส ยุคสมัยของคน ลักษณะพิเศษของคน และความพึงพอใจในการทำงาน ส่งผลให้เกิดรูปแบบความผูกพันของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานมานานมากกว่า 20 ปี (Incumbent Bank) และเพิ่งเปิดดำเนินงานน้อยกว่า 20 ปี (Newcomer Bank)

จากความสำคัญและสภาพปัญหาด้านการลาออกของบุคลากร จำเป็นต้องศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานมานานรวมถึงการศึกษปัจจุบัน ความมีอิสระในการทำงาน การสนับสนุนในการทำงาน เงินเดือน ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน ความไว้วางใจและความพึงพอใจในการทำงาน ว่ามีผลต่อความผูกพันของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานมานานอย่างไร โดยเกิดประโยชน์ต่อธนาคารพาณิชย์สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง ระบบการทำงานของตนได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานในเขตภาคเหนือของประเทศไทย
2. เพื่อสร้างรูปแบบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานในเขตภาคเหนือของประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความไว้วางใจ ระบบอาวุโส ยุคสมัยของคน ลักษณะพิเศษของบุคคล ความมีอิสระในการทำงาน การสนับสนุนในการทำงาน เงินเดือน ทฤษฎีสองปัจจัย ความพึงพอใจในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร โดยทำการศึกษากับบุคลากรธนาคารพาณิชย์ในระดับผู้บริหารที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงลักษณะของธนาคารพาณิชย์ที่แบ่งลักษณะตามนโยบายและกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

2. ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้บุคลากร ธารณาการพาณิขย์มีความผูกพันต่อองค์กร

3. ทราบถึงรูปแบบความผูกพันต่อองค์กรของ บุคลากรธารณาการพาณิขย์ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย

4. นักวิจัยที่สนใจศึกษาในประเด็นความผูกพัน ต่อองค์กรของบุคลากรสามารถนำข้อมูลไปต่อยอด องค์ความรู้เดิม ด้วยการเรียนรู้ ค้นคว้าจนเกิดเป็น องค์ความรู้ใหม่ รวมทั้งนำแบบจำลองการงานวิจัยไป ใช้กับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ได้

5. ธารณาการพาณิขย์สามารถนำผลการศึกษาไป ทำการปรับปรุงระบบงาน รูปแบบการบริหารให้ทันสมัยและสอดคล้องกับลักษณะของบุคลากรในแต่ละ ช่วงวัยได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งพัฒนาบุคลากรเพื่อ เพิ่มระดับความผูกพันที่บุคลากรมีต่อองค์กรและนำไป สู่ผลประกอบการที่สูงขึ้น

6. ประโยชน์ในทางปฏิบัติเชิงการบริหาร (Managerial Implication) ผลลัพธ์ที่ได้จากงานวิจัยสามารถ นำไปใช้ประโยชน์ในเชิงการบริหารได้ โดยเฉพาะ แนวทางการกำหนดนโยบายด้านการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตในการทำงานของบุคลากรที่มีความเหมาะสม มากขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ธารณาการพาณิขย์ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ผู้ วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมี รายละเอียดดังนี้

แนวคิดความผูกพัน

แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันเป็นแนวคิด วิวัฒนาการจากการศึกษาความพึงพอใจ (Satisfaction) ของบุคคลต่อการทำงานก่อน ต่อมาในปี 1958 โดย March and Simon (อ้างอิงใน Augier & Feigen-

baum, 2003) ได้ศึกษา ความผูกพัน (Commitment) ในแง่มุมเชิงแลกเปลี่ยน หลังจากนั้น The Gallup Organization (Ferguson, 2005) ได้ทำการศึกษาใน เรื่องความผูกพันของพนักงาน ในปี 1985 และในปี 1990 ได้มีการศึกษาความผูกพัน (Engagement) โดย Kahn เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางจนถึงปัจจุบัน จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2008 Macey and Schneider (2008) ได้ทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของ บุคลากรต่อองค์กร ได้แก่ (1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformation Leadership) โดยเกี่ยวข้องกับ ความไว้วางใจ (Trust) และ (2) ลักษณะการทำงาน (Work Attributes) ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันด้าน คุณลักษณะ (Trait Engagement) ด้านสภาวะอารมณ์ (Psychological State Engagement) และด้าน พฤติกรรม (Behavioral Engagement) โดยบุคคลที่มีความไว้วางใจในผู้บริหารและความพอใจในงานที่รับผิดชอบ ในระยะเวลาหนึ่งจะแสดงออกถึงความผูกพันต่อ องค์กร เช่น มีพฤติกรรมที่ตื่นตัว กระตือรือร้น มีส่วน ร่วมในการทำงาน พร้อมปรับตัวไปกับองค์กร

แนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

Bass and Avolio (1994) ได้พัฒนาเครื่องมือ วัดภาวะผู้นำพหุปัจจัย (Multifactor Leadership Questionnaire: MLQ) ได้แก่ การคำนึงถึงความเป็น ปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) การ กระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) การ สร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation) และ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) นอกจากนี้การที่ผู้บริหารจะประสบความสำเร็จใน ทำงานได้นั้นต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจกันทำงาน Luhmann (1979) ได้เสนอรูปแบบความไว้วางใจ ใจคือ (1) ความไว้วางใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Trust) และ (2) ความไว้วางใจในระบบ (System Trust) ทำให้บุคลากรเกิดความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรม

การเป็นพลเมืองที่ดีของบุคลากร (Zhu, Newman, Miao & Hooke, 2013)

แนวคิดลักษณะการทำงาน

Hackman and Oldham (1975) ได้เสนอทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งลักษณะการทำงานที่ส่งผลให้บุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานประกอบไปด้วย ความหลากหลายของทักษะ (Skill Variety) ความเป็นเอกลักษณ์ของงาน (Task Identity) ความสำคัญของงาน (Task Significance) ความมีอิสระในการทำงาน (Autonomy) และข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้ประยุกต์ทฤษฎี Hackman and Oldham (1975) ที่มีผลต่อแรงจูงใจได้แก่ (1) ความมีอิสระในการทำงาน (Job independent) และ (2) การสนับสนุนในการทำงาน (Job Support) โดยปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อลักษณะการทำงานคือ ระบบอาวุโส (Seniority) และยุคสมัยของคน (Generation) ทักษะ ความเชี่ยวชาญในการทำงานที่แตกต่างกัน (Flabbi & Ichino, 2001) ช่วงอายุหรือช่วงวัยที่แตกต่างกัน (Davis, Pawlowski & Houston, 2006) ลักษณะการทำงาน (Hertzberg, 1959) โดยความพึงพอใจเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนความผูกพันภายในองค์กร (Emmema, Ajjan & Karthikeyan, 2012)

ข้อมูลเงินเดือน

เงินเดือนของธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานมานานสามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ เงินเดือนของธนาคารพาณิชย์รัฐวิสาหกิจ และเงินเดือนของธนาคารพาณิชย์เอกชน (Department of labour protection and welfare, 2010) ที่แสดงถึงอัตราเงินเดือนเฉลี่ยของพนักงานจำแนกตามระดับตำแหน่ง ซึ่งระบุถึงค่าตอบแทนทั้งหมด เงินเดือน (เงินที่ได้รับตามผลงาน และเงินเพิ่มอื่น ไม่รวมเงินโบนัส) และ

เงินอื่นๆ ที่บุคลากรจะได้รับจากการปฏิบัติงานโดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเงินเดือนของบุคคลคือ ระบบอาวุโส (Seniority) ยุคสมัยของคน (Generation) และลักษณะพิเศษของบุคคล (Asset Specificity) เนื่องจากเงินเดือนเป็นสิ่งสะท้อนถึงความต้องการและคุณค่าของบุคคลในการทำงาน (Tang et al., 2004) และเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่มีความเหมาะสมกับศักยภาพของบุคคล (Mokaya & Kipyegon, 2014) จึงต้องพิจารณาลักษณะพิเศษของบุคคล (Asset Specificity) ร่วมด้วย นอกจากนี้การย้ายงานระหว่างองค์กรเป็นการเพิ่มประสบการณ์ของบุคคลซึ่งมีผลต่อผลตอบแทนด้วย (Buchinsky, Fougere, Kramarz & Tchernis, 2010) ซึ่งเงินเดือนนับว่าเป็นปัจจัยค้ำจุน (Herzberg, 1959) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน

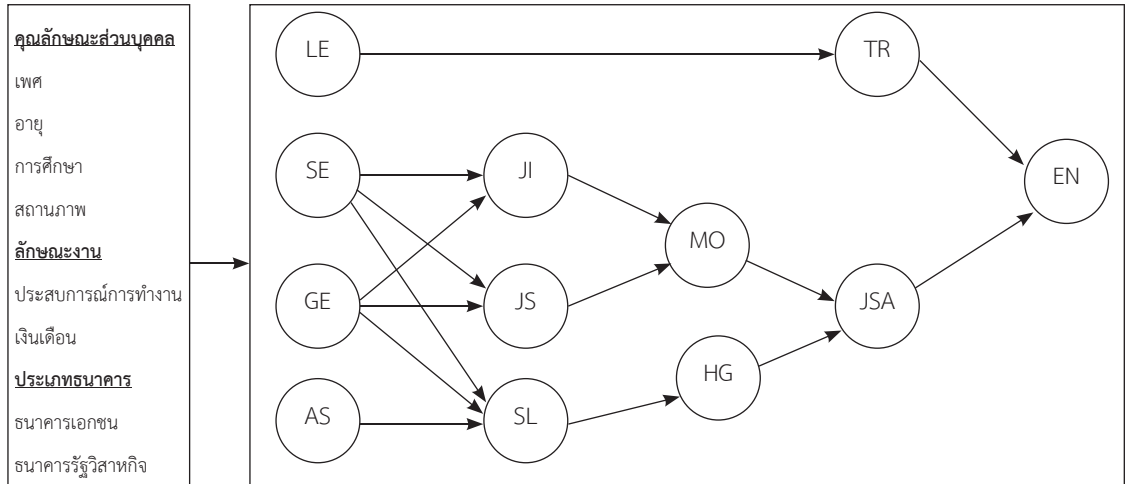
ข้อมูลธนาคารพาณิชย์

ธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานมานานมากกว่า 20 ปี (Incumbent Bank) มีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันที่ยั่งยืนซึ่งเป็นเอกลักษณ์องค์กร (Melewar & Navalekar, 2002) จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การดำเนินงานโดยมีการผสมผสานเทคโนโลยีรวมถึงความร่วมมือกับพันธมิตรและธุรกิจสตาร์ทอัพ เพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน และการยกระดับคุณภาพการขายและการบริการที่เป็นเลิศทั้งในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและทรัพยากรบุคคล (Kasikornbank, 2016) เพื่อป้องกันการสูญเสียลูกค้าและทรัพยากรบุคคลจากการจู่โจมและช่วงชิงของคู่แข่ง โดยเฉพาะการรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพอันเป็นทรัพย์สินที่มีคุณค่าให้คงอยู่กับองค์กรต่อไป ซึ่งการตั้งรับที่ดีจะทำให้ธนาคารมีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดความผูกพันต่อองค์กรของ Macey & Schneider (2008) และทฤษฎีการ

งูใจของ Herzberg (1959) เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย (ตามภาพ 1)



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานในเขตภาคเหนือของประเทศไทย

โดยตัวแปรที่ศึกษาและประยุกต์จาก Macey & Schneider (2008) และทฤษฎีการงูใจของ Herzberg (1959) สามารถแสดงความสัมพันธ์กันได้ดังนี้

1. ความไว้วางใจ (TR) ได้รับอิทธิพลจากภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง(LE)โดยผู้บริหารเปรียบเสมือนตัวแทนขององค์กรในการส่งผ่านค่านิยม แนวคิด วัฒนธรรมองค์กรไปยังบุคลากรให้ยึดถือและปฏิบัติ ผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำที่เหมาะสมจึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความนับถือ เชื่อใจ และความไว้วางใจที่บุคลากรมีต่อผู้บริหาร

2. ความมีอิสระในการทำงาน (JI) และการสนับสนุนในการทำงาน (JS) ได้รับอิทธิพลจากระบบอาวุโส (SE) และยุคสมัยของคน (GE) โดยระบบอาวุโสภายในองค์กรและความแตกต่างในยุคสมัยของคนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบในการทำงานเป้าหมายการทำงาน แนวคิดในการทำงาน และความต้องการเงิน

เดือนของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน

3. เงินเดือน (SL) ได้รับอิทธิพลจาก ระบบอาวุโส (SE) ยุคสมัยของคน (GE) และลักษณะพิเศษของบุคคล (AS) โดยระบบอาวุโสภายในองค์กร ความแตกต่างในช่วงอายุ และความสามารถของแต่ละบุคคลมี เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการในเงินเดือนที่แตกต่างกัน

4. ปัจจัยงูใจ (MO) ได้รับอิทธิพลจากความมีอิสระในการทำงาน (JI) และการสนับสนุนในการทำงาน (JS) ในขณะที่ปัจจัยค้ำจุน (HG) ได้รับอิทธิพลจากเงินเดือน (SL) โดยลักษณะการทำงานที่ประกอบด้วย ความมีอิสระในการทำงานและการสนับสนุนในการทำงาน เป็นปัจจัยงูใจที่กระตุ้นให้บุคคลทำงานด้วยความกระตือรือร้นและเต็มใจในขณะที่เงินเดือนเป็นปัจจัยค้ำจุนที่ดึงดูดให้บุคคลทำงาน รวมทั้งยึดเหนี่ยวให้บุคลากรคงอยู่กับองค์กร

5. ความผูกพัน (EN) ได้รับอิทธิพลจากความไว้วางใจ (TR) และความพึงพอใจในการทำงาน (JSA) โดยความไว้วางใจในผู้บริหารและความพึงพอใจในการทำงานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีความสุข ทุ้มเทการทำงานด้วยความเต็มใจ และเกิดเป็นความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อความไว้วางใจ

สมมติฐานข้อที่ 2: ระบบอาวุโสส่งผลต่อความมีอิสระในการทำงาน

สมมติฐานข้อที่ 3: ยุคสมัยของคนส่งผลต่อความมีอิสระในการทำงาน

สมมติฐานข้อที่ 4: ลักษณะพิเศษของบุคคลส่งผลต่อเงินเดือน ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการทำงานของบุคคล

สมมติฐานข้อที่ 5: ความมีอิสระในการทำงาน และการสนับสนุนในการทำงานส่งผลต่อปัจจัยจูงใจ

สมมติฐานข้อที่ 6: เงินเดือนส่งผลต่อปัจจัยค้ำจุน

สมมติฐานข้อที่ 7: ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน

สมมติฐานข้อที่ 8: ความไว้วางใจในผู้บริหาร ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานข้อที่ 9: ความพึงพอใจในการทำงาน ส่งผลต่อความผูกพัน

ระเบียบวิธีวิจัย

เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

เชิงคุณภาพ กลุ่มประชากรเชิงคุณภาพหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้จากการสุ่มตัวอย่าง (Random Sampling) จากผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ได้แก่ผู้จัดการสาขา จำนวน 10 ราย ผู้บริหารเกี่ยวกับสินเชื่อบริการ

จำนวน 10 ราย ผู้จัดการเขต หรือผู้อำนวยการเขต จำนวน 5 ราย และผู้จัดการเขต หรือผู้อำนวยการเขต จำนวน 3 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 28 ราย โดยสุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง ทำการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) โดยก่อนที่ทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นของข้อคำถาม และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบการออกแบบแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และเพื่อตอบคำถามการวิจัย

เชิงปริมาณ การเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) แบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จากข้อมูลจำนวนประชากรของสมาคมธนาคารไทยซึ่งได้ระบุจำนวนประชากรเท่ากับ 1,389 ราย และสามารถนำมากำหนดขนาดตัวอย่างได้ จำนวน 579 รายและก่อนที่จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมไปทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ด้วยการหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยทำการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ซึ่งค่าความน่าเชื่อถือของแบบทดสอบมีค่ามากกว่า 0.7 การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 579 ชุด โดยได้รับกลับคืนทั้งหมด คิดเป็นอัตราการตอบกลับ 100 เปอร์เซ็นต์ ส่วนสถิติและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยประชากรด้วยสถิติ t-test และ F-test

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ของความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ แล้วใช้ค่าสัมประสิทธิ์ (Cronbach's Alpha) วิเคราะห์ความน่าเชื่อถือได้ของมาตรวัดตัวแปรแต่ละตัวโดยกำหนดค่าไว้ไม่ต่ำกว่า 0.70

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรง (Linear Regression Analysis) เพื่ออธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรและสร้างรูปแบบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานในเขตภาคเหนือของประเทศไทย

ผลการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ รวบรวมด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 28 คน พบว่า ลักษณะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ประกอบด้วย การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล การกระตุ้นทางปัญญาการสร้างแรงบันดาลใจ และการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ สัมพันธ์กับความไว้วางใจที่บุคลากรมีต่อผู้บริหารในส่วนของความมีอิสระในการทำงาน มีอำนาจในการทำงาน และการสนับสนุนในการทำงาน ได้แก่ การสื่อสาร คำแนะนำ ความก้าวหน้าในหน้าที่งาน สัมพันธ์กับบุคลิกสมัยของคนและระบบอาวุโสในขณะ

ที่เงินเดือนสัมพันธ์กับบุคลิกสมัยของคน ระบบอาวุโส และลักษณะพิเศษของบุคคลโดยลักษณะงานและเงินเดือน เป็นปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานซึ่งทั้งความไว้วางใจและความพึงพอใจในการทำงานสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานมานานในระยะยาว

ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ค่า F-test ที่ได้นั้น สะท้อนได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถใช้ร่วมกันในการอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ประชากรวิจัย (N) เมื่อเปรียบเทียบแต่ละตัวแปรแล้วจะใช้จำนวน 579 หน่วยเท่ากัน และแสดงค่าความแปรปรวนของค่าความเคลื่อนไหว (Residual Sum of Square: RSS) ของตัวแปรทุกตัวไม่เท่ากัน ซึ่งค่า RSS จะส่งผลต่อการคำนวณค่า F-test ต่อไป โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่างมีระดับนัยสำคัญ ประกอบด้วย ความมีอิสระในการทำงาน การสนับสนุนในการทำงาน เงินเดือน ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยสนับสนุน ความพึงพอใจในการทำงาน ความไว้วางใจ และความผูกพัน รวมทั้งตัวแปรควบคุมที่เป็นประเภของธนาคารพาณิชย์และลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อปัจจัยเหล่านี้เปลี่ยนแปลงในทิศทางที่มากขึ้นหรือน้อยลงจะส่งผลต่อความผูกพันของกลุ่มตัวอย่างที่เพิ่มขึ้นหรือน้อยลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยดังกล่าวจะมีความสัมพันธ์และส่งผลให้บุคลากรของธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานมานานเกิดความผูกพันต่อองค์กร (ดังตาราง 1)

ตาราง 1

ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานในเขตภาคเหนือของประเทศไทย

Variable	JobInd	JobSup	Salary	Motivate	Hygiene	JobSatis	Trust	Engagement
Seniority	-0.0500	0.0412	0.1364 ***					
Generation	0.4839 ***	0.3042 ***	0.0473					
Asset Specificity			0.0165					
Job Independent				0.1677 ***				
Job Support				0.3603 ***				
Salary					0.5291 ***			
Motivation						0.4536 ***		
Hygiene						0.4329 ***		
Leader							0.8401 ***	
Trust								0.3191 ***
Job Satisfaction								0.1974 ***
New Comer	-0.3171 ***	-0.2409 **	0.0479		0.1668 **		-0.0028	-0.7036 ***
Male		-0.2083 ***					-0.0262	-0.1877 ***
Age>50	0.1915 **							0.3414 ***
Married	0.1429 **	0.2473 ***						0.2241 ***
Master Degree	-0.1331 **						0.0061	-0.1141 **
Time>10						0.0553		
Income>60,000						-0.0480		0.0732
N	579	579	579	579	579	579	579	579
RSS	404.0201	509.3022	566.2481	447.7435	412.4592	212.7007	168.0948	355.2021
F-test	41.1244 ***	15.4849 ***	2.9834 ***	83.9298 ***	115.7897 ***	246.8811 ***	350.5396 ***	44.7694 ***
R-Squares	0.3010	0.1189	0.0203	0.2254	0.2864	0.6320	0.7092	0.3855
Adj. R-Squares	0.2937	0.1112	0.0135	0.2227	0.2839	0.6294	0.7072	0.3769

ความมีอิสระในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ความมีอิสระในการทำงานได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากยุคสมัยของคน มีอายุมากกว่า 50 ปี และสถานภาพแต่งงานแล้ว รวมทั้งได้รับอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากธนาคารที่เพิ่งเปิดดำเนินงานและการศึกษาาระดับปริญญาโท นอกจากนี้ยังได้รับอิทธิพลเชิงลบจากระบบอาวุโส นั่นคือ หากปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อความมีอิสระในการทำงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะมีโอกาสเกิดความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.10

การสนับสนุนในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนในการทำงานจะได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากยุคสมัยของคน และสถานภาพแต่งงานและได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากระบบอาวุโส รวมทั้งได้รับอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากธนาคารที่เพิ่งเปิดดำเนินงานและเพศชาย นั่นคือ หากปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อการสนับสนุนในการทำงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะมีโอกาสเกิด

ความผูกพันต่อองค์กรร้อยละ 11.89

เงินเดือน ผลการวิจัยพบว่า เงินเดือนจะได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากระบบอาวุโสและได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากยุคสมัยของคน ลักษณะพิเศษของบุคคลและธนาคารที่เพิ่งเปิดดำเนินงาน แสดงให้เห็นว่า หากปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อเงินเดือนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะมีโอกาสเกิดความผูกพันต่อองค์กรร้อยละ 2.03

ปัจจัยจูงใจ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจูงใจจะได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากความมีอิสระในการทำงาน และการสนับสนุนในการทำงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อปัจจัยจูงใจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะมีโอกาสเกิดความผูกพันต่อองค์กรร้อยละ 22.54

ปัจจัยค้ำจุน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยค้ำจุนจะได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากเงินเดือนและธนาคารที่เพิ่งเปิดดำเนินงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อปัจจัยสนับสนุนเพิ่มขึ้น

1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะมีโอกาสเกิดความผูกพันต่อองค์กรร้อยละ 28.64

ความพึงพอใจในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการทำงานจะได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากปัจจัยจูงใจและปัจจัยสนับสนุน และได้รับอิทธิพลเชิงลบจากระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 10 ปี รวมถึงได้รับอิทธิพลเชิงลบจากเงินเดือนมากกว่า 60,000 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะมีโอกาสเกิดความผูกพันต่อองค์กรร้อยละ 63.20

ความไว้วางใจ ผลการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจจะได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากภาวะผู้นำ และได้รับอิทธิพลเชิงลบจากการศึกษาระดับปริญญาโท รวมทั้งได้รับอิทธิพลเชิงลบจากธนาคารที่เพิ่งเปิดดำเนินงานและเพศชาย นั่นคือ หากปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อความไว้วางใจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะมีโอกาสเกิดความผูกพันต่อองค์กรร้อยละ 70.92

ความผูกพัน ผลการวิจัยพบว่า ความผูกพันจะได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากความไว้วางใจ ความพึงพอใจในการทำงาน อายุมากกว่า 50 ปี และสถานภาพสมรสรวมทั้งได้รับอิทธิพลเชิงลบจากเงินเดือนมากกว่า 60,000 บาท นอกจากนี้ยังได้รับอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากธนาคารที่เพิ่งเปิดดำเนินงาน เพศชายและระดับการศึกษาปริญญาโท นั่นคือ หากปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อความผูกพันเพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะมีโอกาสเกิดความผูกพันต่อองค์กรร้อยละ 37.69

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการประมาณค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยใช้แบบจำลอง Linear regression พบว่าตัวแปรทุกตัวในแบบจำลองมีความสัมพันธ์กันและสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของงานวิจัย โดยปัจจัยภาวะผู้นำส่งผล

ให้เกิดความไว้วางใจ ส่วนเงินเดือน ความมีอิสระในการทำงานและการสนับสนุนในการทำงาน เป็นปัจจัยจูงใจกับปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งทั้งความไว้วางใจและความพึงพอใจในการทำงานก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร โดยที่ผลของการวิจัยเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับผลของการวิจัยเชิงคุณภาพ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานมานานในเขตภาคเหนือของประเทศไทยแบ่งเป็น 2 ปัจจัยหลัก คือ ความไว้วางใจ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Woodcock (2012) ที่พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นตัวพยากรณ์ความผูกพันของบุคลากรและความไว้วางใจ เช่นเดียวกับ Burke, Sims, Lazzara and Salas (2007); Organ, Podsakoff and Mackenzie (2006) กล่าวว่า ความไว้วางใจในผู้นำส่งผลให้ผู้ใต้บังคับบัญชาใช้ความพยายามอย่างมากในการทำงานให้เสร็จสิ้นทันเวลาและมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมความผูกพันในการช่วยเหลือองค์กร รองลงมาคือ ความพึงพอใจในการทำงานสอดคล้องกับ Marwan (2012) ที่พบว่า การเพิ่มเงินเดือนและผลประโยชน์ทางการเงินเป็นวิธีที่สามารถเพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน เช่นเดียวกับ Emmema, Ajjan and Karthikeyan (2012) ที่พบว่า ความพึงพอใจในงานเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนความผูกพันภายในองค์กร นอกจากนี้ลักษณะส่วนบุคคลก็เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมที่บุคคลมีต่อองค์กรเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากความจำเป็นและข้อจำกัดในด้านต่างๆ ที่แต่ละบุคคลมีไม่เหมือนกัน โดยเฉพาะลักษณะด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และเงินเดือนและลักษณะของธนาคารพาณิชย์ที่ต่างกันส่งผลให้บุคลากรธนาคารพาณิชย์มีความผูกพัน

ต่อองค์กรแตกต่างกันไป โดยผลการวิจัยเชิงปริมาณมีความสัมพันธ์กับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

2. รูปแบบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานมานานในเขตภาคเหนือของประเทศไทย พบว่ามีความผูกพันกับองค์กรในระดับปานกลาง โดยได้รับอิทธิพลจากความไว้วางใจและความพึงพอใจในการทำงานเป็นนอกจากนี้ผู้บริหารของธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานมานานมีภาวะผู้นำที่เหมาะสมรวมทั้งลักษณะงานและการจ่ายเงินเดือนของธนาคารพาณิชย์สอดคล้องตามความต้องการและเป็นที่พึงพอใจของบุคลากร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Yiing and Ahmad (2009); Woods (2008); Gonzalez and Garazo (2006); Woodcock (2016) รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดความผูกพันของ Macey and Schneide (2008) ในปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและความไว้วางใจ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Janpen (2557) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาองค์กร ชุมชน (องค์การมหาชน) ที่กล่าวว่า เจ้าหน้าที่ที่มีอายุระหว่าง 36-40 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีอายุมาก มีระยะเวลาในการทำงานนานจะมีแนวโน้มมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง และยังพบว่า เจ้าหน้าที่ที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Becker (1960) ที่อธิบายถึงเหตุผลที่บุคคลเกิดความผูกพันต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นเพราะว่าบุคคลนั้น ได้ลงทุน (Side Bet) กับสิ่งนั้นๆ ไว้ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Phochanasombat (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กร

ของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดนครสวรรค์ กล่าวว่า บุคลากรที่มีสถานภาพสมรสและอยู่ในวัยสูงอายุจะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าคนโสด เนื่องจากมีภาระต้องรับผิดชอบทำให้ต้องการความมั่นคงในการทำงานสูง จึงสามารถปรับตัวเข้ากับงานได้ดีและไม่ค่อยเปลี่ยนงาน ตรงกันข้ามกับบุคลากรเพศชายและมีการศึกษาที่สูงจะไม่มีมีความผูกพันต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 1) ธนาคารพาณิชย์โดยผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับระบบอาวุโส ยุคสมัยของคน ลักษณะพิเศษของบุคคล ลักษณะการทำงาน และเงินเดือน รวมทั้งภาวะผู้นำของผู้บริหาร และ 2) หน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถนำข้อมูลไปศึกษาในประเด็นด้านทรัพยากรมนุษย์ เพื่อปรับปรุงและพัฒนานโยบายการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ให้สอดคล้องกับความเป็นจริง โดยเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กรเท่านั้น ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตอาจทำการศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านระบบอาวุโสที่ส่งผลต่อการทำงานโดยตรง รวมทั้งศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม และควรมีการศึกษาในพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม

เอกสตรอั้งอิง

- กรมการจ้ดทางาน. (2559). สลิตการซึนทะเป็ยนของผู้ประกันตนเพ็ือขอรับผลประโยชนทคแทนกรณีว่างงาน
จ้านกตามทวมวดคุดสททกรรม ประจ้าเค็อนเมษายน 2559. คันจาก: <http://www.doe.go.th>.
- กรมสลิตการและค้มครองแรงงาน. (2553). ซ้อมูลลัษณะคองสร้างเงินเค็อนรัฐวิสาหทกจและเอกชน : พระราช
บัญญัติค้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 (ฉบับปรึบปรึง พ.ศ.2553). คันจาก: [http://www.labour.go.th/
th/index.php/labour-laws/6282-2554-06-28-07-06-48](http://www.labour.go.th/th/index.php/labour-laws/6282-2554-06-28-07-06-48).
- สมจิตร จันทรเพ็ญ. (2557). ความผูกพันคองค้กรของจ้าหน้าท้สถาบันพัฒนาองค้กรชุมชน (องค้การมหาชน).
วิทยานพนธ์ปรึญญาศึลปศาสตรมหาบัณทิต, สถาบันบัณทิตพัฒนาบริหารศาสตร.
- ธนาคารกสิกรไทย. (2559). ค้าอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ้ายจ้ดการ ส้สำหรับปีสลันลุดวันที่ 31 ธันวาคค 2559
ธนาคารกสิกรไทย. คันจาก: <http://www.kasikornbank.com>.
- Media-Outreach. (2559). เทรนค้าค้าตอบแทนและสลิตการในประเทศไทย ประจ้าปี 2559 อ้ตราการลาออก
เพ็มสูงซึนตามหน้าท้รับผิตชอบท้เพ็มซึน. คันจาก: [http://www.media-outreach.com/release.
php/View/2856](http://www.media-outreach.com/release.php/View/2856).
- ศรารุช โภชนะสมบัติ. (2559). ปัจจยท้มีอทธิพลคองความผูกพันในองค้กรของบุคคลากรส้านักงานป้องกันควบคุม
โรคท้ 8 จังหวัดนครสลวรรค. ส้านักงานป้องกันควบคุมโรคท้ 8.
- อุท้ย สึลิม. (2558). ความผูกพันคองค้กรของพนักงาน บริษัท อารียา พรอพเพอร์ค้จ้ากัด (มหาชน). วิทยานพนธ์
ปรึญญาบริหารธรรกจกมหาบัณทิต, มหาวิทยาลัยเกริก.

References

- Augier, M., Feigenbaum, E., & Simon, H. A. (2003). Biographical Memoirs. *Proceedings of American Philosophical Society*, 147(2), 193–198.
- Bass, B. M. & Avolio, B. J. (1994). *Improving Organizational Effectiveness Through Transformational Leadership*. Thousand Oaks, Sage.
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *American Journal of Sociology*, 66(1), 32-40.
- Buchinsky, M., Fougere, D., Kramarz, F., & Tchernis, R. (2010). Interfirm Mobility, Wages and the Returns to Seniority and Experience in the United States. *The Review of Economic Studies*, 77(3), 972–1001.
- Burke, C. S., Sims, D. E., Lazzara, E. H., & Salas, E. (2007). Trust in leadership: A multi-level review and integration. *The Leadership Quarterly*, 18(6), 606-632.
- Davis, J. B., Pawlowski, S. D., & Houston, A. (2006). Work Commitments of Baby Boomers and Gen-Xers in the IT Profession: generational differences or myth? *The Journal of Computer Information Systems*, 46(3), 43-49.
- Department of Employment. (2016). *Statistics of registered insured for unemployment compensation benefits classified by industrial sector April 2016*. Retrieved from <http://www.doe.go.th>. [In Thai]
- Department of Labour Protection and Welfare. (2010). *State and Private Payroll Structure: Labor Protection Act 1998 (B. E. 2541) (Edit 2010)*. Retrieved from <http://www.labour.go.th/th/index.php/labour-laws>. [In Thai]
- Emmema, A. A., Ajjan, N., & Karthikeyan, C. (2012). Factors Influencing Employee Engagement in an Entertainment Industry. *International of Research in Commerce & Management*, 3(8), 35-42.
- Ferguson, A. (2005). *Employee engagement: Dose it exist, and if so, how dose it relate to performance, other constructs and individual differences*. Retrieved from <http://www.lifethatworks.com/Employee-Engagement.prn.pdf>.
- Flabbi, L., & Ichino, A. (2001). Productivity, seniority and wages: New evidence from personnel data. *Labour Economics*, 8(3), 359–387.
- Gonzalez, J. V., & Garazo, T. G. (2006). Structural relationships between organizational service orientation, contact employee job satisfaction and citizenship behavior. *International Journal of Service Industry Management*, 17(1), 23-50.

- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1975). Development of the job diagnostic survey. *Journal of Applied Psychology*, 60(2), 159-170.
- Herzberg, F. (1959). *The Motivation to Work*. John Wiley and Sons.
- Janpen, S. (2557). *Organizational Commitment of the Officials at the Community Organizations Development Institute (Public Organization)*. Master thesis for the degree of master of arts, National Institute of Development Administration. [In Thai]
- Kasikornbank. (2016). *Explanation and analysis of the management for the year ended December 31, 2016*. Retrieved from <http://www.kasikornbank.com>. [In Thai]
- Kahn, A. W. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academic of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Luhmann, N. (1979). *Trust and Power - Two works by NiklasLuhmann*. Avon, John Wiley & Sons.
- Macey, W. H., & Schneider, B. (2008). The Meaning of Employee Engagement. *Industrial and Organizational Psychology*, 1(1), 3-30.
- Macey, W. H., Schneider, B., Barbera, K. M., & Young, S. A. (2009). *Employee engagement: Tools for analysis, practice and competitive advantage*. John Wiley & Sons.
- Marwan, Al-Zoubi. (2012). The shape of the relationship between salary & job satisfaction: A field study. *Far East Journal of Psychology and Business*, 7(3), 1-12.
- Media-Outreach. (2559). *The trend of compensation and welfare in Thailand in 2016, the rate ofresignation increased with increasing responsibility*. Retrieved from [http://www.media-outreach.com/ release.php/ View/2856/](http://www.media-outreach.com/release.php/View/2856/). [In Thai]
- Melewar, T. C., & Navalekar, A. (2002). Leveraging corporate identity in the digital Age. *Market ingIntelligence & Planning*, 20(2), 96-103.
- Mokaya, S. O., & Kipyegon, M. J. (2014). Determinants of Employee Engagement in the Banking Industryin Kenya; Case of Cooperative Bank. *Journal of Human Resources Management and LaborStudies*, 2(2), 187-200.
- Organ, D. W., Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (2006). *Organizational citizenship behavior: Its nature, antecedents, and consequences*. SAGE.
- Phochanasombat, S. (2559). *Factors affecting organization commitment of personnel in Officeof Disease Prevention and Control 8, Nakornsawan Province*. Office of Disease Prevention and Control 8. [In Thai]
- Seesim, U. (2558). *An Employee Engagement of the Employees of AreeyaProperty Public Company Limited*. Master thesis for the degree of master of business administration. Krirk University. [In Thai]

- Tang, T. L. P., Luna-Arocas, R., Sutarso, T., & Tang, D. S. H. (2004). Does the love of money moderate and mediate the income-pay satisfaction relationship? *Journal of Managerial Psychology, 19*(2), 111 – 135.
- The Gallup Organization. (2010). *The State of the Global Workplace: A worldwide study of Employee engagement and wellbeing*. Retrieved from <http://www.gallup.com/Search/Default.aspx>.
- Woods, A. P. (2008). *Leadership Factors That Influence Educational Excellence. Education Research, 21*, 685.
- Woodcock, C. (2012). *Transformational Leadership and Employee Engagement*. Retrieved from <http://www.proquest.com/docview/1027593329>.
- Yiing, L. H., & Ahmad, K. Z. B. (2009). The moderating effects of organizational culture on the relationships between leadership behavior and organizational commitment and between organizational commitment and job satisfaction and performance. *Leadership & Organizational Journal, 30*(1), 53-86.
- Zhu, W., Newman, A., Miao, Q., & Hooke, A. (2013). Revisiting the mediating role of trust in Transformational leadership effects: Do different types of trust make a difference? *The Leadership Quarterly, 24*(1), 94-105.

ผลกระทบบของปจัจยผลัคคัณการยอรับการใ้ต่อความต้งใจท้จะใ้แอพพลีเค้ชััน ความจรัสมเพือสนับสนุนการนำเสนอข้อมูลในการส่งเสริมการจำหน่ายทรพ์ยสิน รอกการขายของสถาบัณการเงินในประเทศไทย

พูนศัคคั พูลเมืองรัตัน¹ ประยงคั มีใจชื้อ²
ศุภสิทธี จารุพัฒน์ทริฎุ³ นรพล จินันท์เดช⁴

บทคัศยอ

การวิจัยครั้งนี้มัวัดลุประสงคั (1) เพือศึษาผลกระทบบของปจัจยผลัคคัณการยอรับการใ้ต่อการรับรู้คูนคั การรับรู้ความเสัียงและความต้งใจท้จะใ้ (2) เพือศึษาผลกระทบบของการรับรู้คูนคัต่อความต้งใจท้จะใ้ (3) เพือศึษาผลกระทบบของการรับรู้ความเสัียงต่อความต้งใจท้จะใ้ เป็ณการวิจัยแบบผสมผสมาน โดยคูลุ่มตัวอย่างท้ใ้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ เจ้าหน่าท้หรือพนักงานของสถาบัณการเงินท้จำหน่ายทรพ์ยสินรอกการขาย (NPA) ในประเทศไทย จำนวนท้งสิน 506 รายโดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติ คาร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบัียงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธีการแปรผัน และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง โดยใ้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใ้การสัมภาษณ์ด้วยคัถามเชิงลึก (in-depth interview) จากการลงพื้นท้จรัสมและการสังเกตการณ์ กับผู้บริหารในองค์การท้ดำเนินธุรกิจเกัียวกับการจำหน่ายทรพ์ยสินรอกการขายของสถาบัณการเงินในประเทศไทย รวมท้งสินจำนวน 7 ท่าน

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณพบว่า ปจัจยผลัคคัณการยอรับการใ้มีผลกระทบบทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้คูนคัและความต้งใจท้จะใ้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการรับรู้คูนคัมีผลกระทบบทางตรงเชิงบวกต่อความต้งใจท้จะใ้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติส่วนผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพพบว่า ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณท้ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

คัสำคัญ: แอพพลีเค้ชัันความจรัสม; ปจัจยผลัคคัณการยอรับการใ้; การรับรู้คูนคั; การรับรู้ความเสัียง; ความต้งใจท้จะใ้

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

พูนศัคคั พูลเมืองรัตัน, ประยงคั มีใจชื้อ, ศุภสิทธี จารุพัฒน์ทริฎุ และนรพล จินันท์เดช (2563). ผลกระทบบของปจัจยผลัคคัณการยอรับการใ้ต่อความต้งใจท้จะใ้แอพพลีเค้ชัันความจรัสมเพือสนับสนุนการนำเสนอข้อมูลในการส่งเสริมการจำหน่ายทรพ์ยสินรอกการขายของสถาบัณการเงินในประเทศไทย, *วารสารดุขฎิบัณทิตทงสัณคคาสตร*, 10(1), 133-149.

¹ หลัคสุตรบริหารธุรกิจดุขฎิบัณทิต มหาวทิยาลัยรามคัแหง
2086 ถนนรามคัแหง แขวงท้วหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: outsidoct@gmail.com

^{2,3,4} คณะบริหารธุรกิจ มหาวทิยาลัยรามคัแหง

The Effect of Driving Factor to Intention to Use Augmented Reality Application for Data Supporting in Sales Promotion the Non-Performing Asset of Financial Institutions in Thailand

Poonsak Poolmuangrat¹ Prayong Meechaisue²

Supasith Charuphathiran³ Norapon Jinandech⁴

Abstract

The research objectives were (1) to study the effects of driving factor on perceived value, perceived risk and intention to use. (2) to study the effects of perceived value on intention to use. (3) to study the effects of perceived risk on intention to use. Is a mixed-methods research. The sample used in quantitative research is the officers or employees of the financial institution that sells non-performing asset (NPA) in Thailand, a total of 506 people, by analyzing the data using statistic, percentage, average, standard deviation, coefficient of variation and structural equation analysis by using the factor analysis technique, while the qualitative research uses in-depth interviews from actual sites and observations. With executives in organizations operating in the business of selling non-performing asset by financial institutions in Thailand total 7 persons.

The result of quantitative research reveals that the driving factor have a direct positive impact on perceived value and intention to use significantly and perceived value had a direct positive effect on the intention to use in terms of statistical significance. It was also found that the result of qualitative research is accordingly to the result of quantitative research as above.

Keywords: Augmented Reality Application; Driving Factor; Perceived Value; Perceived Risk; Intention to Use

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Poolmuangrat, P., Meechaisue, P., Charuphathiran, S., & Jinandech, N. (2020). The effect of driving factor to intention to use augmented reality application for data supporting in sales promotion the non-performing asset of Financial Institutions in Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 133-149.

¹ Doctor of Business Administration Program in Business Administration, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Rd., HuaMak, Bangkok, 10240, Thailand
Email: outsidoct@gmail.com

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

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากวิวัฒนาการและการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการสื่อสารและการใช้ข้อมูลเสริมประเภทเทคโนโลยีเสมือนจริง หรือความเป็นจริงเสริม (augmented reality--AR) หมายถึง สภาวะจริงที่แต่งเติมขึ้นด้วยเทคโนโลยี เช่น ผู้ใช้กำลังดูรถยนต์และต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ ก็อาจจะใช้แว่นตาชนิดพิเศษ ซึ่งสามารถแสดงข้อมูลรถยนต์ซ้อนลงบนภาพรถยนต์ที่กำลังดูอยู่ได้ เป็นต้น (ศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี สารสนเทศ ฉบับราชบัณฑิตยสภา มติเมื่อ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2562) ได้รับการยอมรับว่าเป็นกระบวนการที่คนใหม่ สำหรับการนำเทคโนโลยีเสมือนจริง หรือความเป็นจริงเสริม (AR) มาใช้เพื่อสนับสนุนการดำเนินการทางธุรกิจมากมาย (Zhang & Liu, 2010) โดยเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการนำไปใช้เพียงบางส่วน หรือนำไปแทนที่ระบบที่ใช้อยู่อย่างเต็มรูปแบบด้วยแอปพลิเคชันความจริงเสริม (augmented reality application--App AR) ผ่านการเข้าซื้อระบบจากผู้พัฒนาโปรแกรม หรือผู้ให้บริการจากองค์กรภายนอก เพื่อหลีกเลี่ยงการลงทุนล่วงหน้าพร้อมกับลดความเสี่ยงทางธุรกิจ (Zhang & Liu, 2010) ด้วยระบบการใช้งานที่ยืดหยุ่นของแอปพลิเคชันความจริงเสริม เช่น สามารถอัปเดตเองได้โดยอัตโนมัติ หรือประยุกต์ให้สอดคล้องกับการใช้งานได้อย่างคล่องตัว เป็นต้น (Gill, 2011; Mell & Grance, 2011) อย่างไรก็ตาม แม้จะมีข้อได้เปรียบจากศักยภาพด้านประสิทธิภาพ แต่องค์กรก็ยังลังเลที่จะยอมรับและนำแอปพลิเคชันความจริงเสริมมาใช้ เพราะมองว่า เป็นนวัตกรรมที่ยังไม่เคยนำมาใช้ ทำให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับการนำมาใช้งาน เช่น กังวลด้านประสิทธิภาพ การเข้าถึงการใช้งาน ความยุ่งยากหรือไม่สอดคล้องกับการใช้งาน ความน่าเชื่อถือ การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น (Benlian, Hess, & Buxmann, 2009; Gill, 2011; Saya, Pee, & Kankanhalli, 2010) จากการสำรวจทั่วโลกของ

Gartner Inc. (2011) พบว่า มีเพียงร้อยละ 3 ของประธานฝ่ายสารสนเทศ (Chief Information Officer--CIO) ขององค์กรต่างๆ ที่ยอมรับและนำเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการสื่อสารและข้อมูลเสริมมาใช้ในองค์กร (Gartner Inc., 2011) แสดงให้เห็นว่า ผู้บริหารจากหลายองค์กรยังคงมีข้อสงสัย หรือมีความวิตกกังวลต่อการนำเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการสื่อสารและข้อมูลเสริมมาใช้

การนำเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการสื่อสารและข้อมูลเสริมมาใช้ในระดับองค์กร ยังมีการศึกษาน้อยมาก แต่ก็พบว่า การนำเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการสื่อสารและข้อมูลเสริมมาใช้ในระดับองค์กร ยังมีข้อจำกัดอย่างมากมายในหลายกรณี ซึ่งข้อจำกัดเหล่านั้นสร้างความวิตกกังวลต่อการยอมรับและการนำมาใช้ในองค์กร รวมถึงการยอมรับการใช้ของผู้ใช้งานดังกล่าวข้างต้น (Oliveira and Martins, 2011, pp. 110-121) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อให้เกิดปฏิกิริยาต่อต้านการใช้จากผู้ใช้งานในองค์กร (Khajeh-Hosseini, Greenwood & Sommerville, 2010; Saya Pee, & Kankanhalli, 2010) ดังนั้น เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจเกิดขึ้น องค์กรจึงพยายามหาวิธีดำเนินการที่จะทำให้มั่นใจได้ว่า ถ้าองค์กรนำแอปพลิเคชันความจริงเสริมมาใช้จะไม่เกิดการต่อต้านการใช้จากผู้ใช้งานที่เกี่ยวข้อง โดยพยายามศึกษาเพื่อระบุปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อยอมรับหรือการต่อต้านการใช้งานแอปพลิเคชันความจริงเสริมในองค์กร เพื่อให้ผู้บริหารได้เข้าใจถึงกระบวนการและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร (Shim, Xiao, Barber & Lyons, 2009)

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้ (driving factor--DF) นวัตกรรมในองค์กร พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะหรือประโยชน์ของนวัตกรรมที่นำมาใช้ ความพร้อมขององค์กร และแรงกดดันจากภายนอกที่ส่งผลต่อองค์กร (Musawa

& Wahab, 2012; Oliveira & Martins, 2010) โดยพบว่า ปัจจัยดังกล่าวมีผลกระทบทางตรงเชิงบวกกับความตั้งใจที่จะใช้อย่างมีนัยสำคัญ (Mirchandani & Motwani, 2001; Doolin et al., 2003) และพบว่า ส่วนใหญ่เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นทางตรงเท่านั้น ด้านการยอมรับการใช้ พบว่า บุคคลตัดสินใจจากคุณค่าการใช้งานที่ได้รับภายใต้เงื่อนไขของความไม่แน่นอนตามแนวคิดของทฤษฎีความคาดหวังของ Kahneman & Tversky (1979) ที่กล่าวว่า บุคคลมีความอ่อนไหวต่อการสูญเสีย (losses) มากกว่าการได้มา (gains) เมื่อเผชิญกับทางเลือกที่มีความเสี่ยงบุคคลจะทำการเปรียบเทียบการสูญเสีย (losses) และการได้มา (gains) เพื่อประกอบการตัดสินใจยอมรับการใช้ สอดคล้องกับตัวแปร การรับรู้คุณค่า (perceived value--PV) ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้ประโยชน์ (perceived benefit--PB) กับการรับรู้สิ่งที่เสียไป (perceived sacrifice--PS) ตามแนวคิดแบบจำลองการรับรู้คุณค่า (value based adoption model--VAM) ของ Kim et al. (2007) ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้นวัตกรรม (Edward et al., 2010, p. 154; Bala & Venkatesh, 2015) ขณะที่การรับรู้ความเสี่ยง (perceived risk--PR) ตามแนวคิดของ Bauer (1960) & Cox & Rich (1964) เป็นปัจจัยที่คอยหน่วงการตัดสินใจ ส่งผลเชิงต่อต้านการแสดงความตั้งใจที่จะใช้งานนวัตกรรม (Hassan et al., 2006; Schiffman et al., 2008)

ดังนั้น การวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะนำตัวแปรการรับรู้คุณค่าและการรับรู้ความเสี่ยงมาประยุกต์ ใช้ในฐานะตัวแปรที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดผลกระทบของปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้ต่อความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชันความจริงเสริมในองค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้ต่อการรับรู้คุณค่า การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชันความจริงเสริมในองค์กร
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการรับรู้คุณค่าต่อความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชันความจริงเสริมในองค์กร
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชันความจริงเสริมในองค์กร

นิยามศัพท์

1. **ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้ (Driving Factor--DF)** หมายถึง องค์ประกอบหรือคุณสมบัติต่างๆ ของแอปพลิเคชันความจริงเสริมที่เป็นแรงกระตุ้นและผลักดันให้ผู้ใช้งานเกิดการยอมรับการใช้ในองค์กร แบ่งได้เป็น 4 องค์ประกอบดังนี้ (1) การรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน (2) การรับรู้ลักษณะการใช้งาน (3) แรงกดดันเชิงแข่งขัน และ (4) แรงกดดันเชิงบังคับ

1.1 **การรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน (Perceived Benefit of Application--PBA)** หมายถึง ระดับความเชื่อเกี่ยวกับข้อได้เปรียบหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันความจริงเสริม (App AR) ในองค์กร

1.2 **การรับรู้ลักษณะการใช้งาน (Perceived Technicality--PT)** หมายถึง ระดับความเชื่อเกี่ยวกับลักษณะการใช้งานของแอปพลิเคชันความจริงเสริม (App AR) ที่องค์กรนำมาใช้ว่า มีความสอดคล้องกับเทคโนโลยีพื้นฐานหรือระบบที่องค์กรใช้อยู่ รวมถึงความต้องการใช้งานหรือศักยภาพความรู้ความสามารถของผู้ใช้งาน

1.3 **แรงกดดันเชิงแข่งขัน (Competitive Pressures--COMP)** หมายถึง แรงกดดันที่เกิดจากคู่แข่งหรือการแข่งขันทางธุรกิจ

1.4 **แรงกดดันเชิงบังคับ (Coercive Pressures--COEP)** หมายถึง แรงกดดันที่เกิดจากแรงบีบบังคับ ทั้งที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ ซึ่งกระทำโดยองค์การหรือหน่วยงานอื่นที่เคยพึ่งพาอาศัยกันมาในอดีต

2. **การรับรู้คุณค่า (Perceived Value--PV)** หมายถึง การรับรู้ประโยชน์ในภาพรวมจากการใช้งานแอปพลิเคชันความจริงเสริม ถ้าได้รับประโยชน์สุทธิตามกว่าสิ่งที่เสียไป แสดงว่า แอปพลิเคชันความจริงเสริมที่นำมาใช้มีคุณค่าต่อการใช้งาน

3. **การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk--PR)** หมายถึง ความสามารถในการประเมินค่าความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งานแอปพลิเคชันความจริงเสริมในองค์การ ส่งผลให้เกิดความลังเล ไม่แน่ใจ หรือเกิดความเชื่อว่าจะอาจมีความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายจากการใช้งานในอนาคต

4. **ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use--INT)** หมายถึง พฤติกรรมทางอารมณ์ที่จดจ่อกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างแน่วแน่ด้วยทัศนคติเชิงบวก มีการแสดงออกทางพฤติกรรมอย่างชัดเจนถึงเจตนาที่ต้องการอย่างเด่นชัด โดยระดับการแสดงความสามารถในการสะท้อนให้เห็นถึงระดับความตั้งใจที่จะใช้งาน

ขอบเขตของการวิจัย

(1) ขอบเขตด้านเนื้อหาและตัวแปรเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชันความจริงเสริมในองค์การ ประกอบด้วย ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้ การรับรู้คุณค่า การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจที่จะใช้การวิจัยนี้เป็น การวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงปริมาณแบ่งตัวแปรแฝง (constructs) ออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1) ตัวแปรอิสระ (independent variables) ประกอบด้วย ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้ 2) ตัวแปรคั่นกลาง (mediator variables) ประกอบด้วย การรับรู้คุณค่า การรับรู้ความเสี่ยง และ 3) ตัวแปรตาม (dependent variable) คือ ความตั้งใจที่จะใช้

(2) ขอบเขตด้านประชากรประชากร (population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของสถาบันการเงินที่มีการจำหน่ายทรัพย์สินรอกการชาย (NPA) ในประเทศไทย ซึ่งมีทั้งหมด 57 สถาบันการเงิน จำนวนสาขารวมกันทุกสถาบันทั้งหมด 7,738 สาขาทั่วประเทศ (Bank of Thailand, 2017)

(3) ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้เก็บข้อมูลจากพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของสถาบันการเงินที่มีการจำหน่ายทรัพย์สินรอกการชายระดับสาขาทั่วประเทศไทย จำนวน 506 ราย ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2561

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ประโยชน์เชิงวิชาการ

1. เป็นการขยายวรรณกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาตัวแปรที่ใช้ศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยผลักดันการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่มาใช้ ซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ของผู้ใช้งานในองค์การ
2. เป็นการสนับสนุนและยืนยันแนวทางการปรับใช้ตัวแปรการรับรู้คุณค่าและการรับรู้ความเสี่ยงเพื่อใช้วัดความคาดหวังซึ่งเป็นรากฐานของความพอใจ ซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ หรือตั้งใจที่จะใช้ต่อไป

ประโยชน์เชิงบริหาร

1. ช่วยให้องค์กรที่ต้องการพัฒนาประสิทธิภาพทางการตลาด สามารถนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายและแผนกลยุทธ์การตลาดขององค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรม

การตัดสินใจของผู้บริโภค เช่น ความตั้งใจซื้อ หรือการซื้อซ้ำ เป็นต้น

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แบบจำลองการยอมรับคุณค่า (Value based Adoption Model--VAM) นำเสนอโดย Kim et al. (2007, pp. 111-115) กล่าวถึง การรับรู้คุณค่า (perceived value--PV) ของนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ แบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบ คือ (1) การรับรู้ประโยชน์ (perceived benefit--PB) แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ 1) การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (perceived usefulness--PU) และ 2) การรับรู้ประโยชน์จากความเพลิดเพลิน (perceived enjoyment--PE) และ (2) การรับรู้สิ่งที่เสียไป (perceived sacrifice) แบ่งได้เป็น 2 ส่วน 1) การรับรู้ค่าบริการ (perceived fee--PF) และ 2) การรับรู้ลักษณะการใช้งาน (perceived technicality--PT)

2. แบบจำลอง Iacovou et al. (1995) เป็นแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ศึกษาการนำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) มาประยุกต์ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange--EDI) ระหว่างองค์กรโดยแบ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการนำมาใช้ออกเป็น 3 ลักษณะ คือ (1) การรับรู้ประโยชน์ (perceived benefits) อธิบายถึงการรับรู้ประโยชน์ของนวัตกรรม (perceived benefits of innovation--PBI) ถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับการนำมาใช้ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) การรับรู้ประโยชน์ทางตรง หมายถึง การนำนวัตกรรมมาใช้แล้วสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพหรือช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานให้องค์กรได้ และ 2) การรับรู้ประโยชน์ทางอ้อม หมายถึง นวัตกรรมที่นำมาใช้สามารถช่วยสนับสนุนทางยุทธวิธีและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (2) ความพร้อมขององค์กร (organizational readiness--OR) อธิบายถึง

ระดับความพร้อมใช้งานของทรัพยากรทางการเงินและเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 มิติ คือ 1) ความพร้อมของทรัพยากรทางการเงิน (financial resource readiness) หมายถึง ทรัพยากรทางการเงินที่มีอยู่เพียงพอ สำหรับค่าใช้จ่ายต่างๆ ทั้งการติดตั้ง ซ่อมบำรุง และปรับปรุงการใช้งาน 2) ความพร้อมของทรัพยากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (information technology resource readiness) หมายถึง เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ที่นำมาใช้ใหม่ควรมีความสอดคล้องกับระบบหรือกระบวนการที่องค์กรใช้อยู่ และมีความสอดคล้องกับความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน และ (3) แรงกดดันจากภายนอก (external pressure--EP) มีอิทธิพลสำคัญต่อการยอมรับการนำนวัตกรรมมาใช้ แบ่งได้เป็น 2 แหล่งคือ 1) แรงกดดันจากการแข่งขัน (competitive pressure) เป็นแรงกดดันที่เกิดจากคู่แข่งหรือการแข่งขันทางธุรกิจและ 2) แรงกดดันจากคู่ค้า (trading partners power) เป็นแรงกดดันที่เกิดจากคู่ค้าที่จะมาร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Iacovou et al., 1995, pp. 465-469)

3. ทฤษฎีองค์การ (institutional theory--INST) นำเสนอโดย DiMaggio and Powell (1983, pp. 147-151) กล่าวถึงสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาโครงสร้างและการดำเนินการขององค์กร เป็นอิทธิพลภายนอกที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมแบ่งได้เป็น 3 แบบคือ 1) แรงกดดันเชิงบังคับ (coercive pressures--COEP) หมายถึง แรงกดดันที่เกิดจากแรงบีบบังคับทั้งที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการซึ่งกระทำโดยองค์กรอื่น 2) แรงกดดันเชิงบรรทัดฐาน (normative pressures--NORP) หมายถึง แรงกดดันที่เกิดจากระบบสังคม และ 3) แรงกดดันเงา (mimetic pressures--MIMP) หมายถึง แรงกดดันจากคู่แข่งหรือการแข่งขัน (competitive pressures--COMP) ทั้งด้านลูกค้าเป้าหมายหรือแนวทางในการดำเนินงานที่เหมือนกัน

4. ทฤษฎีความคาดหวัง (Prospect Theory--PT) นำเสนอโดย Kahneman and Tversky (1979, pp. 263-267) กล่าวถึง วิธีคิดและการตัดสินใจของบุคคล โดยมีแนวคิดที่ว่าบุคคลทั่วไปเป็นผู้ที่มีเหตุผลจึงพยายามเลือกในสิ่งที่ดีที่สุดภายใต้ข้อจำกัดที่เผชิญอยู่ โดยพยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (risk aversion) เมื่อเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่จะได้รับ (gains) และจะมีพฤติกรรมชื่นชอบความเสี่ยง (risk loving) หรือยอมที่จะเสี่ยง เมื่อต้องการหลีกเลี่ยงความสูญเสีย (loss aversion) หรือเมื่อเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่จะสูญเสีย (losses) ซึ่งสรุปเป็นกรอบแนวคิดจากมุมมอง 2 ด้านที่แตกต่างกัน คือ คุณค่าของการได้รับ (value of gains) และคุณค่าของการสูญเสีย (value of losses) แม้จำนวนเงินที่ได้รับและสูญเสียจะเท่ากัน แต่เมื่อเปรียบเทียบภายใต้สภาวะการณ์ของการได้รับ (gains) และสภาวะการณ์ของการสูญเสีย (losses) บุคคลจะให้น้ำหนักที่แตกต่างกัน โดยบุคคลทั่วไปจะรู้สึกว่าการสูญเสียจะมีความรุนแรงกว่าการได้รับ

การพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะทำการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องไปที่ละตัวแปรเพื่อใช้ในการสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้ (driving factor--DF) แบ่งได้เป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้ คือ (1) การรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน (Perceived Benefit of Application--PBA) ประกอบด้วย 5 ตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) ได้แก่ ช่วยให้การนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจมากขึ้น (PBA1) ช่วยประหยัดเวลาในการนำเสนอข้อมูล (PBA2) ช่วยให้นำเสนอข้อมูลได้ครอบคลุม (PBA3) ช่วยให้การเข้าดูทรัพย์สิน NPA ทำได้สะดวกขึ้น (PBA4) ช่วยทำให้มั่นใจว่าลูกค้าและผู้เสนอขายเข้าใจข้อมูลตรงกันจากการเห็นภาพเสมือนจริงของทรัพย์สิน NPA (PBA5) (2) การรับรู้ลักษณะการใช้งาน (Perceived Technicality--PT)

ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) ได้แก่ มีความยืดหยุ่นสามารถปรับใช้งานได้หลายแบบ (PT1) สามารถปรับใช้ร่วมกับวิธีการนำเสนอข้อมูลที่ต้องการใช้อยู่ได้ (PT2) สามารถใช้งานได้ง่ายและแสดงวิธีการใช้งานไว้อย่างชัดเจนสามารถเข้าใจได้ (PT3) ประสิทธิภาพที่ไม่แน่นอนของ App อาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากการนำมาใช้ (PT4) (3) แรงกดดันเชิงแข่งขัน (Competitive Pressures--COMP) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) ได้แก่ คู่แข่งนำ App AR มาใช้ มีอิทธิพลต่อการนำ App AR มาใช้ในองค์กร (COMP1) คู่แข่งนำ App AR มาใช้ ทำให้ได้เปรียบในการนำเสนอข้อมูลมีอิทธิพลต่อการนำ App AR มาใช้ในองค์กร (COMP2) คู่แข่งส่วนใหญ่ใช้กันอย่างแพร่หลาย มีอิทธิพลต่อการนำ App AR มาใช้ในองค์กร (COMP3) สภาพการแข่งขันที่รุนแรงมีอิทธิพลต่อการนำ App AR มาใช้ในองค์กร (COMP4) และ (4) แรงกดดันเชิงบังคับ (Coercive Pressures--COEP) ประกอบด้วย 5 ตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) ได้แก่ ลูกค้าต้องการให้องค์กรนำ App AR มาใช้เพราะคาดหวังได้รับประโยชน์มากขึ้น (COEP1) ลูกค้าให้ความสำคัญกับการนำ App AR มาใช้ เพราะมั่นใจว่าจะทำให้ได้รับประโยชน์มากขึ้น (COEP2) องค์กรที่ไม่นำ App AR มาใช้สนับสนุนการนำเสนอข้อมูล อาจส่งผลกระทบต่อการรักษากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (COEP3) นโยบายส่งเสริมการนำนวัตกรรมมาใช้ของรัฐบาลมีอิทธิพลต่อการนำ App AR มาใช้ในองค์กร (COEP4) การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดความลังเลในการนำ App AR มาใช้ในองค์กร (COEP5) (Musawa & Wahab, 2012; Oliveira & Matins, 2010; Relhan, 2013)

2. การรับรู้คุณค่า (perceived value--PV) ประกอบด้วย 5 ตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) ได้แก่ ช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่าย (PV1) ช่วยลดเวลาการตัดสินใจ (PV2) ช่วยค้นหาลูกค้าเป้าหมาย

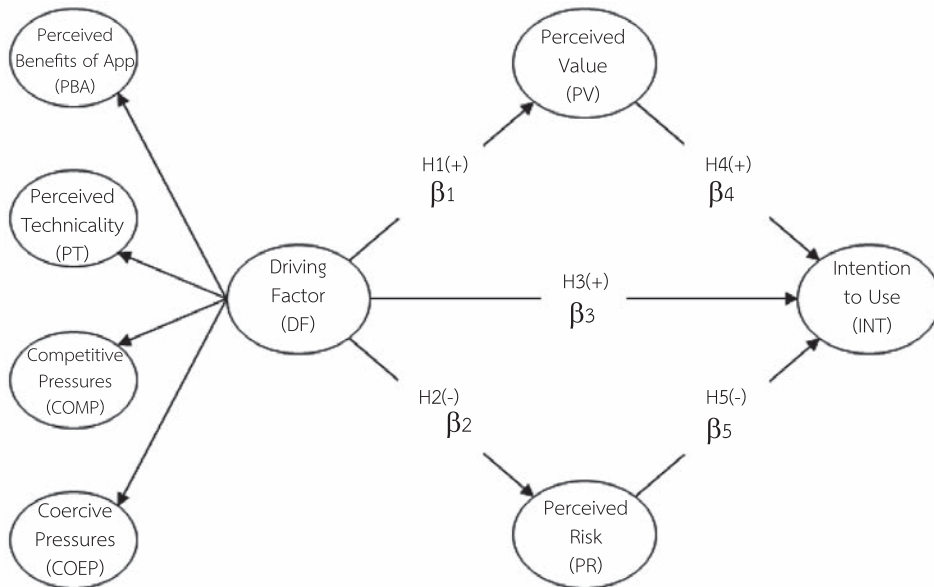
(PV3) ช่วยสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (PV4) และช่วยสร้างความน่าสนใจในการเสนอขาย (PV5) (Edward, George & Sarkar, 2010, p. 154; Bala & Venkatesh, 2015)

3. การรับรู้ความเสี่ยง (perceived risk--PR) ประกอบด้วย 5 ตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี (PR1) ความไม่สอดคล้องกับเทคโนโลยีพื้นฐาน (PR2) ความวิตกกังวลกับการใช้งาน (PR3) ความไม่สมหวังด้านประสิทธิภาพ (PR4) และความซับซ้อนของแอปพลิเคชัน (PR5) (Khan, 2017, p. 13;

Fan et al., 2015, pp. 55-64; Mohtar & Abbas, 2015, p.5)

4. ความตั้งใจที่จะใช้ (intention touse--INT) ประกอบด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) ได้แก่ เมื่อได้ใช้หรือทดลองใช้งาน (INT1) เมื่อเข้าใจการใช้งานหรือคุ้นเคยกับการใช้งานมากขึ้น (INT2) และเมื่อเพื่อนร่วมงานส่วนใหญ่ยอมรับการใช้ (INT3) (Islam, Kim, & Hassan, 2013; Im, Hong, & Kang, 2011, p. 4)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปสมมติฐานของการวิจัยได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H_1) : ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้มีผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่า

สมมติฐานที่ 2 (H_2) : ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้มีผลกระทบเชิงลบต่อการรับรู้ความเสี่ยง

สมมติฐานที่ 3 (H_3) : ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้มีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้

สมมติฐานที่ 4 (H_4) : การรับรู้คุณค่ามีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้

สมมติฐานที่ 5 (H_5) : การรับรู้ความเสี่ยงมีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของสถาบันการเงินที่มีการจำหน่ายทรัพย์สินรอการขายในประเทศไทย จำนวนทั้งหมด 7,738 สาขา (Bank of Thailand, 2017)

ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง 506 ตัวอย่าง ตามแนวคิดของ Comrey and Lee (1992, p. 125) ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างและระดับที่เหมาะสม ตั้งแต่จำนวน 500 ตัวอย่างขึ้นไป ถือเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก สำหรับการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) สอดคล้องกับ Boomsma & Hoogland (2001, pp. 139-143) แนะนำว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรมีขนาด 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (observed variables) งานวิจัยนี้มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้อยู่ที่จำนวน 31 ข้อ ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมของงานวิจัยเรื่องนี้ควรอยู่ระหว่าง 310 ถึง 620 ตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบ 2 ชั้น (stratified two stage sampling scheme) คือ หน่วยสำรวจชั้นที่ 1 แบ่งตามสถาบันการเงินในประเทศไทย ส่วนหน่วยสำรวจชั้นที่ 2 แบ่งตามภาคต่างๆ ของแต่ละสถาบันการเงินในประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสาขาตัวอย่างทั้งหมด 382 สาขา โดยสาขาในกรุงเทพและปริมณฑลๆ เก็บข้อมูล 2 ตัวอย่าง/สาขา ส่วนสาขาในต่างจังหวัดเก็บข้อมูล 1 ตัวอย่าง/สาขารวมทั้งสิ้น 508 ตัวอย่าง เก็บได้จริง 506 ตัวอย่าง คิดเป็น 99.61 %

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) เชิงเนื้อหาด้วยวิธีดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องที่ได้ครั้งนี้อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ถือว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้

(Rovinelli & Hambleton, 1977, pp. 49-53) และทำการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (reliability) แบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง ($n = 40$) โดยตัวแปรทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคมากกว่า 0.7 (ค่าอยู่ระหว่าง 0.720-0.946) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) มีค่ามากกว่า 0.3 (Spira, 2012, pp. 433-437)

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ค่าสัมประสิทธิ์การแปรผัน (Coefficient of Variation--CV) และ (2) สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (inferential statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (structural equation modeling)

การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research)

เป็นการรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ข้อคำถามเป็นการสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างกึ่งโครงสร้าง (semi structure interview) ดัดแปลงจาก Baird, Tracey, Mormede and Clark (2012, p. 183) เพื่อยืนยันกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ผู้บริหารสถาบันการเงินที่จำหน่ายทรัพย์สินรอการขายรวม 7 ท่าน

ผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่างพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของสถาบันการเงินที่จำหน่ายทรัพย์สินรอการขายทั่วประเทศจำนวน 506 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 24-35 ปีมากที่สุด รองลงมาคืออายุ 46-55 ปี และอายุ 36-45 ปีตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือ ปริญญาโท และต่ำกว่าปริญญาตรีตามลำดับ

มีสถานภาพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชนมากที่สุด รองลงมา เป็นข้าราชการ/พนักงาน/ลูกจ้าง โดยมีตำแหน่งเป็นเจ้าหน้าที่มากที่สุด รองลงมาเป็นหัวหน้าแผนก และลำดับสุดท้ายเป็นผู้จัดการ

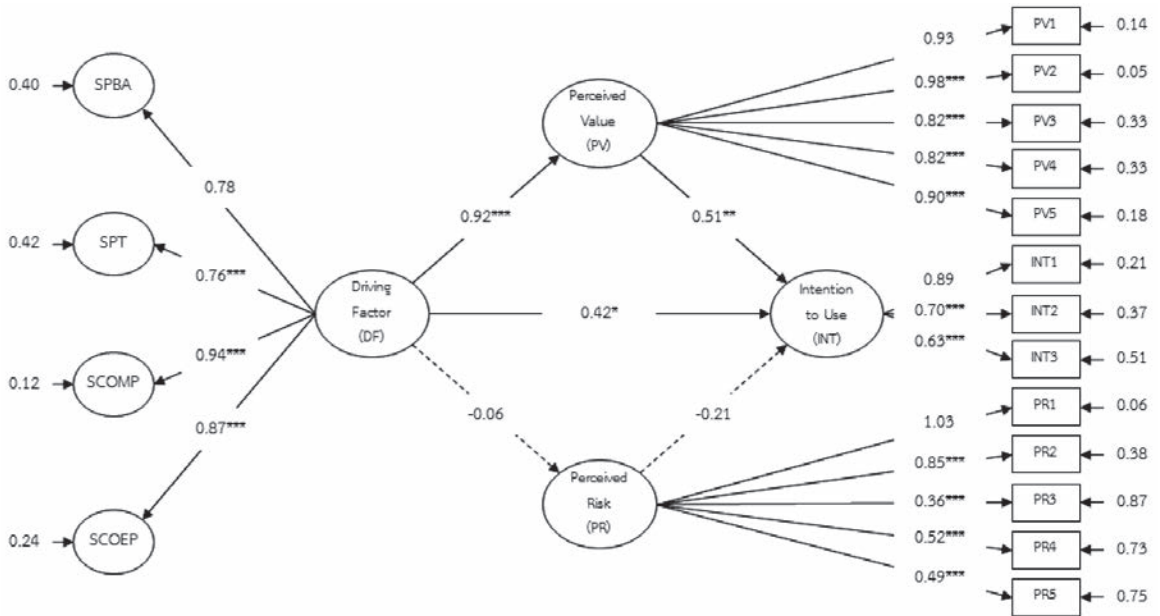
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ทั้งหมดรู้จักและเคยใช้งานแอปพลิเคชัน โดยส่วนใหญ่ใช้งานผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน รองลงมาคือคอมพิวเตอร์พกพา และแท็บเล็ต พีซี ตามลำดับ โดยใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อโอนเงินหรือชำระค่าสินค้าหรือบริการต่างๆ มากที่สุดรองลงมาคือ ใช้เพื่อค้นหาเส้นทางหรือระบบนำทาง และใช้งานเพื่อซื้อขายสินค้าหรือบริการต่างๆ ตามลำดับด้านความถี่ในการใช้งานส่วนใหญ่ใช้งานมากกว่าสัปดาห์ละ 21 ครั้ง รองลงมา ใช้งานสัปดาห์ละ 14 ครั้ง และลำดับสุดท้ายใช้งานสัปดาห์ละ 3 ครั้ง

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรเกี่ยวกับผลกระทบของปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้ต่อความตั้งใจที่จะใช้ พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้ (DF) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.1028 เมื่อพิจารณาองค์ประกอบแต่ละด้านพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของแอปพลิเคชันมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.185 รองลงมาคือ การรับรู้ลักษณะการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.1380 ลำดับที่สามคือ แรงกดดันเชิงแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย 4.1310 และลำดับสุดท้ายแรงกดดันเชิงบังคับ มีค่าเฉลี่ย 3.9700 เมื่อพิจารณาตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้เป็นรายตัวแปรจากจำนวนทั้งหมด 18 ตัวแปร พบว่า PBA4: ช่วยให้เข้าสู่ทรัพย์สิน NPA สะดวกขึ้น และ COMP4: สภาพการแข่งขันที่รุนแรงมีอิทธิพลต่อการนำ App AR มาใช้ในองค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.2750 เท่ากัน รองลงมาคือ PT2: สามารถปรับใช้ร่วมกับวิธีการนำเสนอข้อมูลขององค์กรได้อย่างได้ และ COEP5: การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีส่งผลให้

เกิดความลังเลในการนำ App AR มาใช้ในองค์กรมีค่าเฉลี่ย 4.2500 เท่ากัน ลำดับที่สาม PBA2: ช่วยประหยัดเวลาในการนำเสนอข้อมูล PBA5: App AR ช่วยทำให้มั่นใจว่าลูกค้าและผู้เสนอขายเข้าใจข้อมูลตรงกันจากการเห็นภาพเสมือนจริง และ PT4: อาจทำให้เกิดความเสียหายจากการนำมาใช้ เพราะประสิทธิภาพที่ไม่แน่นอนของ App AR มีค่าเฉลี่ย 4.2250 เท่ากัน ลำดับสุดท้ายคือ COEP3: องค์กรที่ไม่นำ App AR มาใช้สนับสนุนการนำเสนอข้อมูลอาจส่งผลกระทบต่อการรักษาคุณค่าเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ย 3.8250 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่า (PV) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.1650 เมื่อพิจารณาตัวแปรสังเกตได้ของการรับรู้คุณค่าเป็นรายตัวแปร พบว่า PV1: ช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในจำหน่ายทรัพย์สิน NPA มีค่าเฉลี่ย 4.3000 รองลงมาคือ PV2: ช่วยลดระยะเวลาในการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ย 4.2750 และลำดับที่สาม PV5: ช่วยให้ผู้นำเสนอขายสามารถนำเสนอข้อมูลได้หลากหลายและน่าสนใจมากขึ้นมีค่าเฉลี่ย 4.1500 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง (PR) อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.590 เมื่อพิจารณาตัวแปรสังเกตได้ของการรับรู้ความเสี่ยงเป็นรายตัวแปร พบว่า PR1: App AR อาจล้ำสมัยเพราะการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ย 3.7750 รองลงมาคือ PR4: ความไม่สมหวังด้านประสิทธิภาพ และ PR5: ความซับซ้อนของแอปพลิเคชันมีค่าเฉลี่ย 3.7250 และลำดับที่สาม PR2: App AR ที่นำมาใช้อาจไม่สามารถปรับเข้ากับระบบพื้นฐานขององค์กรมีค่าเฉลี่ย 3.500 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจที่จะใช้ (INT) อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.9520 เมื่อพิจารณาตัวแปรสังเกตได้ของความตั้งใจที่จะใช้เป็นรายตัวแปร พบว่า INT1: จะยอมรับการใช้เมื่อได้ทดลองใช้งานหรือเมื่อได้ใช้งานมีค่าเฉลี่ย 3.9750 รองลงมาคือ INT2: จะยอมรับการใช้เมื่อเข้าใจการใช้งานหรือคุ้นเคยกับการใช้งานมากขึ้นมีค่าเฉลี่ย 3.9500 และลำดับสุดท้าย

INT3 : จะยอมรับการใช้เมื่อเพื่อนร่วมงานส่วนใหญ่
ยอมรับการใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8500

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างเป็นการ
วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสัมประสิทธิ์ความถดถอย
แสดงดังภาพ 2



$X^2 = 40.74$, $df = 29$, $X^2/df = 1.40$, $p\text{-value} = 0.07250$, $CFI = 0.999$, $GFI = 0.991$, $AGFI = 0.950$,
 $SRMR = 0.0199$, $RMSEA = 0.028^* = p < 0.05$, $** = p < 0.01$, $*** = p < 0.001$

ภาพ 2 ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้

ตาราง 1

ค่าสถิติของมาตรฐานและหลังปรับแบบจำลอง

ค่าสถิติ	X^2/df	$p\text{-value}$	GFI	CFI	SRMR	RMSEA
เกณฑ์มาตรฐาน	<2	>0.05	> 0.90	>0.90	<0.05	<0.05
หลังปรับโมเดล	1.40	0.07250	0.991	1.0	0.0199	0.028

จากภาพ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าสถิติของไค-สแควร์สัมพันธ์ (X^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.40 ค่าความน่าจะเป็น ($p\text{-value}$) มีค่าเท่ากับ 0.07250 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.991 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.950 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ

(CFI) มีค่าเท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.0199 และค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.028 และเมื่อนำค่าสถิติที่ได้ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดในตาราง 1 พบว่า ค่าสถิติทุกตัวของตัวแบบ

จำลองสมการโครงสร้างที่ปรับเปลี่ยนใหม่ (modified model) ผ่านเกณฑ์มาตรฐานและมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สรุปว่าแบบจำลองมาตรฐานวัดความตั้งใจที่จะใช้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับแบบจำลองทางทฤษฎีที่

กำหนดไว้ในระดับที่ยอมรับได้

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2

ผลการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐานการวิจัย	Path Coefficient	t-value	ผลการทดสอบ
H_1	ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่า	0.92***	23.76	สอดคล้อง
H_2	ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้มีอิทธิพลเชิงลบต่อการรับรู้ความเสี่ยง	-0.06	-0.15	ไม่สอดคล้อง
H_3	ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้	0.42*	2.29	สอดคล้อง
H_4	การรับรู้คุณค่ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้	0.51**	2.71	สอดคล้อง
H_5	การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจที่จะใช้	-0.21	-0.90	ไม่สอดคล้อง

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) ($1.960 \leq t\text{-value} < 2.576$)

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$) ($t\text{ value} \geq 2.576$)

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) ($t\text{-value} \geq 3.291$)

จากตาราง 2 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.92 ($\beta = 0.92$, $t = 23.76$, $p < 0.001$) สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้ไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความเสี่ยงเนื่องจากข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สอดคล้อง สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยผลักดันการยอมรับการใช้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์

เส้นทางเท่ากับ 0.42 ($\beta = 0.42$, $t = 2.29$, $p < 0.05$) สมมติฐานที่ 4 การรับรู้คุณค่ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.51 ($\beta = 0.51$, $t = 2.71$, $p < 0.01$) สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ความเสี่ยงไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้เนื่องจากข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สอดคล้อง

ผลการทดสอบผลกระทบของตัวแปรพ่วงปัจจัย (antecedents) ที่มีต่อตัวแปรตาม (dependent variable) แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3

ผลกระทบททางตรง ผลกระทบททางอ้อม และผลกระทบทรวมของปัจฉัยผลักคัันการยอม่รับการใ้

ตัวแปร (LV) ค่าอิทธิพล	ตัวแปรผลลัษ์								
	PV			PR			INT		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ART	0.92***	-	0.92***	-0.06	-	-0.06	0.42*	0.47	0.89*
PV						0.51**		0.51**	
PR							-0.21		-0.21
R ²		0.852			0.020			0.594	

หมายเหตุ: DE = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TE = Total Effect

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นว่า ปัจฉัยผลักคัันการยอม่รับการใ้ มีผลกระทบททางตรงต่อความการรับรู้คูนค่า (TE = 0.92) และความต้งใจที่จะใ้ (TE = 0.42) โดยการรับรู้คูนค่ามีผลกระทบททางตรงต่อความต้งใจที่จะใ้ (TE = 0.51) นอกจากนั้น ผลกระทบทของปัจฉัยผลักคัันการยอม่รับการใ้ยังมีผลกระทบททางอ้อมต่อความต้งใจที่จะใ้ (TE = 0.47) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทวงรวมเท่ากับ 0.89 (TE = 0.89) และปัจฉัยท้งหมดรว่มกันพยากรณ์ความต้งใจที่จะใ้ได้ร้อยละ 59.40 (R² = 0.594)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคูนภาพพบว่าในภาพรวมมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณ พร้อมท้ง

ได้รับข้อแนะนำว่า ควรนำแอปพลิเคชันความจริงเสริมมาทดลองใ้งานก่อนตัดสิใจเปลี่ยนแปลงระบบ เพื่อให้ใ้งานเกิดความคุ่นเคยหรือเห็นประโยชน์ที่แท้จริง ผู้บริหารเห็นความสอดคล้องระหว่งระบบเก่ากับระบบใหม่ หรือความสอดคล้องกับศัคยภาพของใ้งาน เป็นต้น โดยอาจเป็นการนำมาทดลองใ้ในบางส่วน หรือทดลองใ้โดยจำกัดเวลาการใ้งาน เช่น 3 เดือน 6 เดือน หรือ 12 เดือน เป็นต้นจากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถนำมาสรูปเป็นข้อมูลเพื่อใ้วิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลเชิงปริมาณได้ดังตาราง 4

ตาราง 4

ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ

	สมมติฐานการวิจัย	ผลการวิเคราะห์	
		เชิงปริมาณ	เชิงคูนภาพ
H ₁	ปัจฉัยผลักคัันการยอม่รับการใ้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คูนค่า	สอดคล้อง	สอดคล้อง
H ₂	ปัจฉัยผลักคัันการยอม่รับการใ้มีอิทธิพลเชิงลบต่อการรับรู้ความเสีง	ไม่สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง
H ₃	ปัจฉัยผลักคัันการยอม่รับการใ้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความต้งใจที่จะใ้	สอดคล้อง	สอดคล้อง
H ₄	การรับรู้คูนค่ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความต้งใจที่จะใ้	สอดคล้อง	สอดคล้อง
H ₅	การรับรู้ความเสีงมีอิทธิพลเชิงลบต่อความต้งใจที่จะใ้	ไม่สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง

การอภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยจะสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 กำหนดว่า เพื่อศึกษาผลกระทบของปัจจัยผลึกตันการยอมรับการใช้ต่อการรับรู้คุณค่า การรับรู้ความเสี่ยงและความตั้งใจที่จะใช้ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบของปัจจัยผลึกตันการยอมรับการใช้ต่อการรับรู้คุณค่ามีผลกระทบทางตรงเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.92 ($\beta = 0.92, t = 23.76, p < 0.001$) และผลกระทบของปัจจัยผลึกตันการยอมรับการใช้ต่อความตั้งใจที่จะใช้ มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.42 ($\beta = 0.42, t = 2.29, p < 0.05$) สำหรับผลกระทบของปัจจัยผลึกตันการยอมรับการใช้ไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความเสี่ยงเนื่องจากข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สอดคล้อง

2. วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 กำหนดว่า เพื่อศึกษาผลกระทบของการรับรู้คุณค่าต่อความตั้งใจที่จะใช้ ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า ผลกระทบของการรับรู้คุณค่าต่อความตั้งใจที่จะใช้ มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.51 ($\beta = 0.51, t = 2.71, p < 0.01$)

3. วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 กำหนดว่า เพื่อศึกษาผลกระทบของการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจที่จะใช้ ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า ผลกระทบของการรับรู้ความเสี่ยงไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้ เนื่องจากข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สอดคล้อง

ผลกระทบของปัจจัยผลึกตันการยอมรับการใช้ต่อความตั้งใจที่จะใช้ นอกจากจะมีผลกระทบในทางตรงแล้ว ยังมีผลกระทบในทางอ้อมด้วย โดยเป็นผลกระทบของการรับรู้คุณค่าส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.47

สรุป การศึกษาผลกระทบของปัจจัยผลึกตัน

การยอมรับการใช้ต่อความตั้งใจที่จะใช้ แอพพลิเคชัน ความจริงเสริมของผู้ใช้งานในองค์กร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวม (TE) ต่อความตั้งใจที่จะใช้ แอพพลิเคชัน ความจริงเสริมในองค์กรสูงสุด คือ ปัจจัยผลึกตันการยอมรับการใช้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวมเท่ากับ 0.89 (TE = 0.89) รองลงมา คือ การรับรู้คุณค่ามีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวมเท่ากับ 0.51 (TE = 0.51) โดยปัจจัยทั้งหมดสามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจที่จะใช้ แอพพลิเคชัน ความจริงเสริมของผู้ใช้งานในองค์กร ได้ร้อยละ 59.40 ($R^2 = 0.594$)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การนำผลการศึกษาไปใช้

จากข้อมูลเชิงประจักษ์ของงานวิจัย พบว่าการตัดสินใจของบุคคลส่วนใหญ่มักใช้การเปรียบเทียบ การรับรู้คุณค่าและการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับเป็นเหตุผลหลักในการตัดสินใจองค์กรสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อช่วยกระตุ้นหรือเร่งพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหรือการซื้อซ้ำของผู้บริโภคได้

2. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตการศึกษาการยอมรับการใช้ของผู้ใช้งานจากพนักงาน ไปสู่ผู้ใช้งานที่เป็นกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อตรวจสอบพฤติกรรมการยอมรับการใช้ของลูกค้าว่าเป็นอย่างไร

2.2 ควรขยายขอบเขตการศึกษาการยอมรับการใช้ด้วยการศึกษาตัวแปรอื่นๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ เช่น การทดลองใช้นวัตกรรม (innovative trial) การยืนยันความคาดหวัง (expectation confirmation) ทั้งแบบตรงตามที่คาดหวัง (expectation confirm) หรือไม่ตรงตามความคาดหวัง (expectation disconfirm) ซึ่งมักส่งผลต่อความพึงพอใจ (satisfaction) หรือ ความไม่พอใจ (dissatisfaction) และส่งผลต่อความตั้งใจใช้/ การตัดสินใจซื้อหรือการซื้อซ้ำในที่สุด

เอกสารอ้างอิง

มนตรีพิริยะกุล. (2553). *ตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง. หน้า 1-15

References

- Bala, H., & Venkatesh, V. (2015). Adaptation to Information Technology: A Holistic Nomological Network from Implementation to Job Outcomes. *Management Science*, 62(1), 156-179.
- Baird, S. J., Tracey, D., Mormede, S., & Clark, M. (2012). *The distribution of protected corals in New Zealand waters*. NIWA Client Report WLG2012-43. P.183
- Bank of Thailand. (2017). *Financial business supervised by the bank*. Retrieved May 30, 2017, From <https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/OthFlsSupervisor/Pages/default.aspx>
- Bauer, R. A. (1960). Consumer behavior as risk taking. In R. S. Hancock (Ed.), *Dynamic marketing for a changing world* (pp. 389-398). American Marketing Association.
- Benlian, A., Hess, T., & Buxmann, P. (2009). Drivers of SaaS-adoption: An empirical study of different application types. *Business & Information Systems Engineering*, 1(5), 357-369.
- Boomsma, A., & Hoogland, J. J. (2001). The robustness of LISREL modeling. In R. Cudeck., S. D. Toit., & D. Sorbom (Eds.), *Structural equation modeling: Present and future-A festschrift in honor of Karl Joreskog* (pp. 139-168). Scientific Software International.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis*. Lawrence Erlbaum. P. 125
- Cox, D. F., & Rich, D. F. (1964). Perceived risk and consumer decision making-the case of telephone shopping. *Journal of Marketing Research*, 1(4), 32-39.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited - institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields." *American Sociological Review*", 48(2), 147-160.
- Doolin, B., Burgess, L., Cooper, J., & Alcock, C. (2003, December). *Use of the web for destination marketing in regional tourism*. Proceedings web conference. Western Australia.
- Edward, M., George, B. P., & Sarkar, S. K. (2010). The impact of switching costs upon the service quality-perceived value-customer satisfaction-service loyalty chain: A study in the context of cellular services in India. *Services Marketing Quarterly*, 31(2), 151-173.
- Fan, Yi-Wen, Wu, Cheng-Chieh, Chen, Chun-Der, & Fang, Yu-Hsien. (2015). The effect of status quo bias on cloud system adoption. *The Journal of Computer Information Systems; Spring 2015; 55(3); ABI/INFORM Collection* pp. 55-64

- Gartner Inc. (2011). *Gartner says worldwide smartphone sales soared in fourth quarter of 2011 with 47 percent growth*. Retrieved from <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1622614>
- Gill, R. (2011). *Theory and practice of leadership* (2nd ed.). Sage. pp.21-25
- Hassan, A. M., Kunz, M. B., Pearson, A. W., & Mohamed, F. A. (2006). Conceptualization and measurement of perceived risk in online shopping. *Market Management Journal*, 16(1), 138-147.
- Iacovou, C. L., Benbasat, I., & Dexter, A. S. (1995). Electronic data interchange and small organizations: Adoption and impact of technology. *MIS Quarterly*, 19(4), 465-485.
- Im, I., Hong, S., & Kang, M. S. (2011). An international comparison of technology adoption: Testing the UTAUT model. *Information & Management*, 48(1), 1-8.
- Islam, M. Z., Kim, P. C. L., & Hassan, I. (2013). Intention to use advanced mobile phone services (AMPS). *Management Decision*, 51(4), 824-838.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decisions under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291.
- Khajeh-Hosseini, A., Greenwood, D., & Sommerville, I. (2010). *Cloud migration: A case study of migrating an enterprise IT system to IaaS*. Paper presented at 3rd IEEE International Conference on Cloud Computing, Miami, FL.
- Khan, S. A. (2017). *Consumer innovation adoption stages and determinants*. Retrieved from <http://virgo.unive.it/wpideas/storage/2017wp03.pdf>
- Kim, H., Chan, H. C., & Gupta, S. (2007). Value-based adoption of mobile internet: An empirical investigation. *Decision Support Systems*, 43(1), 111-126.
- Mell, P., & Grance, T. (2011). *The NIST Definition of Cloud Computing*. Computer Security Division, Information Technology Laboratory, National Institute of Standards and Technology, United States Department of Commerce. Gaithersburg, MD 20899-8930: National Institute of Standards and Technology. P. 2
- Mirchandani, D., & Motwani, J. (2001). E-Commerce adoption by small businesses in grand rapids. *Seidman Business Review*, 7(1), 11-14.
- Mohtar, S. B., & Abbas, M. (2015). Consumer resistance to innovation due to perceived risk: Relationship between perceived risk and consumer resistances to innovation. *Journal of Technology and Operations Management*, 10(1), 1-13.
- Musawa, M. S., & Wahab, E. (2012). The adoption of Electronic Data Interchange (EDI) technology by Nigerian SMEs: A conceptual framework. *Journal of Business Management and Economics*, 3(2), 55-68.

- Oliveira, T., & Martins M. F. (2010). Understanding e-business adoption across industries in European countries. *Industrial Management & Data System*, 110(9), 1337-1354.
- Oliveira, T., & Martins, M. F. (2011). Literature review of information technology adoption models at firm level. *The Electronic Journal Information Systems Evaluation*, 14(1), 110-121.
- Piriyakul, M, (2010). *Partial Least Square Path Modeling*. Ramkhamheang University press. pp. 1-5. [In Thai]
- Relhan, A. (2013). E-accounting practices of SMEs in India. *International Journal of Technical Research*, 2(1), 1-10.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2(1), 49-60.
- Saya, S., Pee, L. G., & Kankanhalli, A. (2010). *The impact of institutional influences on perceived technological characteristics and real options in cloud computing adoption*. Retrieved from https://aisel.aisnet.org/icis2010_submissions/24
- Schiffman, L. G., Hansen, H., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer behavior: A European outlook*. Harlow, Pearson.
- Shim, S., Xiao, J. J., Barber, B. L., & Lyons, A. C. (2009). Pathways to life success: A conceptual model of financial well-being for young adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(6), 708-723.
- Spira, A. P. (2012). Reliability and validity of the Pittsburgh sleep quality index and the Epworth sleepiness scale in older men. *Journal of Gerontology a Biological Sciences and Medical Sciences*, 67(4), 433-437.
- Zhang, G., & Liu, Z. (2010). Effects of influential factors on consumer perceptions of uncertainty for online shopping. *Nankai Business Review*, 13(5), 99-106.

พฤติกรรมการใช้ คุณภาพ และการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาปริศิกรี (Pre-degree) มหาวิทยาลัยตลาดวิชา

ไพบูลย์ แสงสุข¹ ยศระวี วายทองคำ² วีระ ไทยพานิช³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรการเรียนรู้คุณภาพทรัพยากรการเรียนรู้ และการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้ และ (2) เปรียบเทียบคุณภาพ และการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาปริศิกรี มหาวิทยาลัยตลาดวิชาใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่านักศึกษาปริศิกรีใช้ทรัพยากรการเรียนรู้เป็นบางครั้ง โดยใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-books) ร้อยละ 33.5 การสอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-learning) ร้อยละ 31.6 การบรรยายสดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (RU cyber classroom) ร้อยละ 41.6 การสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (course on demand) ร้อยละ 23.7 โดยใช้ทรัพยากรการเรียนรู้น้อยกว่า 1 ปี และใช้สมาร์ทโฟนในการเข้าถึง ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง นักศึกษารู้จักทรัพยากรการเรียนรู้จากเพื่อน และไม่เคยได้รับการอบรมการใช้จากมหาวิทยาลัย คุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และนักศึกษาปริศิกรียอมรับทรัพยากรการเรียนรู้ในภาพรวม และรายด้านอยู่ในระดับมากนอกจากนี้ นักศึกษาปริศิกรีที่มีเพศ อายุ และระดับชั้นปีที่ศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด ในภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ทรัพยากรการเรียนรู้; มหาวิทยาลัยตลาดวิชา; นักศึกษาปริศิกรี

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ไพบูลย์ แสงสุข, ยศระวี วายทองคำ และ วีระ ไทยพานิช. (2563). พฤติกรรมการใช้ คุณภาพ และการยอมรับ ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาปริศิกรี (Pre-degree) มหาวิทยาลัย ตลาดวิชา. *วารสารดุสิตบัณฑิตยศาสตร์*, 10(1), 150-163.

¹ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: saengsuk@gmail.com

^{2,3} คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Use Behaviors, Quality, and Acceptance of Open Educational Resources for Supporting Pre-degree Students' Learning in an Academic Marketplace University

Paiboon Saengsuk¹ Yotravee Waythongkhum² Veera Thaipanich³

Abstract

The objective of this research is (1) use behaviors, quality, and acceptance. The researcher also compares (2) the quality and the acceptance of open educational resources in supporting the learning of pre-degree students at an academic marketplace university. Using mixed research methods. Insofar as concerns the quantitative phase of research, the researcher employed frequency, percentage, mean and standard deviation as techniques of descriptive statistics for analyzing the data collected. Furthermore, the researcher utilized at test technique and the one-way analysis of variance (ANOVA) technique. Findings are as follows:

The pre-degree students occasionally used educational resources. They used e-book at 33.5 percent, e-learning at 31.6 percent, RU Cyber classroom at 41.6 percent, and course-on-demand at 23.7 percent. They had used educational resources for less than a year. They used smartphones for accessibility at 1 to 2 hours per session. They had learned of these resources from friends. They had never been trained in using these resources at the university.

The quality of educational resources overall and in each aspect was found to be at a high level. These students showed acceptance of these educational resources overall and in each aspect at a high level. In descending order were the aspects of perceived benefits and perceived ease of use. In addition, pre-degree students who differed in gender, age, and year of study exhibited concomitant differences in their opinions toward the quality of open educational resources overall and in each aspect, but not at the statistically significant level of .05.

Keywords: Open Educational Resources; Marketplace University; Pre-degree Student

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Saengsuk, P., Waythongkhum, Y., & Thaipanich, V. (2020). Use behaviors, quality, and acceptance of open educational resources for supporting pre-degree students' learning in an Academic Marketplace University. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 150-163.

¹ Master of Arts Program in Mass Communication Technology, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Hau Mark, Bangkapi, Bangkok 10240, Thailand
Email: saengsuk@gmail.com

^{2,3} Faculty of Education, Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารเพื่อการศึกษาเป็นศาสตร์และองค์ความรู้สำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่ยิ่งใหญ่เป็นยุคของการเปลี่ยนแปลงในเชิงกระบวนการที่ครั้งใหญ่ในวงการการศึกษาที่ได้รับอิทธิพลมาจากสื่อเทคโนโลยีการศึกษาสถาบันการศึกษาต่างนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาสนับสนุนการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ สร้างความเป็นเลิศ (excellence) ความเสมอภาค (equity) ความมีประสิทธิภาพ (efficiency) และความเป็นสากล (internationalization) (Nithedsil p, 2008, p. 52) สอดคล้องกับกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565) ที่สนับสนุนให้สถาบันอุดมศึกษาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเข้าถึง (access) ลดช่องว่างดิจิทัล (digital divide) เพื่อการเรียนรู้เฉพาะตัว (customization) ไปจนถึงการเรียนรู้ของมวลชน (mass learning) และให้สถาบันอุดมศึกษาส่งเสริมการเรียนรู้อย่างกว้างขวาง โดยนำสื่อการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยออกสู่สาธารณะ (open courseware) ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมการเรียนรู้แบบระบบเปิดของสื่อการเรียนการสอน (Prasomsuk, 2011, p. 1) การเรียนรู้ด้วยสื่อใหม่เป็นรูปแบบการเรียนรู้ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งแบบออฟไลน์ (offline) และออนไลน์ (online) เป็นการเปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา (anywhere anytime for everyone) เพื่อขยายโอกาสทางการศึกษาอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (Chatpakkarattana, 2013) ดังนั้น การเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบการศึกษาที่ทุกคนมีเสรีภาพแห่งการเรียนรู้ สามารถเรียนรู้ได้ทุกสถานที่ตลอดเวลา โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยตลาดวิชาอย่างเช่นมหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยตลาดวิชา หมายถึง มหาวิทยาลัยที่เปิดรับสมัครนักศึกษาโดยไม่จำกัดจำนวน ไม่มีการสอบคัดเลือก มีการจัดการเรียนการสอนแต่ไม่บังคับให้เข้าชั้นเรียน โดยถือว่าผู้ที่เข้าชั้นเรียนและไม่เข้าชั้นเรียนก็มีสิทธิ์ในการสอบไล่ได้เช่นกัน นอกจากการรับนักศึกษาที่จบมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีแล้ว มหาวิทยาลัยยังเปิดโอกาสทางการศึกษาให้ผู้ที่เรียนจบการศึกษามัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 และผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระบบของการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) สมัครเข้าเรียนในระดับปริญญาตรีด้วยระบบปริติกรี (Pre-degree) ซึ่งเป็นการเรียนรายกระบวนวิชาเพื่อเก็บหน่วยกิตที่สะสมไว้เทียบโอนเมื่อจบมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ทำให้จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีได้เร็วขึ้น ดังนั้น เพื่อสนับสนุนการเรียนของนักศึกษาปริติกรีที่ไม่สามารถเดินทางมาฟังคำบรรยายที่มหาวิทยาลัยได้ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจึงได้จัดทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาปริติกรี อาทิ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-books) การเรียนการสอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-learning) การบรรยายสดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (RU cyber classroom) และการสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (course on demand) ที่นักศึกษาสามารถเลือกเรียนตามต้องการได้ตลอดเวลา (Ramkhamhaeng University, 2015) จะเห็นได้ว่า ทรัพยากรการเรียนรู้ที่สนับสนุนการเรียนของนักศึกษาปริติกรีเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย นักศึกษาสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการเรียนรู้

จากความสำคัญของเทคโนโลยีและทรัพยากรการเรียนรู้ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้ คุณภาพ และการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาปริติกรี มหาวิทยาลัยตลาดวิชา เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริหาร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้นำไปเป็นแนวทางในการกำหนดเป็นนโยบาย และจัดทำแผนพัฒนาสื่อการเรียน

รู้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษา และเทคโนโลยีสารสนเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้คุณภาพ และการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาปริติกรี มหาวิทยาลัยตราดวิชา

2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพ และการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาปริติกรี มหาวิทยาลัยตราดวิชาจำแนกตาม เพศ อายุ และระดับชั้นที่ศึกษา

นิยามศัพท์

มหาวิทยาลัยตราดวิชา หมายถึง มหาวิทยาลัยที่เปิดรับสมัครนักศึกษาโดยไม่จำกัดจำนวน และไม่มีการสอบคัดเลือก มีการจัดการเรียนการสอน แต่ไม่บังคับให้มาเข้าชั้นเรียน โดยถือว่าผู้ที่เข้าชั้นเรียนและไม่เข้าชั้นเรียนก็มีสิทธิ์ในการสอบไล่ได้เหมือนกัน มหาวิทยาลัยตราดวิชาในที่นี้ หมายถึง มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นักศึกษาปริติกรี (Pre-degree) หมายถึง ผู้ที่เรียนจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 และผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระบบของการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย พ.ศ. 2551 ที่สมัครเข้าเรียนในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยรามคำแหงด้วยระบบปริติกรี (Pre-degree) เป็นการเรียนรายกระบวนวิชาโดยการเก็บหน่วยกิตที่ได้สะสมไว้เทียบโอนเมื่อจบระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 หรือการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) แล้ว

ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด (Open Education Resources) หมายถึง แหล่งข้อมูลที่สนับสนุนการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยอนุญาตให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงและใช้งานด้วย

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น ได้แก่

1. **หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Books)** หมายถึง ตำราเรียนของมหาวิทยาลัยรามคำแหง มีลักษณะเป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่นักศึกษาสามารถเปิดอ่าน และดาวน์โหลดทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

2. **การเรียนการสอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning)** หมายถึง การเรียนในรูปแบบสื่อผสมแบบดิจิทัล (Digital Multimedia) ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และวีดิทัศน์ นักศึกษาสามารถเรียนผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

3. **การบรรยายสดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (RU cyber classroom)** หมายถึง การถ่ายทอดการบรรยายสดจากห้องเรียนของมหาวิทยาลัยรามคำแหง นักศึกษาสามารถรับชมได้ทั้งภาพ และเสียงโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

4. **การสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (course on demand)** หมายถึง การเรียนย้อนหลังจากเทปคำบรรยายที่ผ่านมา นักศึกษาสามารถเรียนผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริติกรี (Pre-degree) มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่ลงทะเบียนในส่วนกลาง ในปีการศึกษา 2558 พบว่า มีนักศึกษาลงทะเบียนเรียน จำนวนทั้งสิ้น 20,688 คน (Ramkhamhaeng University, 2016) ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณตามวิธีการของ Yamane (1973, p. 886) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 392 คน แต่เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก ร้อยละ 5 งานวิจัยนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 412 คน ส่วนผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริติกรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 20 คน

2. ขอบเขตของตัวแปรประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ (independent variable) ได้แก่ สถานภาพของนักศึกษา จำแนกตามเพศ อายุ และระดับชั้นที่ศึกษา ส่วนตัวแปรตาม (dependent variable) ได้แก่ (1) พฤติกรรมการใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด (2) คุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด และ (3) การยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงพฤติกรรมการใช้ คุณภาพ และการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้นักศึกษาปริติกริ มหาวิทยาลัยตลาดวิชา
2. เป็นข้อมูลในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
3. เป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหาร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางในการจัดทำแผน และพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนของนักศึกษาปริติกริต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่ใช้เป็นฐานแนวคิดในการศึกษาประกอบด้วย ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด (Open Education Resources--OER) ซึ่ง Jongsermtrakoon (2013, p.1) สรุปแนวคิดของ Atkins, Brown and Hammond (2007) ที่ให้ความหมายของทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดว่าหมายถึง แหล่งทรัพยากรสำหรับการสอน การเรียน และการวิจัยโดยเผยแพร่ทรัพยากรเหล่านั้นสู่พื้นที่สาธารณะภายใต้สัญญาอนุญาตแบบเปิดที่ระบุชัดเจนให้สามารถนำทรัพยากรที่ปรากฏไปใช้งานหรือแก้ไขตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ตามเงื่อนไขของสัญญา มีลักษณะสำคัญ คือ (1) ต้องอยู่บนอินเทอร์เน็ตที่มีผู้สร้าง และแบ่งปันกันใช้ (2) เข้าถึงได้แบบ Open Online (3) เป็น Digital Object ที่เรียกเข้าหามาใช้งานได้ (4) มีความหลากหลายในรูปแบบ และการ

ให้สิทธิใช้งาน ส่วนหนึ่งเป็นลิขสิทธิ์แบบ Creative Commons License (CC) และ (5) ส่วนหนึ่งมีลักษณะเป็น Cloud Source ซึ่งคุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด Rugchatjaroen (2010, p. 57) ได้สรุปตามแนวคิดของ Delone and McLean (2003) เกี่ยวกับดัชนีวัดความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (model of information system success) ประกอบด้วย คุณภาพของระบบ (system quality) คุณภาพของข้อมูลสารสนเทศ (information quality) คุณภาพของบริการ (service quality) ความตั้งใจที่จะใช้ (intention to use) ผู้ใช้พึงพอใจ (user satisfaction) และผลประโยชน์สุทธิ (net benefits)

การยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด ศึกษาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptance Model (TAM) ตามแนวคิดของ Davis (1989) มีตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ของผู้ใช้ต่อการรับรู้การใช้งานง่าย (perceived ease of use) และการรับรู้ถึงประโยชน์ (perceived usefulness) มีผลต่อการยอมรับ และการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้ หากผู้ใช้งานสามารถรับรู้ถึงประโยชน์ และรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถนำมาใช้งานได้ง่ายก็จะส่งผลกับทัศนคติต่อการใช้งาน (attitude toward using) ที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการความตั้งใจ (behavioral intention) ในการใช้งาน และส่งผลให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้งานจริง (actual use)

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้ ได้แก่ (1) ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (diffusion of innovation theory) Rogers (1995, p. 19) เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการแพร่กระจายของสิ่งใหม่ๆ จากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่งและสังคมนั้นก็ยอมรับสิ่งใหม่ๆ การแพร่กระจายนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรม ช่องทางการสื่อสาร ช่วงเวลาที่เกิด และระบบสังคม (2) ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรม ตาม

แนวคิดของ Rogers (1995, pp. 20-22) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนได้แก่ ขั้นความรู้ (knowledge) ขั้นการจูงใจ (persuasion) ขั้นการตัดสินใจ (decision) ขั้นตอนการนำไปปฏิบัติ (implementation) และขั้นการยืนยันการยอมรับ (confirmation)

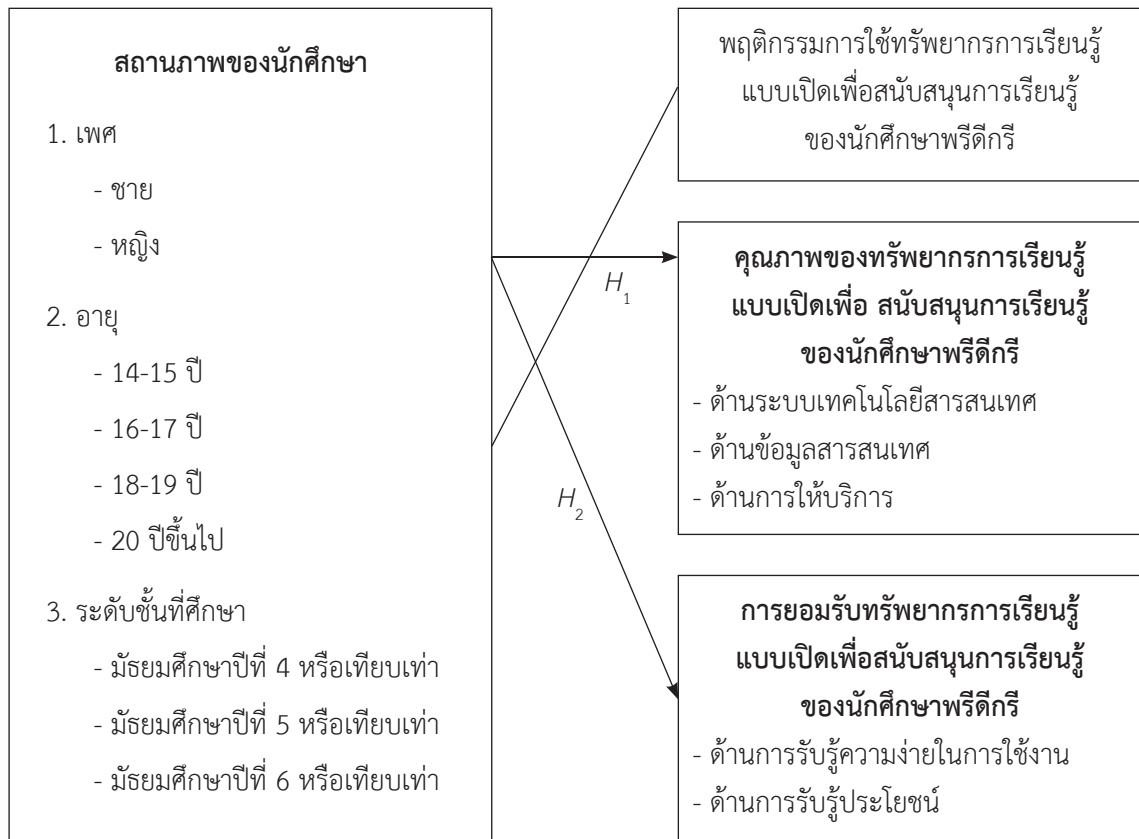
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Karschamroom (2009) ศึกษาเรื่องความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาทราบว่ามหาวิทยาลัยมีเทคโนโลยีสารสนเทศประเภทสื่อการสอน และมีความต้องการใช้ในระดับมาก สื่อการสอนที่ต้องการมากที่สุดคือ การเรียนผ่านอินเทอร์เน็ต ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีปัญหามากที่สุดคือ จำนวนคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอ ไม่มีผู้แนะนำในการใช้ ผู้เรียนไม่เข้าใจวิธีการใช้ และไม่มีเวลาในการใช้ ตามลำดับ ในขณะที่ Ruangrit (2015) ศึกษาเรื่องสภาพและความต้องการแหล่งทรัพยากรการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ด้านครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในเขตภูมิภาคตะวันตก จำนวน 5 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี และมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาต้องการให้จัดทำแหล่งทรัพยากรการเรียนรู้ออนไลน์แบบเปิดเป็นหลักสู่ระยะสั้น สามารถนำไป

เทียบเคียงจำนวนหน่วยกิตกับการศึกษาในระบบปกติได้ และต้องการในด้านการเข้าถึงมากเป็นลำดับที่หนึ่ง รองลงมา ได้แก่ แหล่งทรัพยากรการเรียนรู้ด้านเสรีภาพ และด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตามลำดับและนักศึกษาร้อยละ 85.05 ต้องการให้จัดทำแหล่งทรัพยากรการเรียนรู้ออนไลน์แบบเปิดเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนในรายวิชาหรือการพัฒนาสมรรถนะในการทำงาน ส่วน Ractham and Kaewkitipong (2015) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยและกลยุทธ์ที่สร้างแรงจูงใจในการใช้ระบบเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ผลงานวิจัยแสดงถึงปัจจัยที่ช่วยสร้างแรงจูงใจ เช่น คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพของบริการมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความไว้วางใจในระบบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่พบว่า ผู้ประกอบการค่อนข้างให้ความสำคัญกับคุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของบริการ และความน่าเชื่อถือของระบบ

สมมติฐานของการวิจัย

1. นักศึกษาปริตติกรี มหาวิทยาลัยตลาดวิชาที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แตกต่างกัน
2. นักศึกษาปริตติกรี มหาวิทยาลัยตลาดวิชาที่มีสถานภาพต่างกันยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แตกต่างกัน

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (mixed method research) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักศึกษาฟรีดิกรี มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่ลงทะเบียนเรียนในปีการศึกษา 2558 พบว่า มีจำนวนทั้งสิ้น 20,688 คน (Ramkhamhaeng University, 2016) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Yamane (1973, p.886) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 392 คน แต่เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 5 ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 412 คน และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่าง

ง่ายจากนักศึกษาฟรีดิกรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ นักศึกษาระดับฟรีดิกรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จากนักศึกษาฟรีดิกรีที่เคยใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดของมหาวิทยาลัยรามคำแหงเท่านั้น โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษาฟรีดิกรีที่เข้าสอบ ณ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (หัวหมาก) ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 ระหว่างวันที่ 2-15 มีนาคม 2561 จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผ่านพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruency--IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ

จำนวน 5 คน จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (tryout) กับนักศึกษาปริตติกรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่มีได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (discrimination) และค่าความเชื่อมั่น (reliability) ผลการวิเคราะห์ได้ค่าแอลฟาด้านคุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้เท่ากับ .93 ด้านการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้เท่ากับ .92 และค่าแอลฟาของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .94 ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviewing) ตามโครงสร้างการใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดในด้านพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด คุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด และการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ส่วนสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาปริตติกรี พบว่า นักศึกษาปริตติกรีใช้ทรัพยากรการเรียนรู้ ดังนี้

1.1 การใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดทุกประเภท นักศึกษาปริตติกรีใช้เป็นบางครั้ง โดยใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-books) (ร้อยละ 34.2) สื่อการเรียนการสอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-learning) (ร้อยละ 32.0) การบรรยายสดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (RU cyber classroom) (ร้อยละ 29.1) และใช้การสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (course on demand) (ร้อยละ 23.8)

1.2 ระยะเวลาการใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด นักศึกษาปริตติกรีส่วนใหญ่ใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดน้อยกว่า 1 ปี (ร้อยละ 55.8)

1.3 ระยะเวลาการใช้แต่ละครั้ง นักศึกษาปริตติกรีส่วนใหญ่ใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดแต่ละครั้งเป็นเวลา 1-2 ชั่วโมง (ร้อยละ 44.2)

1.4 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด นักศึกษาปริตติกรีส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟนในการเข้าถึงทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด (ร้อยละ 67.2)

1.5 สื่อประชาสัมพันธ์ นักศึกษาปริตติกรีส่วนใหญ่รู้จักทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดจากเพื่อน (ร้อยละ 49.5)

1.6 การได้รับการอบรมการใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด นักศึกษาปริตติกรีส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการอบรมการใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดจากมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 79.4)

1.7 ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด นักศึกษาปริตติกรีส่วนใหญ่เห็นว่าทรัพยากรการศึกษาแบบเปิดมีประโยชน์ต่อการเรียนมาก (ร้อยละ 59.0)

1.8 ความตั้งใจใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด นักศึกษาปริตติกรีส่วนใหญ่ตั้งใจใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดต่อไปแน่นอน (ร้อยละ 57.3)

1.9 การแนะนำเพื่อนให้ใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด นักศึกษาปริตติกรีส่วนใหญ่จะแนะนำให้เพื่อนใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด (ร้อยละ 89.6)

2. คุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ พบว่า นักศึกษาปริตติกรีมหาวิทยาลัยตลาดวิชา มีความคิดเห็นต่อคุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) และรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านการให้บริการ ($\bar{X} = 3.95$) และด้านข้อมูลสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.78$)

3. การยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ พบว่า นักศึกษาปริตติกรีมหาวิทยาลัยตลาดวิชา ยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้

แบบเปิด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) และรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ($\bar{X} = 4.46$) และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X} = 3.74$)

4. ผลการเปรียบเทียบคุณภาพ และการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาปริติกริ มหาวิทยาลัยตราดวิทยา จำแนกตามเพศอายุ และระดับชั้นปีที่ศึกษา ได้แก่

4.1 นักศึกษาปริติกริ มหาวิทยาลัยตราดวิทยา ที่มีเพศ อายุ และระดับชั้นปีที่ศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ ภาพรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัย

4.2 นักศึกษาปริติกริ มหาวิทยาลัยตราดวิทยา ที่มีเพศ อายุ และระดับชั้นปีที่ศึกษาต่างกัน มีการยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ ภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัย

การอภิปรายผล

1. พฤติกรรมการใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดจากการสัมภาษณ์ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่รู้จักทรัพยากรการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัย แต่นักศึกษาจะใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเป็นบางครั้งหรือใช้เฉพาะก่อนการสอบเท่านั้น ทั้งนี้เป็นเพราะนักศึกษาปริติกริต้องเรียนควบคู่กับการเรียนในชั้นเรียนปกติที่บังคับให้ต้องเข้าชั้นเรียน นักศึกษาจึงไม่สามารถเดินทางมาฟังการบรรยายที่มหาวิทยาลัย จึงศึกษาจากตำราเรียน และสื่อที่มหาวิทยาลัยจัดไว้ให้ สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์เชิงลึกที่นักศึกษาให้เหตุผลว่า ต้องให้เวลากับการเรียนในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่าก่อน โดยเฉพาะนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ใน

ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ต้องเรียนพิเศษในตอนเย็นหรือในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ทำให้ไม่มีเวลาศึกษาบทเรียนจากแหล่งทรัพยากรการเรียนรู้ แต่จะศึกษาเนื้อหา ก่อนการสอบ และชั่วโมงสุดท้ายของการบรรยายที่อาจารย์จะสรุปหรือแนะนำวิธีการเขียนคำตอบในการสอบควบคู่กับการอ่านหนังสือประกอบ ซึ่งการเรียนในระดับปริติกริ นักศึกษาสามารถออกแบบการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง เป็นการเรียนรายกระบวนวิชาเพื่อสะสมหน่วยกิตในระดับปริญญาตรีล่วงหน้าโดยใช้วุฒิการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือเทียบเท่ามาสมัครเรียน และเมื่อจบระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่าต้องกลับมาสมัครเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงใหม่แล้วจึงเทียบโอนหน่วยกิตที่สะสมได้โดยไม่ต้องเริ่มเรียนใหม่ ทำให้สามารถจบการศึกษาระดับปริญญาตรีได้เร็วขึ้น มหาวิทยาลัยตระหนักถึงความสำคัญของระบบการเรียนระบบปริติกริดังกล่าว จึงนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาเพื่อให้นักศึกษาสามารถแสวงหาความรู้ได้ด้วยตนเองตามที่ต้องการเรียนรู้โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับ Merrill and Lowenstein (1971, pp. 182-184) ที่กล่าวถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารของบุคคลก็เพื่อประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (self-aggrandizement) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Srisap (2011) ที่ศึกษาเรื่องการนำสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงพบว่า นักศึกษาร้อยละ 75.5 เห็นว่าเทคโนโลยีสารสนเทศที่มหาวิทยาลัยรามคำแหงจัดให้เพียงพอและเหมาะสมต่อการเรียนรู้ ส่วน Karschamroom (2009) ศึกษาความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ทราบว่ามหาวิทยาลัยรามคำแหงมีเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อการสอนที่นักศึกษาต้องการมากที่สุดคือ การ

เรียนผ่านอินเทอร์เน็ต จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าการเข้าถึงแหล่งทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟน เพราะสะดวกสามารถศึกษาได้ตลอดเวลา กล่าวคือ หากมีเวลาจากการเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่าก็จะใช้โทรศัพท์มือถือเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการศึกษาได้ตลอดเวลา และนักศึกษาพริตทรีเห็นว่าทรัพยากรการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีประโยชน์มาก เป็นการเปิดโอกาสทางการศึกษาอย่างแท้จริง ทำให้สามารถจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีได้เร็วขึ้น

2. คุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากการเรียนจากทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือสนับสนุนการเรียน ดังนั้น ทรัพยากรการเรียนรู้จึงต้องมีคุณภาพสูงเพื่อให้นักศึกษาสามารถศึกษาด้วยตนเองทั้งในด้านคุณภาพของระบบที่ต้องง่ายในการเข้าถึงและใช้งาน คุณภาพของข้อมูลสารสนเทศที่มีความสมบูรณ์ แม่นยำ น่าเชื่อถือ และข้อมูลต้องเป็นปัจจุบัน และคุณภาพการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ Ractham and Kaewkitipong (2015) พบว่า คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างแรงจูงใจในการใช้ระบบเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยคุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่

2.1 ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศพบว่า ภาพรวมมีคุณภาพในระดับมาก ทั้งนี้เพราะการเรียนในระดับพริตทรี นักศึกษาต้องเรียนควบคู่กับการเรียนในชั้นเรียนปกติ และไม่สามารถเดินทางมาเรียนที่มหาวิทยาลัยได้ นักศึกษาพริตทรีส่วนใหญ่ศึกษาจากสื่อที่มหาวิทยาลัยจัดให้ ดังนั้นระบบจึงต้องมีคุณภาพสูง มีมาตรฐาน เข้าใจได้ง่าย ความสะดวกในการเข้าถึงขั้นตอนการใช้ระบบ และมีเครื่องมือที่ช่วยแก้ไขปัญหา

เมื่อเข้าใช้งานระบบ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักศึกษาสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งนักศึกษากลุ่มใหญ่ใช้สมาร์ตโฟนในการเข้าถึงทรัพยากรการเรียนรู้ ดังนั้น ระบบจึงต้องมีคุณภาพสูง มีมาตรฐาน เข้าใจได้ง่าย ความสะดวกในการเข้าถึง ขั้นตอนการใช้ระบบ และมีเครื่องมือที่ช่วยแก้ไขปัญหาเมื่อเข้าใช้งานระบบ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักศึกษาและใช้ทรัพยากรการเรียนรู้ต่อไปจนจบการศึกษา นักศึกษาต่างยอมรับในระบบเทคโนโลยี กล่าวคือ ขั้นตอนการเข้าสู่ระบบชัดเจน ง่ายต่อการใช้งาน ทั้งการเข้าสู่หน้าเว็บไซต์ การสมัครสมาชิก และการเข้าสู่บทเรียน แต่ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ นักศึกษาพริตทรีมีข้อเสนอแนะว่า การเข้าใช้งานระบบควรใส่เฉพาะรหัสประจำตัวตัวนักศึกษาเพียงอย่างเดียว ไม่ต้องมีรหัสผ่าน (password) จะทำให้สะดวกยิ่งขึ้น

2.2 ด้านข้อมูลสารสนเทศพบว่า ภาพรวมมีคุณภาพในระดับมาก ทั้งนี้เพราะการเรียนจากทรัพยากรการเรียนรู้เป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง ดังนั้น ข้อมูลที่นักศึกษาได้รับจากการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต้องเพียงพอและมีประโยชน์ต่อการเรียนในระดับพริตทรี สอดคล้องกับการศึกษาของ Charoensuk (2013) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เทคโนโลยี e-Learning ของนักศึกษาพริตทรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า e-Learning เปิดกว้างกับบุคคลทั่วไปสามารถโต้ตอบได้โดยการพิมพ์ข้อความ (chat) สร้างความสนใจแก่ผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ และนำข้อมูลที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ การนำเสนอข้อมูลมีทั้งตัวอักษร รูปภาพ เสียงประกอบ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนอธิบายเนื้อหาอย่างชัดเจน ใช้ภาษาเหมาะสม เข้าใจง่าย และภาษาเรียงจากง่ายไปหายาก

2.3 ด้านการให้บริการพบว่า ภาพรวมมีคุณภาพในระดับมาก ทั้งนี้เพราะการศึกษาจากทรัพยากรการเรียนรู้ นักศึกษาต้องศึกษาด้วย

ตนเองซึ่งมหาวิทยาลัยได้ออกแบบทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดมาให้ง่ายต่อการใช้งาน เริ่มจากการลงทะเบียนเรียน การใช้งานระบบ พร้อมจัดเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์เพื่ออำนวยความสะดวก และแก้ไขปัญหาต่างๆ สอดคล้องกับ Butcher, Kanwar and Uvalic (as cited in Chanayotha, 2014, p. 21) กล่าวว่า แหล่งทรัพยากรการศึกษาแบบเปิดเป็นแหล่งการเรียนรู้ หลักสูตร เนื้อหา วัสดุการเรียนรู้ ตำรา ที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อการเรียนการสอน และการเรียนรู้โดยไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าธรรมเนียมหรือค่าลิขสิทธิ์ ในขณะที่ Wiley (2010) กล่าวว่าไว้ว่าทรัพยากรการศึกษาแบบเปิดสามารถนำไปใช้ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายและลิขสิทธิ์

3. การยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะนักศึกษาปริศิตกริต้องเรียนควบคู่กับการเรียนในระดับมัธยมศึกษา เมื่อนักศึกษารับรู้ความง่ายในการใช้งาน และรับรู้ว่าการทรัพยากรการเรียนรู้มีประโยชน์ต่อการเรียนในระดับปริศิตกริ นักศึกษาก็จะยอมรับและใช้งานระบบต่อไป สอดคล้องกับการศึกษาของ Boonnark (2009) ศึกษาเรื่องการยอมรับการเรียนการสอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning) ของอาจารย์มหาวิทยาลัยรามคำแหง Triwittayasin (2014) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี Web Mobile ในการเข้าถึงฐานข้อมูล e-Thesis สอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptance Model (TAM) ตามแนวคิดของ Davis (1989) เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หากผู้ใช้งานสามารถรับรู้การใช้งานง่าย (perceived ease of use) และการรับรู้ถึงประโยชน์ (perceived usefulness) ก็จะช่วยยอมรับและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั้งยังส่งผลกับทัศนคติต่อการใช้งาน (attitude toward using) ที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการตั้งใจ (behavioral intention) ใน

การใช้งาน และส่งผลให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้งานจริง (actual use) ปัจจัยทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ประโยชน์ พบว่า อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยรามคำแหงได้จัดทรัพยากรการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาปริศิตกริ

ข้อเสนอแนะ

1. คุณภาพของทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด ได้แก่ (1) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โครงสร้างเว็บไซต์ ต้องเรียงลำดับเป็นขั้นตอนเพื่อความสะดวกในการใช้งาน ออกแบบและพัฒนาบทเรียนให้น่าสนใจเช่น มีรูปภาพประกอบ เป็นต้น (2) ข้อมูลสารสนเทศ การนำเสนอข้อมูลต่างๆ ควรใช้สื่อประสม (Multimedia) และควรมีแบบทดสอบทั้งก่อนเรียน ระหว่างเรียน และหลังเรียนจบ เพื่อผู้เรียนสามารถทราบผลได้ทันที (3) การให้บริการ เพิ่มช่องทางในการติดต่อผู้เกี่ยวข้องเพื่อสอบถามปัญหาในการใช้งานระบบ ให้ผู้เรียนและผู้สอนได้ติดต่อสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน และมีหมายเลขโทรศัพท์ที่ให้สอบถามปัญหาจากเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการได้โดยตรง

2. การยอมรับทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ควรเพิ่มช่องทางในการติดต่อกับอาจารย์ผู้สอนหรืออาจารย์ที่ปรึกษา และการติดต่อ สื่อสารกับหน่วยงานที่เผยแพร่ข้อมูลต้องสะดวก มีเจ้าหน้าที่ประจำตลอดเวลา และควรมีเนื้อหาทุกกระบวนการวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย

3. ควรจัดทำคู่มือการใช้ทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด จัดอบรมวิธีการใช้งาน ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะทางสื่อสังคมออนไลน์ และเมื่อมีปัญหาในการเผยแพร่ควรมีผู้ดูแลระบบเพื่อการแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว

การอ้างอิง

- กฤษณ์ รักษาติเจริญ. (2553). *รัฐอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย*. ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุชนิพนธ์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กฤษรา เจริญสุข. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เทคโนโลยี e-Learning ของนักศึกษา Pre-degree มหาวิทยาลัยรามคำแหง*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธีระภัทร ประสมสุข. (2554). *รูปแบบระบบการศึกษาทางไกลของมหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่*. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่.
- ธนัทธัญญ์ ฉัตรภักดิ์รัตน์. (2556). *การพัฒนากระบวนการสอนเสริมทางไกลอิเล็กทรอนิกส์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุชนิพนธ์บัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- น้ามนต์ เรืองฤทธิ์. (2558). *สภาพและความต้องการแหล่งทรัพยากรการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนด้านครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์*. นครปฐม: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปกเทศ ชนะโยธา. (2557). *การพัฒนาทรัพยากรการศึกษาแบบเปิดตามแนวความคิดการเรียนรู้ด้วยการรับใช้สังคมเพื่อส่งเสริมจิตสาธารณะและการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุชนิพนธ์บัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปีเตอร์ รักธรรม และลัดดาวัลย์ แก้วกิติพงษ์. (2558). *การศึกษาปัจจัยและกลยุทธ์ที่สร้างแรงจูงใจในการใช้ระบบเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์*. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2558). สารสนเทศนักศึกษาปริทัศน์. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2559, จาก <http://www.ru.ac.th/th/Predegree>
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2559). *ข้อมูลนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนส่วนกลาง ประจำปีการศึกษา 2558*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- วรวิทย์ นิเทศศิลป์. (2551). *สื่อและนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้*. ปทุมธานี: สกายบุ๊กส์.
- สาวิตรี บุณนาค. (2552). *การยอมรับการเรียนการสอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning) ของอาจารย์มหาวิทยาลัยรามคำแหง*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุนีย์ กาศจำรุญ. (2552). *ความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะมนุษยศาสตร์..
- สมหมาย ศรีทรัพย์. (2554). *การนำสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, สำนักเทคโนโลยีการศึกษา.
- สุกานดา จงเสริมตระกูล. (2556). *ระบบการเรียนแบบกลุ่มสืบสอบบนแหล่งทรัพยากรด้านการศึกษาแบบเปิดเพื่อส่งเสริมการรู้สารสนเทศดิจิทัลและการรับรู้ทางจริยธรรมทางสารสนเทศของนิสิตนักศึกษาครุศาสตร์ศึกษาศาสตร์*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิรานต์ ไตรวิทาศิลป์. (2557). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี Web Mobile ในการเข้าถึงฐานข้อมูล e-Thesis*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

References

- Atkins, D. E., Brown, J. S., & Hammond, A. L. (2007, February). A Review of the open educational resource (OER) movement: Achievements, challenges, and new opportunities. *A report to The William and Flora Hewlett Foundation*.
- Boonnark, S. (2009). *Acceptance of e-Learning instruction and study by Ramkhamhaeng University faculty members*. Master's thesis in Arts. Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Chanayotha, P. (2014). *Open educational resources development based on service learning approach to enhance public consciousness and creative problem solving for Rajabhat University students*. Doctoral dissertation in education, Chulalongkorn University. [In Thai]
- Charoensuk, K. (2013). *Factors affecting the use of e-Learning technology by Pre-degree students at Ramkhamhaeng University*. Master's thesis in Arts. Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Chatpakkarattana, T. (2013). *Development of an interactive e-tutorial system to develop problem solving ability for undergraduate students in SukhothaiThammathirat Open University*. Doctoral dissertation in education, Chulalongkorn University. [In Thai]
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(1), 319-339.
- Delone, W. H., & McLean, E. R. Information Systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60-95
- Jongsermtrakoon, S. (2013). *A group investigation learning system on open educational resources for digital literacy and awareness in information ethics of student teachers*. Master's thesis in education, Chulalongkorn University. [In Thai]
- Karschamroom, S. (2009). *Ramkhamhaeng undergraduate students' need of information technology for learner centered instruction*. Ramkhamhaeng University, Faculty of Humanities. [In Thai]
- Merrill, J. C., & Lowenstein, R. L. (1971). *Media, message and men: New perspectives in communication*. David McKay.
- Nithedsilp, W. (2008). *Instructional and innovation for learning*. Skybook. [In Thai]
- Prasomsuk, T. (2011). *The distance education system model of North-Chiang Mai University*. North-Chiang Mai University Press. [In Thai]
- Ractham, P., & Kaewkitipong, K. (2015). *The factors and strategy to persuade the use of NSW*. Thammasat University, Thammasat Business School. [In Thai]
- Ramkhamhaeng University. (2015). *Pre-degree student information*. Retrieved September, 10, 2016 from <http://www.ru.ac.th/th/Predegree> [In Thai]

- Ramkhamhaeng University. (2016). *Information of central registered students for academic year B.nE. 2558*. Bangkok: Author. [In Thai]
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations* (4th ed.). The Free Press.
- Ruangrit, N. (2015). *States and needs of online learning resources on MOOCs for education*. Silpakorn University, Faculty of Education. [In Thai]
- Rugchatjaroen, K. (2010). *Electronic govern in Thailand*. Doctoral dissertation in doctor of philosophy, Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Srisap, S. (2011). *Utilization of information technology media by Ramkhamhaeng University students for learning in accordance with the principles of the sufficiency economy philosophy*. Ramkhamhaeng University, The Office of Educational Technology. [In Thai]
- Triwittayasin, S. (2014). *Factors affecting web mobile technology adoption behaviors in accessing the e-Thesis database*. Master's thesis in Arts. Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Wiley, D. (2010). Openness as catalyst for an educational reformation. *Educause Review*, 45(4), 15-20.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.

มาตรการทางกฎหมายในการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวช

สิริศิษฐ์ ชูรอด¹ กิจบดี ก้องเบญจกุล²
 พศวีจณ์ กนกนาก³ สุเมธ รอยกุลเจริญ⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหา ขอบเขต แนวทางของการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้ป่วยทางจิตเวชทั่วไป และผู้ป่วยคดี โดยหาแนวทางที่เหมาะสมสามารถนำมาปรับใช้กับกฎหมายในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 56 คน และการสนทนากลุ่ม จำนวน 8 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์เปรียบเทียบ

ผลการวิจัยพบว่า มีข้อจำกัดในการบังคับใช้กฎหมายสุขภาพจิตดังกล่าวอยู่หลายประการที่ยังไม่ครอบคลุมและไม่มีความชัดเจนในทางปฏิบัติ ได้แก่ บทนิยามและคำจำกัดความผู้ป่วยทางจิตในทางกฎหมายและทางการแพทย์ยังไม่สอดคล้องกัน ก่อให้เกิดความสับสนในการตีความระหว่างผู้ประกอบการวิชาชีพทางการแพทย์กับผู้ประกอบวิชาชีพทางด้านกฎหมาย คณะกรรมการสถานบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตมีจำนวนไม่เพียงพอโดยเฉพาะโรงพยาบาลขนาดใหญ่ การนำเสนอข่าวของสื่อที่เกินความเป็นจริงมีเจตนากลั่นแกล้งผู้ป่วยหรือครอบครัวยังไม่มีบทลงโทษที่ชัดเจน หน่วยงานหรือองค์กรผู้รับผิดชอบในส่วนของการฟื้นฟูสมรรถภาพของผู้ป่วยไม่ได้มีการระบุชัดเจน การใช้สิทธิอุทธรณ์คำสั่งให้บำบัดรักษาอาการป่วยทางจิตซ้ำซ้อนหลายช่องทาง การให้ความคุ้มครองบุคคลที่ดำเนินงานร่วมกับเจ้าหน้าที่ในการบังคับรักษาผู้ป่วยทั่วไปยังไม่มี

คำสำคัญ: การบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวช; ความผิดปกติทางจิต; พระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

สิริศิษฐ์ ชูรอด, กิจบดี ก้องเบญจกุล, พศวีจณ์ กนกนาก และสุเมธ รอยกุลเจริญ. (2563). มาตรการทางกฎหมายในการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวช. *วารสารดุซุฎิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 165-178.

¹ หลักสูตรนิติศาสตร์ดุซุฎิบัณฑิต โครงการปริญญาดุซุฎิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
 อีเมล: sirasit021@gmail.com

² คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ ศาลฎีกา

⁴ ศาลปกครองสูงสุด

Coercive Legal Measures for Enforcing the Treatment of Psychiatric Patients

Sirasit Choorod¹ Kijbodi Kongbenjapunch²
Possawat Kanoknark³ Sumate Roykulcharoen⁴

Abstract

The objective of this research is to study the conditions of problems, the scope, and guidelines for protecting the rights of patients in general psychiatric settings in criminal cases. The researcher locates appropriate guidelines from foreign jurisdictions that can be adapted for use in the jurisdiction of the Kingdom of Thailand (Thailand). The researcher used the qualitative research approach by collecting data through documentary research. Data were analyzed using content analysis and comparative analysis.

Findings are as follows: There are certain limitations to enforcing mental health law, since this body of law does not fully cover all circumstances and is unclear in practice. This leads to confusion between interpretations provided by members of the medical profession and those given by members of the legal profession. Those who serve on Infirmity Boards involving mental health patients in infirmaries and especially in large hospitals are insufficient in number. Exaggerated news presentations by the media purveying the intent to defame patients or their families do not carry clear penalties for purported infractions. In regard to the rehabilitation of patients, responsible agencies or organizations are not clearly determined. The use of the right to appeal orders for treatment of mental disorders overlap since carried out through various channels. The protection of persons working with officials in the treatment of general patients has not yet been provided.

Keywords: The Treatment of Psychiatric Patients; Mental Disorders; Mental Health Act, B.E. 2551

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Choorod, S., Kongbenjapunch, K., Kanoknark., P., & Roykulcharoen, S. (2020). Coercive legal measures for enforcing the treatment of psychiatric patients. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 165-178.

¹ Doctor of Laws Program, Doctor of Philosophy Program in Social Sciences, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamak, Bangkok, 10240, Thailand
E-mail: sirasit021@gmail.com

² Faculty of Law Ramkhamhaeng University

³ The Supreme Court of Thailand

⁴ Supreme Administrative Court.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันมีผู้ป่วยทางจิตเวชเพิ่มเป็นจำนวนมากขึ้น มีทั้งผู้มีความผิดปกติทางจิตที่ยังไม่ได้ทำความผิด และผู้ที่มีความผิดปกติทางจิตที่เป็นผู้ป่วยคดีที่ศาลได้พิพากษาว่าได้กระทำความผิดทั้งนี้สืบเนื่องมาจากปัญหาสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง มีการแข่งขันกันสูง ความเครียดจากการทำงานหรือการศึกษา และปัญหาครอบครัวที่รุ่มร่า การเสพสารเสพติด การเปลี่ยนแปลงด้านชีวเคมีในสมอง หรือความเจ็บป่วยทางกายที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจ เหล่านี้ล้วนเป็นสาเหตุให้เกิดความเจ็บป่วยทางจิตทั้งสิ้น โดยอาการทางจิตส่วนใหญ่จะไม่แสดงออกตรงๆ แต่มักแสดงออกอย่างมีความหมายในทางสัญลักษณ์ของแรงผลักดันที่อยู่ภายในจิตใจ ดังนั้น อาการป่วยทางจิตจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ป่วยทำร้ายตนเอง หรือก่อความเดือดร้อนแก่ครอบครัวและสังคม

จากสถิติจำนวนผู้ป่วยจิตเวชทั่วไปที่มีมารับบริการของหน่วยบริการในสังกัดกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุขต่อวันในปีงบประมาณ 2557-2560 (พ.ศ. 2557 จำนวน 4,380 คน พ.ศ. 2558 จำนวน 4,411 คน พ.ศ. 2559 จำนวน 4,368 คน และ พ.ศ. 2560 จำนวน 5,215 คน) และจำนวนผู้ป่วยจิตเวชที่รับไว้รักษาต่อปี (พ.ศ. 2557 จำนวน 44,556 คน พ.ศ. 2558 จำนวน 46,837 คน พ.ศ. 2559 จำนวน 49,994 คน และ พ.ศ. 2560 จำนวน 52,118 คน) Department of Mental Health (2017)

สำหรับผู้ป่วยคดี (ผู้ป่วยนิติจิตเวช) จากการติดตามผลการบังคับรักษาประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558-2560 จำนวน 385 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.55 ของผู้ป่วยจิตเวช ตามพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 โดยผู้ป่วยส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 30-39 ปี ร้อยละ 29.63 มีสัญชาติไทย ร้อยละ 96.28 มีสถานะภาพโสด ร้อยละ 64.17 ในด้านของสิทธิรักษาพยาบาลพบว่าผู้ป่วยส่วนใหญ่ใช้สิทธิหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

ร้อยละ 81.03 ซึ่งเมื่อจำแนกตามการนำเสนอว่า ส่วนใหญ่นำส่งตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 14 วรรคหนึ่ง ร้อยละ 47.77 โดยผู้นำส่งตามคำสั่งศาลร้อยละ 52.46 และเมื่อจำแนกข้อมูลตามการวินิจฉัยโรคตาม ICD 10 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มโรค Schizophrenia (F.20) ร้อยละ 60.58 ประเภทผู้ป่วยใน (ผู้ป่วยที่ได้รับการบำบัดรักษาอยู่ในสถานพยาบาล) ร้อยละ 72.29 ส่วนใหญ่มีความผิดปกติต่างๆ เช่น ความผิดตามคดีคนเข้าเมือง ฯลฯ ซึ่งมีอาการทางจิตหลังการรับโทษ ร้อยละ 32.66 เมื่อพิจารณาแบบ ผค.1 พบว่า เป็นผู้ป่วยทางจิตร้อยละ 96.63 เป็นการกระทำผิดโดยไม่รู้ผิดชอบ ร้อยละ 53.76 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่สามารถต่อสู้คดีได้ ร้อยละ 70.59 และเมื่อพิจารณาผลการบำบัดรักษาตามแบบ ผค.2 พบว่าผู้ป่วยยังจำเป็นต้องได้รับการบำบัดรักษาต่ออีก ร้อยละ 88.52 ทั้งนี้ ผู้ป่วยส่วนใหญ่ได้รับการติดตามอาการอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 73.30 (Department of Mental Health, 2014)

ประเทศไทยมีกฎหมายหลักที่คุ้มครองสิทธิและมาตรการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวช 4 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติควบคุมการขอทาน พ.ศ. 2559 ประมวลกฎหมายอาญาและประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา โดยเฉพาะพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นกฎหมายเฉพาะที่ตราขึ้นเพื่อกำหนดกระบวนการในการบำบัดรักษาบุคคลที่มีความผิดปกติทางจิตทั่วไป และผู้ป่วยคดีพบว่ามีปัญหาทางมาตรการทางกฎหมายหลายประการ ดังนี้

1. ปัญหามาตรการทางกฎหมายสำหรับผู้ที่มีความผิดปกติทางจิตทั่วไป

1.1 ปัญหาค่านิยมและความหมายของผู้ที่มีความผิดปกติทางจิตมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 ซึ่งกล่าวว่า “ความผิดปกติทางจิต” หมายความว่า อาการผิดปกติของจิตใจที่

แสดงออกมาทางพฤติกรรม อารมณ์ ความคิด ความจำสติปัญญา ประสาท การเรียนรู้ หรือการรู้เวลา สถานที่บุคคล รวมทั้งอาการผิดปกติของจิตใจที่เกิดจากสุราหรือสารอื่นๆ ที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ซึ่งเป็นคำที่เรียกอย่างกว้างขวางที่แสดงถึงบุคคลที่มีสภาพทางจิตผิดปกติไปจากบุคคลทั่วไป แต่ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 48 หรือมาตรา 65 หมายถึงบุคคลที่มีอาการของ “จิตบกพร่อง” “โรคจิต” และ “จิตฟั่นเฟือน” หากพิเคราะห์ดูแล้วเห็นว่า การใช้คำและการให้ความหมายของผู้ที่มีความผิดปกติทางจิตยังมีความแตกต่างกัน และตัวบทกฎหมายก็มิได้บัญญัติถึงคำนิยามของคำว่า “โรคจิต” “จิตบกพร่อง” หรือ “จิตฟั่นเฟือน” ไว้แต่ประการใด โดยเฉพาะความหมายทางการแพทยกับความหมายของกฎหมายเกี่ยวกับผู้ที่มีความผิดปกติทางจิต ยังมีความแตกต่างไม่ชัดเจน เป็นเหตุให้การวินิจฉัยทางกฎหมายของหน่วยงานที่บังคับใช้กฎหมายมีความแตกต่างกัน

1.2 ปัญหาของจำนวนคณะกรรมการสถานบำบัดรักษา ตามพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 มาตรา 12 กำหนดให้สถานบำบัดรักษาแต่ละแห่งมีคณะกรรมการสถานบำบัดรักษา ซึ่งเป็นปัญหาความไม่สอดคล้องกับจำนวนผู้ป่วยทางจิตที่เข้ารับการรักษาในสถานรักษาบำบัด หรือโรงพยาบาลของรัฐที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งแต่ละวันมีผู้ป่วยเป็นจำนวนมาก ทำให้การกั้นกรงหรือคัดกรงผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษาได้รับบริการไม่ทั่วถึง และขาดประสิทธิภาพ ส่วนโรงพยาบาลหรือสถานบำบัดรักษาขนาดเล็กที่ห่างไกลขาดแคลนจิตแพทย์ประจำสถานบำบัดรักษารวมถึงพยาบาลจิตเวช

1.3 ปัญหาทางกฎหมายในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนเกี่ยวกับสิทธิส่วนบุคคลที่จะได้รับการปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับการเจ็บป่วยไว้เป็นความลับ ขัดกับหลักสิทธิพื้นฐานของสิทธิมนุษยชนและการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผู้ป่วยทางจิตเกินความ

เป็นจริงหรือโดยมีเจตนากลั่นแกล้งผู้ป่วยหรือบุคคลในครอบครัวให้เสียหายต่อชื่อเสียง และความเป็นอยู่ในการประกอบอาชีพเพื่อป้องปรามการละเมิดสิทธิผู้ป่วยและบุคคลในครอบครัว

1.4 ปัญหาทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 ในส่วนของการฟื้นฟูสมรรถภาพของผู้ป่วยจิตเวชภายหลังจากการบำบัดรักษาในสถานบำบัดแล้ว กฎหมายดังกล่าวตามมาตรา 40 ยังไม่มีความชัดเจนและไม่ได้กำหนดหน่วยงานหลักผู้รับผิดชอบในการดำเนินการฟื้นฟูผู้ป่วยทางจิตไว้เป็นการเฉพาะ

1.5 ปัญหาความซ้ำซ้อนจากการบังคับใช้พระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 ในส่วนของการอุทธรณ์คำสั่งในการบังคับบำบัดรักษาอาการทางจิตและประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 90 กรณีมีการกล่าวอ้างว่าถูกคุมขังในคดีอาญา หรือในกรณีอื่นใด โดยมีข้อด้วยกฎหมาย มีสิทธิยื่นคำร้องขอต่อศาลท้องที่ที่มีอำนาจพิจารณาคดีอาญาขอให้ปล่อยหากให้สิทธิผู้ป่วยจิตเวชใช้สิทธิตามกฎหมายได้สองช่องทางตามกฎหมายต่างฉบับกันได้อีก จะเป็นการใช้สิทธิซ้ำซ้อนหรือไม่ กฎหมายดังกล่าวไม่มีความชัดเจน

1.6 ปัญหาในการนำผู้ป่วยจิตเวชไปยังสถานบำบัดรักษา ตามพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 ให้อำนาจพนักงานเจ้าหน้าที่เข้าไปในเคสสถานหรือสถานที่ใดๆ ในระหว่างพระอาทิตย์ขึ้นและตก เพื่อนำบุคคลซึ่งมีอาการทางจิต ที่เป็นอันตรายและจำป็นได้รับการรักษาตามมาตรา 22 กฎหมายดังกล่าวมีข้อจำกัดด้วยเงื่อนไขเวลาและในการเข้าไปในสถานดังกล่าว เพื่อนำตัวผู้ป่วยทางจิตไปยังสถานบำบัดรักษาต้องดำเนินการได้อย่างทันท่วงที ไม่ควรมีข้อจำกัดเพราะการนำผู้ป่วยทางจิตเข้าไปบริการบำบัดรักษาได้ทันท่วงที่เป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้ป่วยโดยตรง ซึ่งต่างกับเจตนารมณ์ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา การเข้าไปในที่อยู่อาศัยของบุคคลเป็นเรื่องกระทบสิทธิ ซึ่งจำป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมายโดย

เคร่งครัด โดยขอให้ศาลกลั่นกรองถึงความจำเป็นในการออกหมายจับ หมายค้น และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับความคุ้มครอง จึงเป็นปัญหาว่าการบัญญัติกฎหมายดังกล่าวไม่สอดคล้องกับการคุ้มครองสิทธิของผู้ป่วยจิตเวช

2. ปัญหามาตรการทางกฎหมายสำหรับผู้ที่มีความผิดปกติทางจิตและได้กระทำความผิด (ผู้ป่วยคดี)

2.1 ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับผู้ป่วยคดีที่อยู่ในระหว่างการสอบสวนของพนักงานสอบสวนหรือระหว่างการไต่สวนมูลฟ้องของศาล ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 14 วรรคหนึ่ง มีเหตุควรเชื่อว่าผู้ต้องหาหรือจำเลยเป็นผู้วิกลจริตตามความเห็นของพนักงานแพทย์ผู้ตรวจ และในกรณีที่พนักงานสอบสวนหรือศาลเห็นว่า ผู้ต้องหาหรือจำเลยเป็นผู้วิกลจริต และไม่สามารถต่อสู้คดีได้ ให้งดการสอบสวน ไต่สวนมูลฟ้องหรือพิจารณาไว้จนกว่าผู้นั้นจะหายวิกลจริต หรือสามารถต่อสู้คดีได้ และให้มีอำนาจส่งตัวผู้นั้นไปยังโรงพยาบาลโรคจิต หรือมอบให้แก่ผู้อนุบาล ข้าหลวงประจำจังหวัด หรือผู้อื่นที่เต็มใจรับไปดูแลรักษาก็ได้ตามแต่จะเห็นสมควร ตามนัยมาตรา 14 วรรคสอง และหากภายหลังศาลได้มีการส่งฟ้องคดี และศาลได้มีคำพิพากษาว่า จำเลยมีความผิด จะนำระยะเวลาระหว่างการควบคุมตัวหรือส่งไปบังคับบำบัดรักษาอาการป่วยทางจิต มาหักกับโทษจำคุกตามคำพิพากษา ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 22 ประกอบกับพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 มาตรา 37 ได้หรือไม่

2.2 ปัญหาการบังคับจำเลยวิกลจริต ภายหลังจากต้องคำพิพากษาของศาล ให้จำคุก หรือคำพิพากษาให้ประหารชีวิต ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 246 และ 248 ประกอบกับพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 มาตรา 37 ซึ่งเป็นกฎหมายที่คุ้มครองสิทธิของจำเลย แม้ว่าจำเลยจะถูกจำคุกตามคำพิพากษา และถูกควบคุมตัวอยู่ในเรือนจำ

หรือต้องคำพิพากษาให้ประหารชีวิต หากภายหลังมีอาการป่วยทางจิตถึงขั้นวิกลจริตแล้ว กฎหมายได้กำหนดให้ทุเลาการบังคับโทษไว้ก่อน โดยเฉพาะโทษประหารชีวิต กฎหมายได้กำหนดให้รอการประหารชีวิตจำเลยไว้ก่อนจนกว่าจะหาย และขณะทุเลาการประหารชีวิต ศาลมีอำนาจใช้ดุลพินิจส่งตัวจำเลยไปบำบัดรักษาในโรงพยาบาลโรคจิตโดยไม่กำหนดเวลา และหากจำเลยที่ถูกบังคับบำบัดรักษาอาการป่วยทางจิตเวชเป็นระยะเวลานาน และไม่มีโอกาสที่จะหาย ผู้ป่วยถูกบังคับบำบัดรักษาโดยไม่มีกำหนดเวลาสิ้นสุด และกฎหมายที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ยังไม่มีความชัดเจนว่าบุคคลใดหรือองค์กรใดบ้างควรเป็นผู้มีความเห็น และมีอำนาจชี้ขาดว่า จำเลยวิกลจริต และไม่มีโอกาสหายป่วยทางจิต จึงเป็นปัญหาว่าบุคคลใดหรือองค์กรใดบ้างควรเป็นผู้ให้ความเห็นชี้ขาดว่าจำเลยวิกลจริตถึงขนาดไม่สามารถรู้ผิดชอบ หรือไม่สามารถบังคับตนเองได้ เพราะมีจิตบกพร่อง โรคจิต หรือจิตฟั่นเฟือน ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 65 และไม่มีโอกาสหาย และเป็นผู้มีคำสั่งหรือให้ความเห็นว่า ผู้ป่วยหรือจำเลยไม่อยู่ในฐานะจำเลยอีกต่อไป แต่ให้อยู่ในฐานะเป็นผู้ป่วยทางจิต และมีสิทธิได้รับการปล่อยตัว หรือให้อยู่ในการดูแลของโรงพยาบาลโรคจิต

ดังนั้น จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัญหามาตรการทางกฎหมายในการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวชที่เหมาะสมในการนำมาปรับใช้กับประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัญหามาตรการทางกฎหมายในการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวช
2. เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายในการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวชตามหลักสากล กฎหมายประเทศไทย และกฎหมายต่างประเทศ

3. เพื่อศึกษาหาแนวทางการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิของผู้ป่วยทางจิตเวช ที่เหมาะสมในการนำมาปรับใช้กับประเทศไทยต่อไป

นิยามศัพท์

ผู้ป่วยคดี หมายความว่า ผู้ป่วยที่อยู่ในระหว่างการสอบสวน ใต้สวนมูลฟ้องพิจารณาในคดีอาญาซึ่งพนักงานสอบสวน หรือศาลสั่งให้ได้รับตรวจหรือบำบัดรักษา รวมทั้งผู้ป่วยที่ศาลมีคำสั่งให้ได้รับการรักษาหลังมีคำพิพากษาในคดีอาญา

โรคจิต หมายความว่า โรคจิตใจที่มีความผิดปกติของความรู้สึก ความคิด อารมณ์ หรือพฤติกรรมอย่างแรง ถึงขนาดคุมสติไม่อยู่ เช่น มีอาการหลงผิด ประสาทหลอนวิกลจริตก็เรียก

วิกลจริต หมายความว่า มีความประหลาด หรือ กิริยาผิดปกติ เพราะสติวิปลาสเป็นบ้า

ความผิดปกติทางจิต หมายความว่า ความผิดปกติของจิตใจที่แสดงออกมาทางพฤติกรรม อารมณ์ ความคิด ความจำ สติปัญญา ประสาทการรับรู้ของจิตใจที่เกิดจากสุราหรือสารอื่นที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท

ภาวะอันตราย หมายความว่า พฤติกรรมที่บุคคลที่มีความผิดปกติทางจิต แสดงออกโดยประการที่น่าจะก่อให้เกิดอันตรายร้ายแรงต่อชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สินของตนเองหรือผู้อื่น

ความจำเป็นต้องได้รับการบำบัดรักษา หมายความว่า สภาพของผู้ป่วยซึ่งขาดความสามารถในการตัดสินใจให้ความยินยอมรับการบำบัดรักษา และต้องได้รับการบำบัดรักษาโดยเร็ว เพื่อป้องกันหรือบรรเทาไม่ให้เกิดความผิดปกติทางจิตทวีความรุนแรง หรือเพื่อป้องกันอันตรายที่จะเกิดขึ้นกับผู้ป่วยหรือบุคคลอื่น

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยศึกษามาตรการทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นมาตรการบังคับบำบัดรักษาบุคคลที่มีความผิดปกติทางจิต ที่ต้องได้รับการบำบัดรักษาเมื่อมีภาวะอันตราย และมีความจำเป็นต้องได้รับการบำบัดรักษา รวมทั้งในส่วนการคุ้มครองสิทธิของผู้ป่วยทางจิต ความรับผิดชอบทางอาญาของผู้กระทำความผิดปกติทางจิตตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 65 ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา 14 มาตรา 246 และ 248 และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ศึกษามาตรการทางกฎหมายที่ใช้กับบุคคลที่มีความผิดปกติทางจิตทั่วไป และผู้ป่วยคดีภายหลังจากที่ได้กระทำความผิดแล้ว โดยศึกษาเปรียบเทียบกับหลักการคุ้มครองตามมาตรฐานสากล เปรียบเทียบกลุ่มประเทศที่ใช้ระบบกฎหมายจารีตประเพณี (Common Law) ได้แก่ ประเทศสหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศที่ใช้ระบบกฎหมายลายลักษณ์อักษร (Civil Law) ได้แก่ ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และประเทศญี่ปุ่น เป็นหลัก

2. ด้านประชากรและตัวอย่าง

ประชากรประกอบด้วย (1) ผู้บริหารระดับสูง (2) ผู้บังคับใช้นโยบายและกฎหมาย (3) ผู้ป่วยทางจิตเวชที่พุดจาร์เรือและเคยเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลจิตเวช (4) ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากผู้ป่วยทางจิตเวช (5) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผู้ป่วยทางจิตเวชและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยทางจิตเวช ตัวอย่าง ประกอบด้วย (1) ผู้บริหารระดับสูงได้แก่ผู้บริหารสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุขจำนวน 3 คน ผู้บริหารกรมสุขภาพจิตกระทรวงสาธารณสุขจำนวน 6 คน คณะกรรมการสุขภาพจิตแห่งชาติ

จำนวน 2 คน (2) ผู้บังคับใช้นโยบายและกฎหมาย ได้แก่ ผู้อำนวยการหรือจิตแพทย์โรงพยาบาลในสังกัด กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุขจำนวน 7 คน นักจิตวิทยาหรือนักสังคมสงเคราะห์ในสังกัดกรมสุขภาพจิตกระทรวงสาธารณสุขจำนวน 7 คนพยาบาลวิชาชีพ (ด้านจิตเวช) โรงพยาบาลในสังกัดกรมสุขภาพจิตกระทรวงสาธารณสุขจำนวน 7 คนผู้อำนวยการกองนิติการสำนักปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จำนวน 1 คนพนักงานสืบสวนสอบสวน สำนักงานตำรวจแห่งชาติจำนวน 4 คนผู้พิพากษาศาลยุติธรรมจำนวน 2 คน (3) ผู้ป่วยทางจิตเวชที่พูดจา รู้เรื่องและเคยเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลจิตเวช จำนวน 5 คน (4) ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากผู้ป่วยทางจิตเวช จำนวน 5 คน และ (5) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผู้ป่วยทางจิตเวชและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยทางจิตเวชได้แก่ผู้พิพากษาศาลยุติธรรมจำนวน 1 คนพนักงานอัยการ จำนวน 1 คน ทนายความ จำนวน 1 คนอาจารย์คณะแพทยศาสตร์ด้านจิตเวช จำนวน 1 คนอาจารย์มหาวิทยาลัยจำนวน 1 คนนายแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิกรมสุขภาพจิตกระทรวงสาธารณสุขจำนวน 2 คน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางกฎหมายในการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวช
2. ทำให้ทราบถึงผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายในการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวชตามหลักสากล ตามกฎหมายไทยกับกฎหมายต่างประเทศ
3. ทำให้ทราบถึงแนวทางในการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวชที่เหมาะสมในการนำมาปรับใช้กับประเทศไทยต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีทางกฎหมายในการบังคับใช้วิธีการเพื่อความปลอดภัย

วิธีการเพื่อความปลอดภัยมีแนวความคิดว่า ควรจะศึกษาผู้กระทำผิดทุกคนเป็นรายบุคคล เพื่อจะได้เป็นแนวทางแก้ไขให้พวกเขาสามารถกลับตัวเข้ากับสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมของแต่ละคนแทนการจำขังก่อนตัดสิน

เพื่อป้องกันสังคมมิให้เกิดการกระทำความผิดขึ้นในอนาคตโดยเฉพาะ โดยเฟื่องเลี้ยงลักษณะหรือสภาพของบุคคลหรือสิ่งของที่เรียกว่า “สภาพที่เป็นอันตราย” ซึ่งอาจทำให้ได้ด้วยการตัดมิให้มีโอกาสกระทำความผิดอีก เช่น การควบคุมบุคคลวิกลจริตไว้ การกักกัน การปรับปรุงแก้ไข เช่น การรักษาผู้ติดยาเสพติด ผู้ติดสุรา เรื้อรัง การให้การศึกษาฝึกอาชีพแก่ผู้กระทำความผิดที่เป็นผู้เยาว์ซึ่งวิธีการเพื่อความปลอดภัย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ มาตรการที่เป็นการคุ้มครองให้ปลอดภัยจากการก่อเหตุร้าย ได้แก่การกักกันการห้ามเข้าเขตกำหนดการเรียกประกันพันธบัตรการห้ามประกอบอาชีพบางอย่าง และ (2) มาตรการที่เป็นการบำบัดแก้ไข หมายถึงมาตรการที่ต้องกระทำควบคู่กับการบำบัดรักษาผู้นั้น เพื่อให้สังคมมีความปลอดภัยจากผู้นั้น (Nanakorn, 2017)

2. ทฤษฎีป้องกันสังคม

คำว่า “ป้องกันสังคม” (Social Defence) มีที่มาจากประเทศอิตาลี และคำนี้ถูกนำไปใช้แพร่หลายในทฤษฎีของอาญาของประเทศทางภาคพื้นยุโรปและลาตินอเมริกา ปรากฏว่าได้รับการยอมรับเป็นอย่างมาก UthaiAthiwet (2015) ในการประชุมขององค์การสหประชาชาติ (United Nations) ในปี ค.ศ. 1948 ได้มีคำวินิจฉัยในเรื่องการป้องกันสังคมว่า เป็นการป้องกันอาชญากรรมและแก้ไขตัวผู้กระทำผิดไปในขณะเดียวกัน โดยเป็นการเพิ่มเติมแนวความคิดหลักขึ้นมาอีกประการหนึ่ง จากเดิมที่แนวความคิดมุ่งเฉพาะการ

ป้องกันสังคมจากสาเหตุของอาชญากรรมเท่านั้น และจากจุดนี้เอง จึงเริ่มก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ของแนวความคิดในการป้องกันสังคม

ทฤษฎีป้องกันสังคมยุคใหม่ แบ่งแยกแนวความคิดออกเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มแรก เป็นพวกที่ยึดถือในเรื่องพฤติกรรมต่อต้านสังคมของบุคคล กลุ่มนี้มีการนำเสนอให้ยกเลิกในเรื่องความรับผิดชอบในทางอาญา กฎหมายอาญาและโทษ โดยหันมาใช้พฤติกรรมต่อต้านสังคมและมาตรการเพื่อป้องกันพฤติกรรมของบุคคลดังกล่าวแทน ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการยกเลิกหลักในเรื่องความรับผิดชอบของบุคคลในทางอาญาตามแนวความคิดเดิมทั้งหมดส่วนกลุ่มที่สอง เป็นพวกที่ยึดถือแนวความคิดทฤษฎีป้องกันสังคมยุคใหม่ กลุ่มนี้เป็นที่ยอมรับกันมากกว่ากลุ่มแรกเพราะเน้นการยอมรับถึงสิทธิเสรีภาพของบุคคล โดยรัฐยังคงมีหน้าที่นำบุคคลที่กระทำความผิดกลับเข้าสู่สังคมจะมองข้ามสิทธิของบุคคลไม่ได้ และรัฐยังคงให้ความสำคัญในการจัดระเบียบเรียบร้อยในสังคม ด้วยการคงไว้ซึ่งกฎหมายอาญา ส่วนในเรื่องความรับผิดชอบต่อบุคคล เสรีภาพของบุคคล การลงโทษก็ยังคงมีอยู่เหมือนเดิม ทั้งนี้ เพื่อเป็นการผลักดันในการนำบุคคลกลับเข้าสู่สังคมต่อไป ซึ่งวิธีการนำบุคคลเข้าสู่สังคม (มาตรการต่างๆ) ก็ต้องมีวัตถุประสงค์เป็นหลักประกันสิทธิเสรีภาพของบุคคลจากอำนาจรัฐอีกด้วย

3. สิทธิของผู้ป่วยจิตเวชตามหลักสากล

สิทธิของผู้ป่วย หมายถึง ความชอบธรรมที่ผู้ป่วยจะพึงได้รับการบริการทางการแพทย์ เพื่อคุ้มครองหรือรักษาผลประโยชน์อันพึงมีพึงได้ของผู้ป่วยนั่นเอง และผู้ป่วยในที่นี้ นอกจากบุคคลที่เจ็บป่วยแล้ว ยังรวมถึงบุคคลปกติที่ได้รับการบริการทางการแพทย์และสาธารณสุขทุกประเภท เช่น การฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโรค

สิทธิของผู้ป่วยโดยทฤษฎีได้แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ 1) สิทธิทางจริยธรรม เป็นสิทธิโดยธรรมชาติที่เกิดขึ้นมาเป็นมนุษย์ เป็นหลักสากล ไม่ต้องบัญญัติไว้ ได้แก่

สิทธิที่รัฐต้องให้บริการทางการแพทย์ สิทธิให้บริการด้วยคุณภาพเท่าเทียมกัน และสิทธิที่จะเสียค่าบริการอย่างเหมาะสม และ 2) สิทธิทางกฎหมาย เป็นอำนาจที่มีความชอบธรรมโดยมีกฎหมายรับรองในทางสากลถือว่า สิทธิของผู้ป่วยเป็นส่วนหนึ่งของสิทธิมนุษยชน

ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights) ค.ศ. 1948 มาตรา 25 (1) ระบุว่า “บุคคลมีสิทธิได้รับมาตรฐานการครองชีพที่เพียงพอสำหรับสุขภาพ และความเป็นอยู่ดีกินดีของตนและครอบครัว รวมทั้งอาหารเครื่องนุ่งห่มที่อยู่อาศัย การรักษาพยาบาล บริการทางสังคมที่จำเป็น และสิทธิในการประกันการว่างงาน เจ็บป่วย พิการ เป็นหม้าย ชราภาพ หรือขาดปัจจัยในการดำรงชีพที่เกินความสามารถตน”

ในที่ประชุมสมัชชาขององค์การอนามัยโลก (World Health Assembly) ปี ค.ศ. 1970 มีมติว่า “สิทธิที่จะมีสุขภาพดี (The Right of Health) เป็นสิทธิพื้นฐานของสิทธิมนุษยชน และองค์การอนามัยโลกได้กำหนดสิทธิมนุษยชนด้านสุขภาพ (Health Aspects of Human Right with special Reference to Development in Medicine of World Health Organization) เมื่อปี ค.ศ. 1976 ไว้ 4 ประการ คือ 1) สิทธิของผู้ป่วยที่จะได้รับการเพื่อสุขภาพ 2) สิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตรวจรักษา อันประกอบด้วยสิทธิที่จะรู้ และสิทธิในการตัดสินใจ 3) สิทธิที่จะปฏิเสธการรักษา 4) สิทธิส่วนบุคคลที่จะได้รับการปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับการเจ็บป่วยไว้เป็นความลับ (Likhitlesuang, 1999)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Sangruksa (2015) ศึกษาเรื่องความสามารถในการต่อสู้คดีของผู้ป่วยนิติจิตเวชผลการศึกษาพบว่า ผู้ป่วยนิติจิตเวชส่วนใหญ่ มีอายุช่วง 21-40 ปี สถานภาพโสด จากระดับประถมศึกษา การวินิจฉัย

Schizophrenia ร้อยละ 60.6 อัตราความสามารถในการต่อสู้คดีจนกระทั่งศาลพิพากษา พบร้อยละ 73.4 อัตราการป่วยซ้ำจนไม่สามารถต่อสู้คดีได้ หลังจากจำหน่าย พบร้อยละ 26.4 สาเหตุ พบว่า ส่วนใหญ่ขาดการรักษาด้วยยาทางจิตเวชอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 9.5 และเสพยาบ้า หรือตีมีสุรา ภายหลังได้รับการประกันตัวร้อยละ 4.8 ระยะเวลาเฉลี่ยในการต่อสู้คดีหลังจำหน่ายออกจากสถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์ ถึงวันที่ศาลพิพากษาส่วนใหญ่อยู่ภายใน 180 วัน ร้อยละ 51 การดำเนินคดีหลังจำหน่ายของพนักงานสอบสวน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการต่อสู้คดีร้อยละ 91.2 และต่อสู้คดีไม่ได้ถาวร ร้อยละ 2.9 ซึ่งพบในรายที่วินิจฉัย Schizophrenia การกลับมารักษาซ้ำระหว่างถูกดำเนินคดีพบ ร้อยละ 5.9 เนื่องจากรับประทานยาไม่ต่อเนื่อง และส่งกลับมารับการรักษาตามคำแนะนำของศาล ร้อยละ 3 เท่ากัน ระยะเวลาเฉลี่ยในการต่อสู้คดี หลังจำหน่ายออกจากสถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์ ภายใน 1 สัปดาห์ ค่ามัธยฐานเท่ากับ 2 วัน ผลการวิจัยนี้ เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแผนการดำเนินการจัดบริการจิตเวชในเรือนจำ ตลอดจนญาติเองควรดูแลให้ผู้ป่วยได้รับการรักษาอย่างต่อเนื่อง และเฝ้าระวังการใช้สารเสพติด กรณีผู้ป่วยได้รับการประกันตัว

Viljoen, Roesch and Zapf (2002) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการต่อสู้คดี ความสามารถในการตอบคำถามอย่างมีวัตถุประสงค์ ในผู้ป่วยที่มีพยาธิสภาพจิต โดยศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการดำเนินตามกระบวนการยุติธรรมของจำเลย 212 คน ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มป่วยเป็นโรคจิต 44 คน โรคเกี่ยวกับอารมณ์ 42 คน ติดสารเสพติด 54 คน และกลุ่มที่ไม่ได้วินิจฉัยป่วยเป็นโรคทางจิตเวช 72 คน พบว่า จำเลยที่เริ่มป่วยเป็นโรคจิตมีความบกพร่องมากกว่ากลุ่มอื่น ในด้านความเข้าใจในการซักถามอย่างมีวัตถุประสงค์

กระบวนการยุติธรรม ผลที่ตามมาในกระบวนการยุติธรรมและความสามารถสื่อสารตามคำแนะนำ นอกจากนี้ จำเลยที่ป่วยเป็นโรคจิตมีข้อจำกัดในการประเมินการทำนายความสามารถในการต่อสู้คดี ส่วนจำเลยที่ไม่ได้รับการวินิจฉัยว่าป่วยเป็นโรคจิตมีความบกพร่องด้านกฎหมายในอัตราสูง

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในงานวิจัย

1. ศึกษามาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิของผู้ป่วยทางจิตเวชทั่วไป และผู้ป่วยคดีตามหลักสากลขององค์การอนามัยโลก กฎหมายของต่างประเทศและกฎหมายของไทย
2. ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการหรือขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิของผู้ป่วยจิตเวชทั่วไปและผู้ป่วยคดี
3. ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิของผู้ป่วยจิตเวชทั่วไป และผู้ป่วยคดี
4. ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนา แก้ไขและปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิของผู้ป่วยทางจิตเวชทั่วไป และผู้ป่วยคดีของประเทศไทย ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพและใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 วิธีการ ดังนี้

1. การค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมเอกสารข้อมูลทางกฎหมายจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เอกสารทางวิชาการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายในการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิต และศึกษากฎหมายของต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับกฎหมายประเทศไทย

2. การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เพื่อต้องการแสวงหาคำตอบของปัญหาทฤษฎีและการสร้างแนวทางที่เหมาะสมกับการพัฒนาแก้ไขปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับมาตรการบังคับรักษาผู้ป่วยทางจิตเวชที่ต้องการข้อมูลที่แม่นยำ กลุ่มเล็กจึงต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้ข้อมูล ต้องอาศัยการสัมภาษณ์เพราะการสัมภาษณ์มีความยืดหยุ่นผู้สัมภาษณ์มีโอกาสอธิบายขยายความหรือซักถามคำถามเพิ่มเติมต่อกันเพื่อให้ผู้ตอบเข้าใจจุดประสงค์ชัดเจน

3. การสนทนากลุ่ม (Focus group) ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดการสนทนากลุ่มโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีส่วนเกี่ยวข้องจัดทำร่างกฎหมายแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 และกำหนดเป็นประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่มเพื่อสร้างแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับมาตรการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิต

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. ศึกษาปัญหามาตรการทางกฎหมายในการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวช

1.1 ผู้ป่วยจิตเวชทั่วไป

1) ปัญหาค่านิยมคำว่า “ความผิดปกติทางจิต” ว่าบุคคลใดมีความผิดปกติทางจิตหรือไม่พบว่ายังมีความเข้าใจไม่ตรงกันระหว่างองค์กรทางการแพทย์กับบุคลากรในกระบวนการยุติธรรม เช่น พนักงานสอบสวน พนักงานอัยการ และผู้พิพากษา ซึ่งทำให้การวินิจฉัยทางกฎหมายแตกต่างกันได้ โดยเฉพาะในส่วนของผู้ป่วยคดีนั้น จิตแพทย์และศาลคงใช้หลักการเดียวกัน แต่ด้วยเหตุผลใด แนวคำพิพากษาของศาลมักจะไม่เห็นพ้องกับความเห็นของจิตแพทย์

2) ปัญหาจำนวนคณะกรรมการสถานบำบัดรักษาและการขาดแคลนบุคลากร ด้านสาธารณสุข พบว่า ปัญหาทางกฎหมายได้กำหนดให้มีคณะกรรมการสถานบำบัดรักษาแต่ละแห่งไว้เพียงหนึ่งคณะ ซึ่งยังไม่มีความสอดคล้องกับจำนวนผู้ป่วยจิตเวชและโรงพยาบาลจิตเวชขนาดใหญ่ ประกอบกับยังมีความขาดแคลนบุคลากรด้านสาธารณสุข เช่น จิตแพทย์ พยาบาลจิตเวช มีไม่เพียงพอ หรือโรงพยาบาลบางแห่งไม่มีเลย เช่น โรงพยาบาลขนาดเล็กในชนบท เป็นต้น

3) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนเกี่ยวกับผู้ป่วยจิตเวช พบว่า ในปัจจุบันปรากฏว่าตามสื่อต่างๆ ได้นำเสนอข่าวสารของผู้ป่วยจิตเวชถึงปัญหาความรุนแรงของผู้ป่วยที่มีพฤติกรรมรุนแรง ซึ่งเป็นส่วนน้อยของผู้ป่วยหรือเกินความเป็นจริง เพื่อกลั่นแกล้งผู้ป่วยหรือบุคคลในครอบครัวทำให้เกิดการกระหน่ำตีตราส่วนบุคคลของผู้ป่วยทางจิตเวชและตามกฎหมายยังไม่มียกเว้นโทษที่แน่ชัด

4) ปัญหาองค์กรกำกับดูแลในส่วนการฟื้นฟูสมรรถภาพของผู้ป่วยทางจิตเวช พบว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการฟื้นฟูผู้ป่วยจิตเวช คือ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ แต่กฎหมายยังไม่มีความชัดเจน และไม่ได้กำหนดหน่วยงานหลักเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงกับการดำเนินการฟื้นฟูสมรรถภาพของผู้ป่วยจิตเวช ภายหลังจากออกจากสถานบำบัดหรือโรงพยาบาลจิตเวชไปแล้ว และจำเป็นต้องมีสถานที่บำบัดรักษาตลอดจนบุคลากรผู้รับผิดชอบและงบประมาณอย่างเพียงพอและเหมาะสม

5) การอุทธรณ์คำสั่งการบังคับบำบัดรักษาอาการป่วยทางจิตเวช พบว่า การให้องค์กรสององค์กรพิจารณาเรื่องที่มีมูลเดียวกัน อาจทำให้การวินิจฉัยชี้ขาดแตกต่างกันได้ จึงควรให้องค์กรใดองค์กรหนึ่งเพียงองค์กรเดียวเป็นผู้พิจารณาและมีคำสั่ง แม้ว่า จะไม่เป็นการซ้ำซ้อนของการใช้สิทธิของกฎหมายได้ ทั้ง 2 ทางก็ตาม

6) อำนาจของเจ้าพนักงานเจ้าหน้าที่ที่เข้าไปในเคหสถาน หรือสถานที่ใดๆ เพื่อนำตัวผู้ป่วยทางจิตไปบังคับรักษาอาการป่วย แม้ว่าการเข้าไปยังเคหสถานหรือสถานที่ใดๆ ของผู้ป่วยหรือบุคคลอื่นเป็นการล่วงล้ำหรือกระทบสิทธิส่วนบุคคลของผู้ป่วยหรือบุคคลอื่นก็ตาม แต่เนื่องจากการกระทำของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย เป็นการกระทำทางปกครอง จำเป็นต้องรักษาผลประโยชน์สาธารณะของส่วนรวมเป็นหลัก แม้ว่าเป็นการกระทบสิทธิเอกชนอยู่บ้างก็ตาม และในขณะเดียวกันพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานย่อมต้องได้รับความคุ้มครองด้วย

1.2 ผู้ป่วยคดี พบว่า ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับผู้ป่วยคดีที่ถูกควบคุมอยู่ในระหว่างการสอบสวนของพนักงานสอบสวน และระหว่างการไต่สวนมูลฟ้องของศาล จะนำระยะเวลาที่ถูกควบคุมตัว มาหักกับโทษจำคุกตามคำพิพากษาในภายหลัง ซึ่งกฎหมายยังไม่มีความชัดเจนรวมทั้งเรื่องของการบังคับโทษจำเลยวิกลจริตภายหลังต้องคำพิพากษาของศาลอันถึงที่สุดให้จำคุกหรือประหารชีวิต พบว่า ยังไม่ชัดเจนว่าบุคคลใดหรือองค์กรใดควรเป็นผู้ให้ความเห็นว่าจำเลยวิกลจริตถึงขนาดไม่มีความรู้รับผิดชอบหรือบังคับตนเองได้

2. ผลการเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายในการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตเวช ตามหลักสากล กฎหมายประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศ
ผลการวิจัยพบว่า ประเทศไทยมีกฎหมายเฉพาะและที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยจิตเวช 4 ฉบับได้แก่พระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติควบคุมการขอทาน พ.ศ. 2559 (เฉพาะมาตรา 15) ประมวลกฎหมายอาญาและประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

ส่วนกฎหมายต่างประเทศ พบว่า สหรัฐอเมริกามีกฎหมายสุขภาพจิตในแต่ละมลรัฐบังคับใช้สหราชอาณาจักรมีพระราชบัญญัติสุขภาพจิต ค.ศ. 1983 และฉบับแก้ไข ค.ศ. 2007 มีกฎหมายเฉพาะบังคับ

ญี่ปุ่นมีกฎหมายเฉพาะบังคับใช้ ได้แก่พระราชบัญญัติสุขภาพจิต ค.ศ. 1988 และพระราชบัญญัติบำบัดทางการแพทย์และควบคุมดูแลบุคคลวิกลจริตที่ก่อให้เกิดอันตรายอย่างร้ายแรง ค.ศ. 2003 ในขณะที่สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีไม่มีกฎหมายเฉพาะ แต่ปรากฏตามประมวลกฎหมายอาญาเยอรมัน ค.ศ. 1975

3. หาแนวทางการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิของผู้ป่วยทางจิตเวชที่เหมาะสมในการนำมาปรับใช้กับประเทศไทยต่อไป ผลการวิจัยพบว่า ผู้วิจัยได้เสนอแนะให้ปรับปรุงการบังคับใช้กฎหมายให้มีการรับรองคุ้มครองถึงสิทธิของผู้ป่วยทางจิตเวชทั่วไปและผู้ป่วยคดีและเห็นสมควรที่จะต้องแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 ในเรื่องเกี่ยวกับบทนิยามและคำจำกัดความผู้ป่วยทางจิตที่แตกต่างจากประมวลกฎหมายอาญาซึ่งยังขาดความชัดเจนเพราะกฎหมายแต่ละฉบับมีวัตถุประสงค์เน้นการคุ้มครองสิทธิในแง่มุมที่ต่างกันเห็นควรปรับปรุงในเรื่องการพิจารณาว่าบุคคลใดควรได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายมากกว่าและเห็นว่าในส่วนของผู้ป่วยจิตเวชทั่วไปสมควรที่จะแก้ไขกฎหมายซึ่งเดิมกำหนดให้มีคณะกรรมการสถานบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตแห่งละเพียงหนึ่งคณะโดยให้เพิ่มจำนวนคณะกรรมการสถานบำบัดรักษามากกว่าหนึ่งคณะในโรงพยาบาลจิตเวชขนาดใหญ่ที่มีบุคลากรด้านสาธารณสุขพร้อมอยู่แล้วและเห็นควรให้มีบทลงโทษที่ชัดเจนสำหรับผู้ที่มิเจตนาแนะนำเสนอข่าวที่เกินความเป็นจริงหรือมิเจตนาถั่นแกล้งผู้ป่วยและครอบครัวให้ได้รับความเสียหายในส่วนขององค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบในการฟื้นฟูสมรรถภาพของผู้ป่วยจิตเวชควรจะต้องมีการกำหนดหน่วยงานผู้รับผิดชอบให้ชัดเจนซึ่งเดิมไม่ได้กำหนดไว้และเห็นว่าในเรื่องการใช้สิทธิในการอุทธรณ์คำสั่งการบังคับบำบัดรักษาผู้ป่วยทางจิตที่ซ้ำซ้อนนั้นจะต้องใช้กฎหมายสุขภาพจิตเท่านั้นซึ่งเป็นกฎหมายเฉพาะโดยตรงและเป็นที่ยุติอีกทั้งการให้

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ป่วยจิตเวชทั่วไป

1.1 บทนิยาม และคำจำกัดความผู้ป่วยทางจิต ทั้งในประมวลกฎหมายอาญา กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา และพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 และนิยามทางการแพทย์มีแตกต่างกันควรปรับปรุงในเรื่องการพิจารณาว่าบุคคลใดควรได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายมากกว่า โดยส่วนนี้อาจเอาระบบการจำแนกทางจิตเวชมาใช้ในการสื่อสารระหว่างแพทย์กับนักกฎหมาย วิธีการดังกล่าวจะช่วยให้ความเข้าใจระหว่างแพทย์กับนักกฎหมายตรงกัน และง่ายต่อการวินิจฉัยว่าเป็นกรณีที่ควรได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายหรือไม่ และยังทำให้บุคคลที่มีอาการป่วยทางจิตบางประเภทที่ไม่ได้รับความคุ้มครอง เนื่องจากถ้อยคำตามกฎหมายครอบคลุมไปไม่ถึงกลับมาได้รับความคุ้มครองตามวัตถุประสงค์ของกฎหมาย นอกจากนี้ ยังทำให้กฎหมายมีความครอบคลุมและทันสมัยอยู่เสมอ สามารถบังคับใช้ได้ แม้ว่าในอนาคตจะมีการค้นพบโรคทางจิตเวชชนิดใหม่ขึ้นมาก็ตาม

1.2 จำนวนคณะกรรมการสถานบำบัดรักษา และการขาดแคลนบุคลากรด้านสาธารณสุข ควรเพิ่มจำนวนคณะกรรมการสถานบำบัดรักษาให้มากกว่าหนึ่งคณะและรัฐบาลควรมีนโยบายเร่งด่วนในการผลิตหรือเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านการแพทย์หรือด้านสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องและมีแผนรองรับ รวมทั้งจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอต่อไป

1.3 การนำเสนอข่าวสารของสื่อต่างๆ เกี่ยวกับสิทธิส่วนบุคคลที่จะได้รับการปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับการเจ็บป่วยไว้เป็นความลับ ควรให้มีบทลงโทษที่ชัดเจนไว้ในกฎหมายเฉพาะสำหรับผู้ที่นำเสนอข่าวที่เกินความเป็นจริง หรือเจตนากลั่นแกล้งผู้ป่วยและครอบครัวให้ได้รับความเสียหาย โดยการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นกฎหมายเฉพาะ ในหมวด 6 ว่าด้วยบทกำหนดโทษ มาตรา 50 ซึ่ง

ได้บัญญัติบทลงโทษไว้แล้วในวรรคหนึ่ง และวรรคสอง แต่ยังไม่ครอบคลุม จึงขอแก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 50 วรรคสาม โดยการเพิ่มวรรคสาม มีข้อความ ดังนี้ “ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่ง และวรรคสองได้กระทำโดยเกินความเป็นจริงหรือกลั่นแกล้งให้บุคคลอื่นต้องถูกบังคับเข้ารับการรักษาทางสุขภาพจิต หรือก่อให้เกิดผลกระทบต่ออาการดำรงชีพของผู้ป่วย หรือครอบครัว ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

1.4 องค์กรกำกับดูแลในส่วนการฟื้นฟูสมรรถภาพของผู้ป่วยทางจิตเวช ควรกำหนดหน่วยงานผู้รับผิดชอบในเรื่องดังกล่าวในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผู้รับผิดชอบตามภารกิจโดยตรง ได้แก่ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และให้หน่วยงานส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบ ได้แก่ จังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น องค์กรการบริหารส่วนตำบล เป็นต้น ที่จะต้องสนับสนุนให้บุคคลที่มีอาการป่วยทางจิตได้รับการรักษาพยาบาล และฟื้นฟูสมรรถภาพ รวมทั้งให้การศึกษาและจัดสวัสดิการให้แก่บุคคลเหล่านี้ที่มีอาการป่วยดีขึ้น

1.5 การอุทธรณ์คำสั่งการบังคับบำบัดรักษาอาการป่วยทางจิตเวชควรให้องค์กรเพียงองค์กรเดียวเป็นผู้พิจารณาและมีคำสั่งและให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นกฎหมายเฉพาะโดยตรงและเป็นที่ยุติ

1.6 อำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่เข้าไปในเคหสถานหรือสถานที่ใดๆ เพื่อนำตัวผู้ป่วยจิตเวชไปบังคับบำบัดรักษา ควรปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 มาตรา 46 เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ป่วยและพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้เพิ่มเติมมีสาระสำคัญว่า “หน่วยงานของรัฐจะต้องให้ความคุ้มครองพนักงานเจ้าหน้าที่ ตลอดจนบุคคลที่

เข้าไปดำเนินการร่วมกับพนักงานเจ้าหน้าที่ กรณีได้รับผลกระทบหรือเกิดความเสียหาย”

2. ผู้ป่วยคดี

2.1 ควรปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติสุขภาพจิต พ.ศ. 2551 และกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้แก่ ประมวลกฎหมายอาญา และประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาในส่วนของผู้ป่วยคดี เพื่อให้มีความชัดเจนในการนับระยะเวลาการควบคุม หรือคุมขังในชั้นพนักงานสอบสวน หรือไต่สวนมูลฟ้องของศาล หรือระยะเวลาบังคับบำบัดรักษาในโรงพยาบาลจิตเวช เป็นระยะเวลาที่จะนำมาหักกับโทษคุมขังหรือโทษจำคุกตามคำพิพากษาหรือโทษปรับที่ได้มีคำพิพากษาอันถึงที่สุดภายหลัง

2.2 ควรปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการบังคับโทษจำเลยวิกลจริตภายหลังต้องคำพิพากษาของ

ศาลอันถึงที่สุดให้จำคุกหรือโทษประหารชีวิต โดยให้ยึดหลักสิทธิมนุษยชน และการรักษาอาการป่วยทางจิตเวชอย่างต่อเนื่อง

2.3 บุคคลหรือองค์กรที่จะมีความเห็นเสนอต่อศาลนั้น ควรจะเป็นผู้ที่มีความรู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผู้ป่วยทางจิตเวชโดยตรง และต้องเป็นทีมสหวิชาชีพทางคลินิก เป็นผู้ตรวจให้ความเห็นเสนอต่อศาลผู้พิจารณาคดี และจะต้องกำหนดบุคคลหรือองค์กรผู้พิจารณาให้ความเห็นในรูปขององค์กรอิสระ โดยจะต้องกำหนดไว้อย่างชัดเจน และองค์คณะผู้ตรวจวินิจฉัยทางนิติจิตเวช จะต้องมียุติประกอบ (1) จิตแพทย์ระดับเชี่ยวชาญ 2 คนขึ้นไป (2) พยาบาลจิตเวช 1 คนขึ้นไป (3) นักจิตวิทยาหรือนักสังคมสงเคราะห์ 1 คนขึ้นไป (4) นักอาชีวบำบัด 1 คนขึ้นไป และ (5) นักกฎหมาย 1 คนขึ้นไป

การอ้างอิง

- กรมสุขภาพจิต. (2557). *สรุปผลการดำเนินงานส่วนเลขาการคณะกรรมการสุขภาพจิตแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2557*. กรมสุขภาพจิต.
- กรมสุขภาพจิต. (2560). *รายงานประจำปีกรมสุขภาพจิต ปีงบประมาณ 2560*. Retrieved from: https://www.dmh.go.th/download/Ebooks/Annual_report_2017.pdf
- คณิต ฅ นคร. (2560). *กฎหมายอาญา ภาคทั่วไป (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. วิญญูชน.
- ประทักษิ ลิขิตเลอสรวง. (2542). สิทธิของผู้ป่วยจิตเวช. *วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย*, 44(4), 361-369.
- สุพรรณิ แสงรักษา. (2558). *รายงานการวิจัย เรื่อง ความสามารถในการต่อสู้คดีของผู้ป่วยนิติจิตเวช*. สถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต.
- อุทัย อาทิวะ. (2558). *ทฤษฎีอาชญาวิทยากับกระบวนการยุติธรรมทางอาญา (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. วี. เจ. พรินติ้ง.

References

- Athiwet, U. (2015). *Criminology Theory and Criminal Justice* (2nd ed.). V. J. Printing. [In Thai]
- Department of Mental Health. (2017). *Annual Report 2017*. Retrieved from: https://www.dmh.go.th/download/Ebooks/Annual_report_2017.pdf [In Thai]
- Department of Mental Health. (2014). *Summary of the Secretariat of the National Mental Health Committee Fiscal Year Year 2014*. Department of Mental Health. [In Thai]
- Likhitlesuang, P. (1999). The Rights of Psychiatric Patients. *Journal of the Psychiatric Association of Thailand*, 44(4), 361-369. [In Thai]
- Nanakorn, K. (2017). *General Criminal Law* (6th ed.). Vinyoochon. [In Thai]
- Sangruksa, S. (2015). *The research report on the ability to fight cases of forensic psychiatric patients*. Galyarajanagarindra Institute, Department of Mental Health. [In Thai]
- Viljoen, J. L., Roesch, R., & Zapf, P. A. (2002). An examination of the Relationship between Competency to stand trial, Competency to waive Interrogation rights, and Psychopathology. *Law and Human Behavior*, 26(5), 481-506.

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพ ของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา

สุวัฒน์ วิวัฒน์านนท์¹ ปัญญา ศิริโชติ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพ เพื่อพัฒนาและประเมินประสิทธิผลของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. สมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาที่เหมาะสม คือ การวางแผน การจัดการ การประสานงาน และการประเมินองค์ประกอบสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพ มีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

2. หลักสูตรฝึกอบรมที่จำเป็น มีองค์ประกอบ (1) หลักการและเหตุผล (2) แนวคิดการพัฒนาและเป้าหมาย (3) จุดมุ่งหมาย (4) โครงสร้างของหลักสูตร (5) กิจกรรมการฝึกอบรมและระยะเวลา (6) สื่อประกอบการฝึกอบรม และ (7) การวัดและประเมินผล สำหรับเอกสารประกอบการใช้หลักสูตรฝึกอบรม มีองค์ประกอบ (1) บทนำ (2) แนวทางการดำเนินการฝึกอบรม และ (3) แผนการจัดกิจกรรมฝึกอบรม หลักสูตรและเอกสารประกอบการฝึกอบรม มีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดและมีค่าความสอดคล้อง CVI เท่ากับ .80

3. หลักสูตรมีประสิทธิภาพเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ สมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพและเจตคติของผู้เข้ารับการอบรมมีค่าเฉลี่ยหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: หลักสูตรฝึกอบรม; สมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพ; หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

สุวัฒน์ วิวัฒน์านนท์ และ ปัญญา ศิริโชติ. (2563). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา. *วารสารดุขุภีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 179-196.

^{1,2} คณะศิลปศาสตร์และศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยปทุมธานี

140 หมู่ 4 ถนนติวานนท์ ต.บ้านกลาง อ.เมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 12000, ประเทศไทย

อีเมล: 617suwat@gmail.com

The Development of Training Program for Improving Efficiency of Quality Management System Utilized by Head of Academic Department in Secondary School

Suwat Viwattananon¹ Punya Sirichot²

Abstract

The objective of this research is to study the needs of developing a quality management system for enhancing and evaluating the quality-improvement training program for improving efficiency of quality management system utilized by head of academic department in secondary school. The study was conducted by adopting the mixed-methods research.

The research found that;

1. The efficiency of quality management system of head of academic department in secondary school are planning, organizing, cooperating and assessing. Moreover, the components reflecting competency of quality management system overall were rated as high in every aspects,

2. The elements required in training program included (1) background of rational criteria (2) concept and goal (3) objective (4) curriculum framework (5) scheduled activity and duration (6) instructional media, and (7) evaluation. For the training instruction, it should consist of (1) preface (2) training program development guideline, and (3) course syllabus and worksheet. The finding showed the overall appropriateness as high and Content Validity Index (CVI) as equal to .80.

3. The curriculum was considered practical in developing and enhancing the efficiency of quality management system of the population, showing higher Arithmetic Mean after joining the training statistically significant as .05.

Keywords: Training Program; Efficiency of Quality Management System; Head of Academic Department

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Viwattananon, S., & Sirichot, P. (2020). The development of training program for improving efficiency of quality management system utilized by head of academic department in Secondary School. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 179-196.

^{1,2} Faculty of Liberal Arts and Education, Pathumthani University

140 Moo 4, Tiwanon Road, Baan Klang, Muang District, PathumThani 12000, Thailand

Email: 617suwat@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นสถานศึกษาที่มีหน้าที่ในการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาเยาวชนให้ได้รับการศึกษาเพื่อพัฒนาร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตรและความต้องการของชุมชนและสังคม สำหรับบทบาทหน้าที่ของโรงเรียนเป็นไปตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2546 มาตรา 34 โดยมีผู้อำนวยการโรงเรียนเป็นผู้บังคับบัญชาการบริหารจัดการมีลักษณะเหมือนหน่วยงานราชการโดยทั่วไปที่ต้องอาศัยบุคลากรต่างๆ ร่วมมือกันปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุตามบทบาทหน้าที่โดยจัดโครงสร้างด้านภาระงานออกเป็นกลุ่มงาน เช่น วิชาการ งบประมาณงานบุคคล บริหารทั่วไป และกลุ่มแผนงานและนโยบาย กลุ่มงานบริหารจะแบ่งงานย่อยออกไปตามสภาพความเหมาะสม ของแต่ละโรงเรียน และทุกโรงเรียนจะต้องกำหนดงานที่อยู่ในโครงสร้าง คือ งานกลุ่มสาระการเรียนรู้ซึ่งมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบที่สำคัญในการขับเคลื่อนกลยุทธ์จุดเน้นในการพัฒนาผู้เรียนด้านต่างๆ เพื่อจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์มีคุณภาพตามมาตรฐานดังนั้นหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้จึงต้องเป็นครูที่มีสมรรถนะที่จำเป็นและเหมาะสมในการนำการเปลี่ยนแปลง มีความสามารถในการสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ มีทักษะในการวางแผนและการจัดการซึ่งจะสอดคล้องเชื่อมโยงกับนโยบายของโรงเรียนและหน่วยงานระดับสูง รวมทั้งต้องมีหน้าที่ในการจัดการเรียนรู้เป็นผู้นำทางวิชาการและเป็นต้นแบบที่ดีในโรงเรียน และยังคงต้องเป็นผู้ที่จะช่วยให้การสร้างกรอบความคิด พฤติกรรม ความเชื่อ ทศนคติของครูในกลุ่มสาระการเรียนรู้ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในสถานการณ์ปัจจุบันโรงเรียนมัศึกษามีข้าราชการครูเกษียณอายุเป็นจำนวนมากซึ่งเป็นครู

อาวุโสมีความรู้และประสบการณ์สูงมากและมีบทบาทหน้าที่ในโรงเรียนเป็นหัวหน้างานหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ปัจจุบันโรงเรียนต่างๆ ได้รับการบรรจุครูผู้ช่วยทดแทนบางโรงเรียนเป็นครูรุ่นใหม่เกือบทั้งหมดซึ่งมีความอาวุโสและประสบการณ์ยังน้อยแต่ก็จำเป็นที่จะต้องมอบหมายบทบาทหน้าที่ให้เป็นหัวหน้างานและหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ ประกอบกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 ได้กำหนดหลักการแนวทางการจัดการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาครูอาจารย์และบุคลากรทางการศึกษาให้พัฒนาอย่างต่อเนื่องให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เหมาะสมกับการเป็นวิชาชีพชั้นสูง ดังนั้นหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้จึงต้องมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติและมีสมรรถนะการบริหารจัดการในกลุ่มสาระการเรียนรู้ เพื่อร่วมกันดำเนินการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนไปสู่เป้าหมายที่กำหนด

ฉะนั้นจึงได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาเพื่อพัฒนาครูให้มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่และมีสมรรถนะในการบริหารงานและเตรียมความพร้อมให้ครูและหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ปฏิบัติหน้าที่การบริหารงานของโรงเรียนมัธยมศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา
2. เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา

3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา

นิยามศัพท์

หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ หมายถึง มวลประสบการณ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อการพัฒนาเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา

สมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพ หมายถึง ความรู้ ทักษะและความสามารถของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในการบริหารจัดการกลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาใน 4 ด้าน ประกอบด้วย

1. **ด้านการวางแผน** หมายถึง การกำหนดเป้าหมาย แผนงาน แนวทาง การดำเนินงาน การจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตร ส่งเสริมพัฒนางาน และทักษะทางวิชาการ การนิเทศงานการสอน ติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานในกลุ่มสาระการเรียนรู้และจัดทำรายงานและสารสนเทศตามที่ได้รับมอบหมาย

2. **ด้านการจัดการ** หมายถึง การจัดดำเนินงานตามแผนงานที่กำหนดมอบหมายบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการจัดการเรียนการสอน การส่งเสริมพัฒนางานและบทบาทหน้าที่อื่นๆ ตามสภาพและความเหมาะสมของกลุ่มสาระการเรียนรู้

3. **ด้านการประสานงาน** หมายถึง การติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้และผู้เกี่ยวข้อง แสวงหาความช่วยเหลือร่วมมือในการส่งเสริมพัฒนางานให้บรรลุเป้าหมาย

4. **ด้านการประเมิน** หมายถึง การติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลการปฏิบัติงานจัดการเรียนการสอน และกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาทักษะทางวิชาการให้เป็นไปตามหลักสูตรและแผนงานกำหนดไว้ จัดทำสารสนเทศและรายงานต่างๆ

หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ หมายถึง ครูที่ได้รับการมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ดูแลบริหารจัดการกลุ่มสาระการเรียนรู้เพื่อจัดการเรียนการสอนและพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนเป็นกลุ่มวิชา 8 กลุ่ม และครูที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นรองหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ด้วย

ขอบเขตของการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ศึกษาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้และสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพด้านการวางแผน ด้านการจัดการ ด้านการประสานงาน และด้านการประเมิน

2. **ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง** ศึกษาจากผู้อำนวยการโรงเรียน ผู้ช่วยผู้อำนวยการโรงเรียน หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ที่มีโรงเรียนตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 7 เขตพื้นที่การศึกษา โรงเรียน จำนวน 384 โรงเรียน จำนวนประชากร 4,992 คนใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) ได้ขนาดตัวอย่าง 420 คน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา

2. การเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ จะช่วยให้การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัศึกษามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. การเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ตามหลักสูตรฝึกอบรมนี้ใช้พัฒนาครูเพื่อเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ได้ในอนาคต

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดพื้นฐานหลักสูตรฝึกอบรมหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาเป็นหลักสูตรที่สนองต่อความต้องการจำเป็นของการพัฒนา ครู หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงจากการบรรจุข้าราชการครูผู้ช่วยทดแทนครูอาวุโสซึ่งมีประสบการณ์ได้เกษียณอายุราชการเป็นจำนวนมาก เป็นหลักสูตรที่สร้างองค์ความรู้ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมและได้แนวทางเพื่อนำไปสู่อุปกรณ์ปฏิบัติในโรงเรียนเป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นกิจกรรมสอดคล้องกับลักษณะสภาพของผู้เข้ารับการฝึกอบรมและเมื่อผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ผ่านกระบวนการกิจกรรมแล้วกลับไปปฏิบัติงานในโรงเรียนได้มีโอกาสเรียนรู้ปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมเกิดทักษะประสบการณ์ต่อเนื่องและยังเป็นหลักสูตรฝึกอบรมที่ติดตามประเมินความพึงพอใจต่อผู้ผ่านการฝึกอบรมจากผู้เกี่ยวข้องอีกด้วย

หลักการแนวคิดการฝึกอบรมการฝึกอบรมเป็นกิจกรรมที่สำคัญและจำเป็นในการพัฒนาครูด้วยกระบวนการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบเพื่อพัฒนาเปลี่ยนแปลงแก้ไขทัศนคติ ความรู้ หรือความชำนาญการให้ดีขึ้นโดยผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ในเรื่องนั้นๆ จนสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมหรือเจตคติได้อย่างมีประสิทธิภาพที่จะช่วยให้ครูมีคุณภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

การจัดการเรียนรู้ของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาอาศัยหลักปรัชญาการศึกษาของกลุ่มพัฒนาการนิยม (progressivism) ที่เชื่อว่ามนุษย์แต่ละคนมีความสามารถในการพัฒนาตนเองได้จากสิ่งที่มีอยู่ในตัวตนของมนุษย์และจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมนั้นๆ

แนวทางการจัดการเรียนรู้อาศัยแนวคิดของดิวอี้ (Dewey, 1916) ด้วยการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเป็นฐาน ครูผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นผู้ลงมือปฏิบัติจะเกิดความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์ และแนวคิด ทฤษฎีการเรียนรู้ของ Bloom (1976) การจัดการเรียนรู้ที่จะประสบผลสำเร็จ ต้องมีจุดมุ่งหมายชัดเจนเพื่อกำหนดกิจกรรมการฝึกอบรมและการวัดประเมินผลโดยเกิดการเรียนรู้ในด้านสติปัญญา จิตใจและร่างกาย การจัดกิจกรรมฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นข้าราชการครูจึงต้องอาศัยแนวคิดหลักการจัดการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ตามแนวคิดของ Jarvis (1983) และ Knowles, Holton III, and Swanson (1998) ด้วยการจัดประสบการณ์ให้ตรงกับความต้องการ จัดบรรยากาศในการฝึกอบรมให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ มีวิธีการที่หลากหลาย ยืดหยุ่นได้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพครูผู้เข้ารับการฝึกอบรม ใช้สื่อกิจกรรมให้มีส่วนร่วม วิทยากรมีความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์สูง

กระบวนการจัดฝึกอบรมเป็นกิจกรรมดำเนินการฝึกอบรมที่มีขั้นตอนในการจัดการเรียนรู้ให้ครูผู้เข้ารับการฝึกอบรมซึ่งต้องใช้ทรัพยากรต่างๆ และรายละเอียดในการจัดการเป็นอย่างมากซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการฝึกอบรม การจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาสมรรถนะครูนั้นประยุกต์ใช้กระบวนการขั้นตอนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม 4 ขั้นตอน ของ Kemmis and McTaggart (1992) ด้วยกระบวนการวางแผนจัดการฝึกอบรมกับวิทยากรและผู้เกี่ยวข้อง ปฏิบัติการฝึกอบรมตามแผนที่กำหนด สังเกตติดตามการฝึกอบรมเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและการสะท้อนกลับจากการประเมินผลการฝึกอบรมจากผู้เข้ารับการฝึกอบรมและผู้เกี่ยวข้อง

กรอบเนื้อหาหลักสูตรฝึกอบรม

1. หลักการบริหารเชิงคุณภาพ

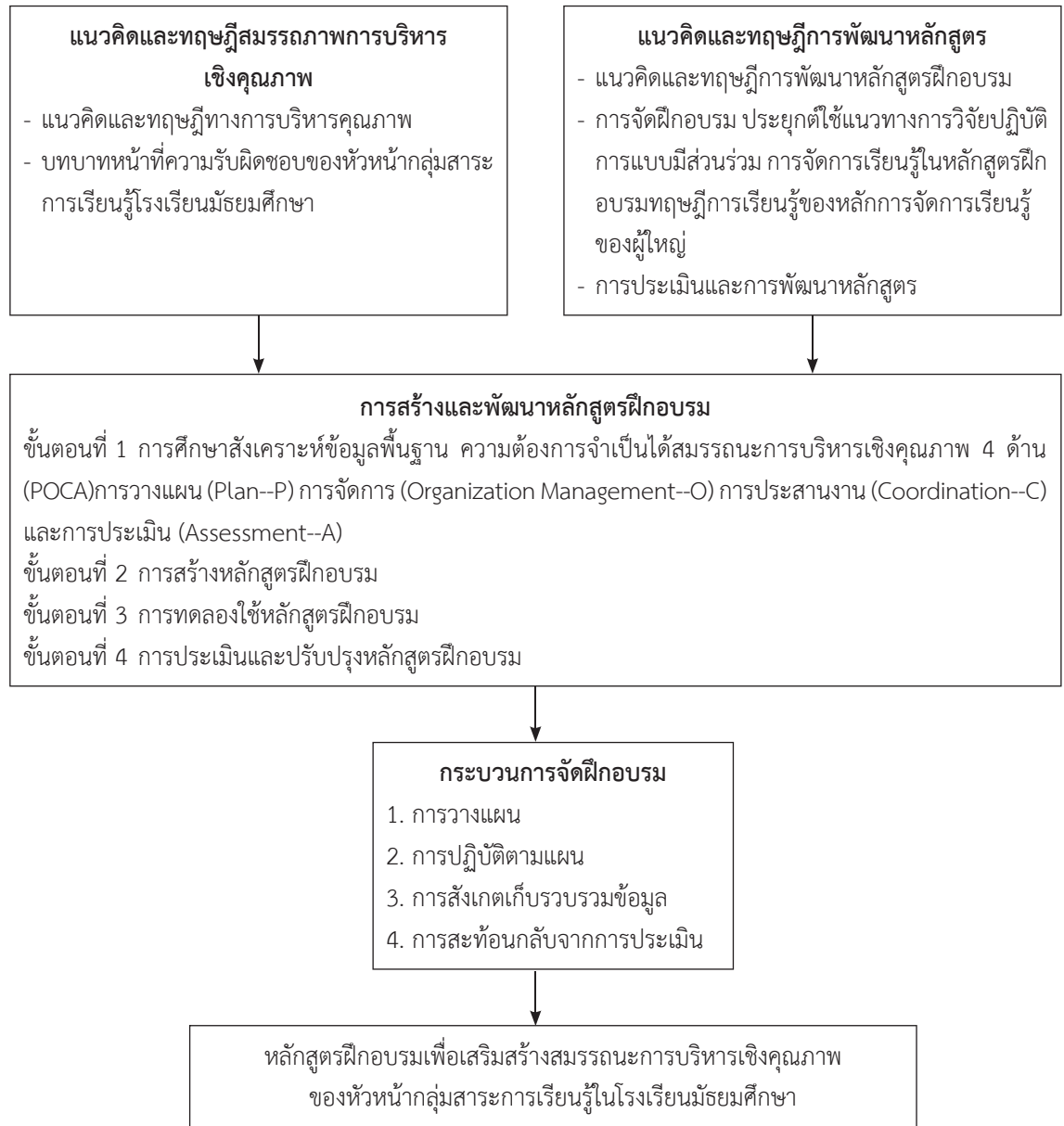
การบริหารเป็นกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่ทำงานร่วมกันอย่างมีระบบมีลำดับขั้นตอนกระทำอย่างต่อเนื่องกันไป ตั้งแต่เริ่มต้นจนครบถ้วนขั้นตอน โดยกิจกรรมกระบวนการที่ดำเนินการนั้นส่งผลให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างมีคุณภาพ การบริหารโรงเรียนมีกระบวนการขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรมให้บรรลุตามวัตถุประสงค์การบริหารเชิงคุณภาพจึงเป็นกระบวนการบริหารจัดการเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาซึ่งอาศัยหลักการแนวคิดทฤษฎีของ Koontz and O'Donnell (1972); Bartol and Martin (1998); Daft (2000) และ Wisalaporn (2000) สังเคราะห์เป็นสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา ได้ 4 ประการ คือการวางแผน

(Plan--P) การจัดการ (Organization Management --O) การประสานงาน (Coordination--C) และการประเมิน (Assessment--A)

2. บทบาทหน้าที่หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้

บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้โรงเรียนมัธยมศึกษาจากพรรณนางานของโรงเรียนมัธยมศึกษาจากส่วนกลางและภูมิภาคจำนวน 12 โรงเรียน สรุปได้ว่าบทบาทหน้าที่ของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา มี 6 ประการประกอบด้วย (1) วางแผน จัดทำแผน และดำเนินงานตามแผนที่กำหนด (2) ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตร (3) ส่งเสริมพัฒนางานและทักษะกระบวนการทางวิชาการ (4) ประสานงานภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้และผู้เกี่ยวข้อง (5) นิเทศงานการสอนในกลุ่มสาระการเรียนรู้ และ (6) ติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานจัดทำสารสนเทศรายงานตามที่ได้รับมอบหมาย

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา ได้แก่ ผู้อำนวยการโรงเรียน ผู้ช่วยผู้อำนวยการโรงเรียน

หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ที่มีโรงเรียนตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 7 เขตพื้นที่การศึกษา โรงเรียน จำนวน 384 โรงเรียน จำนวนประชากร 4,992 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ (1) ผู้อำนวยการโรงเรียน (2) รองผู้อำนวยการโรงเรียน และ (3) หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multi-stagerandom sampling) การกำหนดขนาดตัวอย่างตามวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ ตามแนวคิดของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) กำหนดว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่ำสุดควรเป็น 5 ต่อพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า 1 ตัว การวิจัยครั้งนี้ (ข้อคำถาม 42 ข้อ) มีจำนวนพารามิเตอร์ทั้งสิ้น 84 พารามิเตอร์ ได้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อยเป็น 420 คน มีวิธีการดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดให้หน่วยสุ่มขั้นต้น ได้แก่ เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 7 เขต โดยสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายด้วยการจับฉลาก ได้เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1, 2 และ 6 (173 โรงเรียน)

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดหน่วยสุ่มขั้นที่สอง หลังจากได้เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาที่เป็นตัวอย่าง มีโอกาสถูกเลือกเท่าเทียมกัน จำนวน 87 โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 50.00 จากทั้งหมด 173 โรงเรียน

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดหน่วยสุ่มขั้นที่สาม เมื่อได้โรงเรียนเป็นกลุ่มตัวอย่างแล้ว ใช้โรงเรียนที่มีขนาดใหญ่และใหญ่พิเศษเป็นกลุ่ม (cluster) แล้วสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (cluster sampling) เพื่อกำหนดการเลือก ผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ และหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ แล้วสุ่มอย่างง่าย ได้โรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 41 โรงเรียน โรงเรียนละ 13 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการโรงเรียน 41 คน รองผู้อำนวยการโรงเรียน 164 คน ครูหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ 328 คน รวมทั้งสิ้น 533 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเหมาะสมเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบซึ่งควรมีอย่างน้อย 300 ตัวอย่างตามแนวคิดของ ทาบาซนิคและฟิดล (Tabachnick, & Fidell, 2007, p. 613)

1.3 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมและประเมินประสิทธิภาพของหลักสูตร ได้แก่ หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้และครูที่ปฏิบัติหน้าที่รองหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ของโรงเรียน จำนวน 24 คน และผู้อำนวยการโรงเรียน รองผู้อำนวยการโรงเรียนและครู จำนวน 37 คน ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้และครูที่ปฏิบัติหน้าที่รองหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ ที่ผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพมาแล้ว 1 ภาคเรียน

2. เนื้อหาสาระของหลักสูตรฝึกอบรม ประกอบด้วยหน่วยที่ 1 บทบาทหน้าที่ 2 การวางแผน 3 การจัดการ 4 การประสานงาน 5 การประเมินและหน่วยที่ 6 การนำเสนอแนวทางการบริหารเชิงคุณภาพ

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 การฝึกอบรมหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาด้วยหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพ

3.2 ประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.1 แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิบัติงานในบทบาทหน้าที่ของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ตามแนวทางการบริหารเชิงคุณภาพ มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00

4.2 แบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อยืนยันความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะและลักษณะการบริหารเชิงคุณภาพ มีค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งฉบับตั้งแต่ .80-1.00 ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .98 และ .95

4.3 แบบประเมินโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมและเอกสารประกอบการใช้หลักสูตรฝึกอบรม มีค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 1.00 ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .90

4.4 แบบทดสอบวัดความรู้ และเจตคติ (สำหรับทดสอบก่อน-หลังการฝึกอบรม) ผู้เข้ารับการฝึกอบรม คำถามวัดความรู้ความเข้าใจ ก่อนฝึกอบรม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .83 หลังฝึกอบรมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .75 2) คำถามวัดเจตคติ ก่อนฝึกอบรม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .76 หลังฝึกอบรมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .84 มีค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งฉบับ เท่ากับ .80-1.00

4.5 แบบทดสอบย่อยวัดความรู้และเจตคติ (สำหรับทดสอบระหว่างการฝึกอบรมหน่วยที่ 1-5) ผู้เข้ารับการฝึกอบรม (1) คำถามวัดความรู้ความเข้าใจ ก่อนฝึกอบรมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .71 หลังฝึกอบรมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .78 (2) คำถามวัดเจตคติ ก่อนฝึกอบรมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .75 หลังฝึกอบรมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .80 มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ .80 - 1.00

4.6 แบบสอบถามความพึงพอใจของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ที่มีต่อการใช้หลักสูตรฝึกอบรม มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ .80-1.00 ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .95

4.7 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ที่ผ่านหลักสูตรฝึกอบรมมาแล้ว 1 ภาคเรียน (ก่อนและหลังการฝึกอบรม) มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ .80-1.00 ก่อนฝึกอบรมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .98 หลังฝึกอบรมมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .93

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสังเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานความต้องการจำเป็นในการเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา พบว่า มีสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพที่เหมาะสม คือ การวางแผน การจัดการ การประสานงาน และการประเมิน บทบาทหน้าที่ของหัวหน้ากลุ่ม

สาระการเรียนรู้ ประกอบด้วย (1) วางแผนจัดทำแผนและดำเนินงานตามแผนที่กำหนด (2) ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตร (3) ส่งเสริมพัฒนางานและทักษะกระบวนการทางวิชาการ (4) ประสานงานภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้และผู้เกี่ยวข้อง (5) นิเทศงานการสอนในกลุ่มสาระการเรียนรู้ และ (6) ติดตามประเมินผลการปฏิบัติงาน จัดทำสารสนเทศ รายงานตามที่ได้มอบหมายจากการยืนยันองค์ประกอบสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพและลักษณะการปฏิบัติของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ มีความเหมาะสม โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับ มาก ที่สุด มีความต้องการจำเป็นในการเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับ มาก จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) สมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพและลักษณะการปฏิบัติของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กันเหมาะสม ร่วมกันเป็นองค์ประกอบการบริหารเชิงคุณภาพได้และจากการศึกษาเทคนิควิธีการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพพบว่า มีความต้องการให้พัฒนาด้วยเทคนิควิธีการใช้เกมการบริหาร การอภิปรายกลุ่ม การจัดกิจกรรมระหว่างอบรม การระดมสมอง การบรรยาย การประชุมปฏิบัติการ การใช้ระบบพี่เลี้ยง การสอนงาน การสัมมนาและการประชุม

2. ผลการสร้างหลักสูตรฝึกอบรม

2.1 หลักสูตรฝึกอบรมและเอกสารประกอบการใช้หลักสูตรฝึกอบรม

หลักสูตรฝึกอบรม ประกอบด้วย (1) หลักการและเหตุผล (2) แนวคิดการพัฒนาและเป้าหมาย (3) จุดมุ่งหมาย (4) โครงสร้างหลักสูตร ประกอบด้วย 6 หน่วย ได้แก่ บทบาทหน้าที่ การวางแผน การจัดการ การประสานงาน การประเมินและการนำเสนอแนวทางการบริหารเชิงคุณภาพ (5) กิจกรรมการฝึกอบรมและระยะเวลา กำหนดกิจกรรมและระยะเวลาแบ่งออก

เป็นระยะที่ 1 ก่อนการฝึกอบรม ผู้เข้ารับการฝึกอบรม ได้ศึกษาค้นคว้าเรียนรู้ประสบการณ์ด้วยตนเอง และทดสอบความรู้และเจตคติก่อนการฝึกอบรม ระยะที่ 2 ระหว่างฝึกอบรม ประกอบด้วยส่วนกิจกรรมสร้างองค์ความรู้ ส่วนกิจกรรมเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพ ส่วนกิจกรรมนำเสนอแนวทางการบริหารเชิงคุณภาพแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่วนกิจกรรมวัดประเมินผล ระยะที่ 3 หลังการฝึกอบรม ทดสอบความรู้และเจตคติหลังการฝึกอบรม สอบถามความพึงพอใจต่อหลักสูตร สอบถามความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้หรือครูผู้ผ่านหลักสูตรฝึกอบรมซึ่งกลับไปปฏิบัติงานที่โรงเรียน 1 ภาคเรียน (6) สื่อประกอบการฝึกอบรม และ (7) การวัดประเมินผล

เอกสารประกอบการใช้หลักสูตรฝึกอบรม ประกอบด้วย (1) บทนำ (2) แนวทางการดำเนินการฝึกอบรมและ (3) แผนการจัดกิจกรรมฝึกอบรม หน่วยที่ 1-6 กำหนดสาระสำคัญ จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม เนื้อหาและเวลา กิจกรรมและวิธีการฝึกอบรม สื่อแหล่งเรียนรู้ เอกสารใบงานเพื่อจัดกิจกรรมการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม การวัดประเมินผลความรู้และเจตคติ

2.2 ผลการตรวจสอบโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมและเอกสารประกอบการใช้หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาพบว่า หลักสูตรฝึกอบรมและเอกสารประกอบการใช้หลักสูตรฝึกอบรมมีความเหมาะสมโดยรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมากที่สุด ผ่านเกณฑ์ ($\bar{X} = 3.51$) และมีความสอดคล้องพิจารณาจาก ค่า CVI เท่ากับ 0.80 ผ่านเกณฑ์ ($CVI \geq .80$) ที่กำหนด

3. ผลการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาเพื่อประเมินประสิทธิภาพหลักสูตรฝึกอบรม พบว่า

3.1 หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้หรือผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้และเจตคติหลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษามีประสิทธิภาพ (E_1/E_2) จากการวัดความรู้ คิดเป็นร้อยละ เท่ากับ 84.17/87.02 และจากการวัดเจตคติคิดเป็นร้อยละ เท่ากับ 82.78/91.11 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนด

3.3 หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้หรือผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจต่อการใช้หลักสูตรฝึกอบรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า วิทยากรอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนโสตทัศนอุปกรณ์ สถานที่ฝึกอบรม วิธีการฝึกอบรม เนื้อหาของการฝึกอบรม ระยะเวลาที่ใช้ในการฝึกอบรม เอกสารประกอบการฝึกอบรมและวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ ($\bar{X} = 3.51$) ที่กำหนด

4. ผลการประเมินและปรับปรุงหลักสูตรฝึกอบรม

4.1 การประเมินหลักสูตรฝึกอบรม พบว่า โครงร่างหลักสูตรและเอกสารประกอบการฝึกอบรมมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ($\bar{X} \geq 3.51$) และมีความสอดคล้องค่า CVI เท่ากับ 0.80 ผ่านเกณฑ์ ($CVI \geq .80$) เมื่อนำไปทดลองใช้พบว่า ประสิทธิภาพของหลักสูตรจากการทดสอบวัดความรู้และเจตคติของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีค่าเฉลี่ยคะแนนหลังสูงกว่าก่อนการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การทดสอบย่อยวัดความรู้และเจตคติ หลังการฝึกอบรมหน่วยที่ 1-5 ค่าเฉลี่ยคะแนนประสิทธิภาพของกระบวนการ (E_1) และประสิทธิภาพของผลผลิต (E_2) จากการวัดความรู้ คิดเป็นร้อยละ เท่ากับ 84.17/87.02 และจากการวัดเจตคติคิดเป็นร้อยละเท่ากับ 82.78/91.11 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

(E_1/E_2 เท่ากับ 80/80) และผลการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้หลักสูตรฝึกอบรมโดยรวมอยู่ในระดับมากสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (\bar{X}) ≥ 3.51

4.2 การปรับปรุงหลักสูตรฝึกอบรม พบว่า ก่อนการฝึกอบรมได้แก้ไขข้อผิดพลาด ปรับคำถาม การใช้ภาษา การจัดทำคลิปวิดีโอประกอบการจัดทำหลักการ เหตุผลของเอกสารประกอบการใช้หลักสูตร ระหว่าง การฝึกอบรมได้ดำเนินกิจกรรมตามแนวทางการวิจัย ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAOR) ด้วยการวางแผน ร่วมกับวิทยากรและดำเนินการฝึกอบรมตามตารางที่กำหนด ผู้วิจัยและวิทยากรได้สังเกตกระบวนการ ขั้นตอนการฝึกอบรมได้ส่งเสริมให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นมากขึ้นและได้ปรึกษาร่วมกันระหว่างผู้วิจัยกับวิทยากรหลังการ ดำเนินกิจกรรมแล้วเสร็จแต่ละหน่วย และได้ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะด้วยการปรับเวลาในการฝึกอบรมใน หน่วยที่ 1-5 จากหน่วยละ 2.30 ชั่วโมง เป็นหน่วยละ 2.45 ชั่วโมง

4.3 การประเมินความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของผู้ที่ผ่านหลักสูตรฝึกอบรมแล้วกลับมาปฏิบัติหน้าที่ที่โรงเรียน 1 ภาคเรียน พบว่า ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานหลังการฝึกอบรมอยู่ในระดับมากสูงกว่า ก่อนการฝึกอบรมซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การอภิปรายผล

1. จากการศึกษา พบว่า ผู้บริหารหรือหัวหน้างาน จะต้องมีและพัฒนาเพื่อนำไปใช้ในการบริหารจัดการ งานต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมายซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ที่กล่าวว่า การบริหารเชิงคุณภาพผู้บริหารจะต้องมีความรู้ ทักษะและความสามารถในการบริหารงาน แต่ละ ด้านแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ ต้องการของงาน เช่น การวางแผน การติดตาม ตรวจสอบควบคุมและประเมิน การจัดองค์การ การประสาน

งาน การมีส่วนร่วม การบังคับบัญชา การตัดสินใจ การติดต่อสื่อสาร เป็นต้น ตามแนวคิดทฤษฎีของ Koontz and O'Donnell (1972); Bartol and Martin (1998); Daft (2000) และ Wisalaporn (2000) การ ยืนยันองค์ประกอบสมรรถนะและลักษณะการปฏิบัติ ของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้จึงมีความเหมาะสมอยู่ ในระดับมากที่สุดและมีความสัมพันธ์เหมาะสมร่วมกัน เป็นองค์ประกอบการบริหารเชิงคุณภาพได้

บทบาทหน้าที่ของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ ประกอบไปด้วย (1) วางแผนจัดทำแผนและดำเนินงาน ตามแผนที่กำหนด (2) ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการ เรียนการสอนตามหลักสูตร (3) ส่งเสริมพัฒนางานและ ทักษะกระบวนการทางวิชาการ (4) ประสานงานภายใน กลุ่มสาระการเรียนรู้และผู้เกี่ยวข้อง (5) นิเทศงาน การสอนในกลุ่มสาระการเรียนรู้ และ (6) ติดตามประเมิน ผลการปฏิบัติงานจัดทำสารสนเทศ บทบาทหน้าที่ความ รับผิดชอบของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียน มัธยมศึกษาจะมีความแตกต่างกันไปตามขนาดและที่ตั้ง ของโรงเรียนหรือตามที่ตั้งโรงเรียนกำหนด โดยจัดทำคำสั่ง แต่งตั้งบุคคลแล้วมอบหมายบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ บางโรงเรียนทำพรรณานงาน (job description) อย่างเป็นระบบซึ่งสอดคล้องกับการมอบหมายบทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบของโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน สถานที่ตั้งแตกต่างกัน เช่น Bangkapi School (2016); Sri Ayudhya School (2018) และในส่วนภูมิภาค เช่น Kanlayanawat School (2016); Doisaket Wittayakom School (2018) และ Chaibadan wittaya School (2018)

ความต้องการจำเป็นในการเสริมสร้างสมรรถนะ การบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ ในโรงเรียนมัธยมศึกษา โดยรวมและรายด้านอยู่ใน ระดับมาก อันเนื่องมาจากการจัดการศึกษาในระดับ โรงเรียนนั้นจะดีมีคุณภาพได้ต้องอาศัยบุคลากรหลาย ฝ่ายหรือหลายระดับร่วมกันปฏิบัติงานอย่างเต็มความ

สามารถจะส่งผลให้เกิดประสิทธิผลตามที่ต้องการ หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้มีหน้าที่หลักเป็นครู ผู้สอนและยังต้องมีบทบาทหน้าที่ในการขับเคลื่อน งานวิชาการและงานอื่นๆ สอดคล้องกับ Saenghirun (2010) Archa, Boonthod, and Mashima (2012); Kongterm (2013) และ Onkaew (2015)

การพัฒนาเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาชั้น พบว่า เทคนิควิธีการพัฒนาที่เหมาะสมคือเทคนิคการใช้เกมการบริหาร การอภิปรายกลุ่ม การจัดกิจกรรมระหว่างอบรม การระดมสมอง การบรรยาย การประชุมเชิงปฏิบัติการ การใช้ระบบพี่เลี้ยงสอนงาน การสัมมนาและการประชุม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bangmo (2004); Nambumroong (2016) และ Mondy (2008) เทคนิควิธีพัฒนาต่างๆ นี้เป็นวิธีการ ถ่ายทอดความรู้ ทักษะและทัศนคติเพื่อให้ผู้เข้ารับการ ฝึกอบรมได้เรียนรู้ได้มากที่สุดในเวลาจำกัดและมีความ เหมาะสมกับผู้เข้ารับการฝึกอบรมและวัตถุประสงค์

2. จากการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้าง สมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่ม สาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษาอันเนื่องมา จากครูหรือผู้ปฏิบัติหน้าที่หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ จะต้องมีความรู้ความสามารถแสดงบทบาทหน้าที่ สำคัญในการพัฒนาขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษาของ โรงเรียนตลอดทั้งการติดต่อประสานงานกับภายนอก และภายในโรงเรียนตามกลุ่มงานต่างๆ หลักสูตร ฝึกอบรมซึ่งประกอบไปด้วย (1) หลักการและเหตุผล (2) แนวคิดการพัฒนาและเป้าหมาย ซึ่งประกอบไป ด้วย แนวคิดพื้นฐานในการพัฒนา การฝึกอบรม กรอบ เนื้อหาหลักสูตรฝึกอบรมครูรุ่นใหม่หรือครูที่มีความ เหมาะสมที่จะพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมให้ปฏิบัติ หน้าที่หัวหน้างานหรือหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ต่อไปในอนาคต (3) จุดมุ่งหมาย มีความรู้ความเข้าใจและ เจตคติที่ดีมีแนวทางการบริหารสามารถนำไปปฏิบัติ

ใช้ในโรงเรียนได้ (4) โครงสร้างหลักสูตร ประกอบ ด้วย หน่วยบทบาทหน้าที่ การวางแผน การจัดการ การประสานงาน การประเมินและหน่วยการนำเสนอ แนวทางการบริหารเชิงคุณภาพ (5) กิจกรรมการฝึก อบรมและระยะเวลา การฝึกอบรม (6) สื่อประกอบการ ฝึกอบรม และ (7) การวัดประเมินผลซึ่งสอดคล้องกับ หลักการแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของหลักสูตรของ Buasri (1999); Wongyai (2009); Kongyuen (2009); Panakul, Satawut & Srikramkran (2013); Tyler (1971) และ Beauchamp (1981)

การตรวจสอบโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมและ เอกสารประกอบการใช้หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริม สร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้า กลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัศึกษามีความ เหมาะสม โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุด และมีความสอดคล้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนด อันเนื่องมา จากการพัฒนาหลักสูตรได้ดำเนินการพัฒนาอย่างเป็น ระบบมีขั้นตอนด้วยการกำหนดเป้าหมายจุดประสงค์ ของหลักสูตรและเอกสารประกอบการใช้หลักสูตรด้วย การสังเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ความต้องการจำเป็นใน การพัฒนาเพื่อให้ได้วิธีการพัฒนาและได้สมรรถนะ การบริหารเชิงคุณภาพและบทบาทหน้าที่ของหัวหน้า กลุ่มสาระการเรียนรู้เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการสร้าง หลักสูตรฝึกอบรมด้วยการออกแบบให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ตามแนวคิดทฤษฎีของ Saylor, Alexander and Lewis (1981)

3. จากการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริม สร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้า กลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา พบว่า ประสิทธิภาพของหลักสูตรโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย คะแนนความรู้และเจตคติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม หลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึกอบรมอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลการ วิจัยของ Kongterm (2013) และ Nambumroong

ประกอบและจัดทำหลักการเหตุผลของเอกสาร ประกอบการใช้หลักสูตร อันเนื่องมาจากผลของการประเมินหลักสูตรฝึกอบรมจากผู้ทรงคุณวุฒิและเชี่ยวชาญที่ได้ให้ข้อเสนอแนะจากการประเมินความเหมาะสมและสอดคล้องของหลักสูตรจากแบบประเมินและการจัดกลุ่มสนทนาซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการพัฒนาหลักสูตรดังที่กล่าวมาแล้วและในขณะที่ฝึกอบรมได้ใช้แนวทางการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ใน 4 ขั้นตอน (PAOR) ของ Kemmis and McTaggart (1992) มาเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมพัฒนาครูผู้เข้ารับการฝึกอบรม

การประเมินความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของผู้ที่ผ่านหลักสูตรฝึกอบรมแล้วกลับมาปฏิบัติหน้าที่ที่โรงเรียน 1 ภาคเรียน พบว่า ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานหลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อันเนื่องมาจากกระบวนการพัฒนาหลักสูตรได้ออกแบบแนวทางอย่างเป็นขั้นตอนตั้งแต่การศึกษาความต้องการเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานศึกษายืนยันองค์ประกอบสมรรถนะการบริหารมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันร่วมกันเป็นองค์ประกอบ ศึกษาความต้องการ การพัฒนาและเทคนิควิธีการพัฒนาเป็นลำดับเมื่อสร้างหลักสูตรแล้วได้ตรวจสอบโครงสร้างหลักสูตรและเอกสารประกอบการใช้หลักสูตร โดยผู้ทรงคุณวุฒิและเชี่ยวชาญโดยตรงด้วยการประเมินความเหมาะสมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดแล้วนำหลักสูตรไปทดลองใช้ปัจจัยสำคัญของการส่งผลการพัฒนาความรู้และเจตคติของผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ใช้แนวคิดการจัดกิจกรรมของ Dewey (1916) และทฤษฎีการเรียนรู้ของ Bloom (1976) และหลักการจัดการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ตามแนวคิดของ Jarvis (1983) และ Knowles et al. (1998) จึงส่งผลต่อผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดการเรียนรู้และสามารถ

นำไปปฏิบัติใช้ได้จริงในโรงเรียน ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของผู้ผ่านหลักสูตรฝึกอบรมที่กลับไปปฏิบัติงานได้ 1 ภาคเรียน พบว่า ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานหรือการฝึกอบรมอยู่ในระดับมาก สูงกว่าก่อนการฝึกอบรมที่อยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพสามารถนำไปเป็นหลักสูตรฝึกอบรมพัฒนาครูที่ปฏิบัติหน้าที่หัวหน้างานอื่นๆ ได้โดยการปรับหน่วยที่ 1 บทบาทหน้าที่ให้สอดคล้องกับงานและเนื้อหาหน่วยอื่นๆ ด้วย

1.2 หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารเชิงคุณภาพสามารถประยุกต์ใช้พัฒนาด้วยการบูรณาการหน่วยที่ 2-5 เป็นหน่วยเดียวได้

1.3 การออกแบบกิจกรรมการฝึกอบรมควรคำนึงถึงการกำหนดเวลาในการจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับสภาพของผู้เข้ารับการอบรมและศักยภาพของวิทยากร

1.4 ศักยภาพของวิทยากรเป็นเงื่อนไขความสำเร็จของการพัฒนาสมรรถนะของครู

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ควรกำหนดกิจกรรมพัฒนาครูหรือหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ที่เป็นครูรุ่นใหม่

2.2 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ควรจัดหลักสูตรฝึกอบรมหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้เป็นตัวชี้วัดในการประเมินคุณภาพการศึกษา

2.3 การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพการบริหารเชิงคุณภาพหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ ควรจัดเป็นหลักสูตรให้ครูเลือกเข้ารับการพัฒนา

การอ้างอิง

- กัมปนาท อาษา, สมสมัย บุญทศ และ สันศนี มะชิมะ. (2555). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเครือข่ายเพื่อการค้า* ดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ศูนย์พัฒนาและประกันคุณภาพการศึกษา.
- สมคิด บางโม. (2547). *องค์การและการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โรงเรียนบางกะปิ. (2559). *พรรณนางาน Job Description โรงเรียนบางกะปิ 2559*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- อึ้ง บั้วศรี. (2542). *ทฤษฎีหลักสูตร: การออกแบบและพัฒนา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- โรงเรียนชัยบาดาลวิทยา. (2561). *พรรณนางานของฝ่ายบริหารวิชาการ*. ค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://www3.chaiwit.ac.th/web/index.php/2016-02-16-09-08-16/22-2016-02-16-09-06-45/101-2016-02-16-09-10-19?start=28>
- โรงเรียนดอยสะเก็ดวิทยา. (2561). *ขอขำภาระงานหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้*. ค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2561, จาก doisaket.ac.th/VICHAKAN/16.doc
- โรงเรียนศรีอยุธยาในพระอุปถัมภ์ฯ. (2561). *หัวหน้ากลุ่มสาระ หน้าที่ความรับผิดชอบ*. ค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <https://sites.google.com/site/klumsarasangkhsuksasriyuthya/9999-1>
- โรงเรียนกัลยาณวัตร. (2559). *คำสั่งที่ 216/2559 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม*. ค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://www.kw.ac.th/paperless/upload/ol2xw85tpc4t3bh2veinu5x8a6x3w7zmlm5ejxwsuru7fq8ydsh2emml0hmf3yiwoqebd9uxgso91t.pdf> [In Thai]
- สมใจ กงเดิม. (2556). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมออนไลน์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะครู สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์, สถาบันวิจัยและพัฒนา.
- คันศร คงเย็น. (2552). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสมรรถนะหัวหน้าศูนย์บ่มเพาะอาชีวศึกษา ในวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.
- พินิจ นามบำรุง. (2559). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสมรรถนะของหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เขต 20*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- สังเวียน อ่อนแก้ว. (2558). *อิทธิพลของบทบาท และคุณลักษณะงานของ หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ บรรยากาศโรงเรียนที่มีต่อประสิทธิภาพการสอนของครูในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศักดิ์ศรี ปาณะกุล, นิรมล ศตวดี และ ระวีวรรณ ศรีคร้ามครัน. (2556). *หลักสูตรและการจัดการเรียนรู้* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศรีธัญญา แสงหิรัญ. (2553). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมครูโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนเพื่อให้มีคุณลักษณะสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้*. ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. (1998). *จากรวมเกียรติสู่การประเมิน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิชัย วงษ์ใหญ่. (2552). *หลักสูตร*. ค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2561, จาก http://www.curriculumandlearning.com/upload/Academicpapers/1_1435646551.%20%20หลักสูตร.pdf [In Thai]

References

- Archa, K., Boonthod, S., & Mashima, S. (2012). *The development of training Program for educational quality assurance in Mahasarakham University*. Mahasarakham: Mahasarakham University, Center for the Education Quality Assurance and Development. [In Thai]
- Bangmo, S. (2004). *Organization and management* (4th ed). June. [In Thai]
- Bangkapi School. (2016). *Explanation of job description in Bangkapi School 2016*. Author. [In Thai]
- Bartol, K. M., & Martin, D. C. (1998). *Management* (3rd ed). McGraw-Hill.
- Beauchamp, G. A. (1981). *Curriculum theory*. Itasca, IL: F.E. Peacock.
- Bloom, B. (1976). *Human characteristics and school learning*. McGraw-Hill.
- Buasri, T. (1999). *Curriculum theory: Design and development* (2nd ed.). Pattanasueksa. [In Thai]
- Chaibadanwittaya School. (2018). *Describe the work of the academic administration department*. Retrieved February 14, 2018, from <http://www3.chaiwit.ac.th/web/index.php/2016-02-16-09-08-16/22-2016-02-16-09-06-45/101-2016-02-16-09-10-19?start=28> [In Thai]
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper & Row.
- Daft, R. L. (2000). *Management*. Fort Worth, TX: Dryden.
- Dessler, G. (1988). *Personnel management: Training and development* (4th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Dewey, J. (1916). *Democracy and education: An introduction to the philosophy of education*. Macmillan.
- Doisaket Wittayakom School. (2018). *Job description of academic head of department*. Retrieved February 14, 2018, from doisaket.ac.th/VICHAKAN/16.doc [In Thai]
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Jarvis, P. (1983). *Adult and continuing education: Theory and practice*. Croom Helm.

- Kanlayanawat School. (2016). *Order 216/2559 appointing management committee for social studies, religion and culture department*. Retrieved September, 10, 2016 from <http://www.kw.ac.th/paperless/upload/ol2xw85tpc4t3bh2veinu5x8a6x3w7zmzlm5ejxw suru7fq8ydsh2emml0hmf3yiwoqebd9uxgso91t.pdf> [In Thai]
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (1992). *The action research planner* (3rd ed.). Deakin University Press.
- Knowles, M., Holton III, E., & Swanson, R. (1998). *The adult learner: The definitive classic in adult education and human resource development*. CA: Elsevier.
- Kongterm, S. (2013). *The development of online training program for enhancing teacher skills under Office of the Basic Education Commission*. Phetchabun Rajabhat University, Research and Development Institute. [In Thai]
- Kongyuen, K. (2009). *The training curriculum development for competency encouragement of the heads of vocational education incubation center in the College under the Office of Vocational Education Commission*. Doctoral dissertation in education, Vongchavalitkul University. [In Thai]
- Koontz, H. D., & O'Donnell, C. (1972). *Principle of management: An analysis of managerial functions*. Mc Graw-Hill.
- Mondy, R. W. (2008). *Human resource management* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Nadler, L. (1982). *Design of training*. Reading, Addison-Wesley
- Nambumroong, P. (2016). *Developing of the competency training curriculum of the heads of department in the secondary school under the Secondary Education Service Area 20*. Doctoral dissertation in doctor of philosophy, North Eastern University. [In Thai]
- Onkaew, S. (2015). *Influence of role and job characteristic of head of key learning area, school climate on teacher's teaching efficiency in Basic Education School*. Doctor's Degree in Educational Management, Kasetsart University. [In Thai]
- Panakul, S., Satawut, N., & Srikramkran, R. (2013). *Curriculum and learning management* (3rd ed.). Bangkok: Ramkhamhaeng University, Faculty of Education. [In Thai]
- Saenghirun, S. (2010). *The development of teacher training curriculum of the vocational schools to have the characteristics of learning organization*. Doctoral dissertation in education, Srinakharinwirot University. [In Thai]
- Saylor, G., Alexander, W. M., & Lewis, A. J. (1981). *Curriculum planning for better teaching and learning* (4th ed.). Holt, Rinehart and Winston,

- Sri Ayudhya School. (2018). *Head of educational department, Responsibility*. Retrieved February 14, 2018, from <http://sites.google.com/site/klumsararangkhmsuksasrixyuthya/999-1> [In Thai]
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5th ed.). Allyn & Bacon.
- Tyler, R. W. (1971). *Basic principles of curriculum and instruction*. University of Chicago Press.
- Wisalaporn, S. (2000). *From Ramayana to evaluation* (2nd ed.). Srinakharinwirot University Press. [In Thai]
- Wongyai, W. (2009). *Curriculum*. Retrieved February 14, 2018, from http://www.curriculumandlearning.com/upload/Academicpapers/1_1435646551.%20หลักสูตร.pdf [In Thai]

การสร้างแบรนด์รีโซแนนซ์โดยอาศัยคุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้า และการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนในบริบทของผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่: บริษัท เอบีซี จำกัด

ดลยา จาตุรงค์กุล¹ ระพีพรรณ พิริยะกุล² จุฑา เทียนไทย³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของระดับความสัมพันธ์ของลูกค้า และความผูกพันต่อสังคมเสมือนของผู้ใช้ตราสินค้าเดียวกันซึ่งส่งผ่านคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ทั้งที่เกิดจากปัจจัยภายในและภายนอก ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวแทนผู้ใช้บริการเครือข่าย เอบีซีซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มสังคมออนไลน์เอบีซี (แฟนเพจ) จำนวน 506 ตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ปัจจัยที่ศึกษาได้แก่คุณค่าความสัมพันธ์ คุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายในมีค่าเท่ากับ 2.2361.9631.949 และ 1.870 ตามลำดับ

ผลการทดสอบยืนยันต้นแบบเชิงสาเหตุพบว่าการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนและคุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้ามีผลต่อแบรนด์รีโซแนนซ์ โดยการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนส่งผลโดยตรงกับปัจจัยส่งผ่านคือคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายใน ในขณะที่คุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้าส่งผลโดยอ้อมจากปัจจัยส่งผ่านการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือน และคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายในตัวแปรทั้งสองทำหน้าที่ตัวแปรส่งผ่านต่อไปสู่แบรนด์รีโซแนนซ์ในบริบทของสมาชิกสังคมเสมือนในประเทศไทย

คำสำคัญ: แบรนด์รีโซแนนซ์; การมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือน; ค่าความสัมพันธ์ของลูกค้า

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ดลยา จาตุรงค์กุล, ระพีพรรณ พิริยะกุล และจุฑา เทียนไทย. (2563). การสร้างแบรนด์รีโซแนนซ์โดยอาศัยคุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้าและการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนในบริบทของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่: บริษัท เอบีซี จำกัด. *วารสารดุซงญอบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 197-210.

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุซงญอบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: dewdino@gmail.com

² คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Developing Brand Resonance Based on the Value of Customer Relationships and Virtual Co-creation in the Context of the Mobile Phone Network service Providers: ABC Company Limited

Dolaya Chaturongakul¹ Rapepun Piriyaikul² Chutian Thianthai³

Abstract

The purpose of this research is to study on the influence of customer relationship level and engagement in virtual brand community through the emotional value from internal and external factors. This study is a quantitative research. The survey was conducted by using 506 questionnaires to sampling of the representatives of ABC's clients who also members of ABC's virtual community (fan-pages).

The research result revealed that the overall average means score of studied factors namely; the customer relationship value, emotional extrinsic value, virtual co-creation value and emotional Intrinsic value were 2.236, 1.963, 1.949 and 1.870 respectively.

Casual model data analysis results showed that the virtual co-creation participation and the customer relationship value influenced on brand resonance. The virtual co-creation participation had direct influence on the level of emotional perception which was internal factor as the mediator, while the customer relationship value had indirect influence on the same variable. The output has also extracted two serial mediators of the resonance branding model in the context of the Thai virtual co-creation fan-page society in Thailand.

Keywords: Brand Resonance; Virtual Co-Creation; Customer Relationship Value

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Chaturongakul, D., Piriyaikul, R., & Thianthai, C. (2020). Developing brand resonance based on the value of customer relationships and virtual co-creation in the context of the mobile phone network service providers: ABC Company Limited. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 197-210.

¹ Doctor of Business Administration Program in Business Administration, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Rd., Hua Mak, Bangkok, Bangkok, 10240, Thailand
E-mail: dewdino@gmail.com

² Faculty of Science, Ramkhamhaeng University

³ Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระแสความนิยมโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในเวลาอันสั้นส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจเพื่อพัฒนาทั้งในด้านตัวผลิตภัณฑ์และประสิทธิภาพการให้บริการด้านสัญญาณสื่อสารเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายฯ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต โดยลูกค้ามีการใช้บริการสื่อสารข้อมูลที่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากแทนที่การติดต่อสนทนาโดยใช้เสียงเนื่องด้วยความสะดวกรวดเร็วและมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า (Government Savings Bank. GSB Research, 2017)

อุตสาหกรรมบริการเครือข่ายฯ ของไทยปัจจุบันมีโครงสร้างที่ประกอบไปด้วยผู้ให้บริการรายใหญ่ซึ่งดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลายาวนานเพียง 3-4 ราย สถานการณ์การแข่งขันมีแนวโน้มที่จะรุนแรงมากขึ้นเนื่องจากไม่มีลูกค้าใหม่เข้ามาเพิ่ม ตลาดมีการเติบโตในอัตราที่ลดลงและเข้าสู่ระยะอิ่มตัว ผู้ประกอบการต่างใช้กลยุทธ์การตลาดในลักษณะเดียวกันเพื่อชิงลูกค้า กล่าวคือ รักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ด้วยบริการพิเศษต่างๆ และจูงใจให้ลูกค้าที่มีอยู่ใช้บริการเพิ่มขึ้นซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวได้ผลเพียงเล็กน้อยเนื่องจากลูกค้ามีการใช้บริการอย่างเต็มที่แล้ว จากสถิติพบว่าคนไทยมีการใช้งานเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยคิดเป็น 1.76 เลขหมายต่อคน Marketingoops (2017) อย่างไรก็ตามนอกจากกลยุทธ์รักษาฐานลูกค้าแล้วยังมีการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าโดยการโน้มน้าวให้ลูกค้าของเครือข่ายฯ อื่นย้ายมาใช้บริการเครือข่ายฯ ตนเอง ด้วยการนำเสนอการส่งเสริมการขายแบบต่างๆ เช่น ลดราคาค่าบริการพิเศษสำหรับลูกค้าย้ายค่ายเบอร์เดิม การแจกเครื่องฟรีกับสมาชิกใหม่ที่ย้ายค่าย เป็นต้น ซึ่งไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการแข่งขันโดยใช้ราคาเพื่อแย่งชิงลูกค้านั้นย่อมส่งผลต่อความยากลำบากในการทำกำไรของธุรกิจด้วยในเวลาเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นการไม่คุ้มค่าด้านการลงทุนอย่างยิ่งหากพิจารณาเปรียบ

เทียบระหว่างต้นทุนที่สูญเสียไปเพื่อแสวงหาลูกค้ากับผลประโยชน์ที่ได้รับจากลูกค้าที่ใช้บริการเพียงระยะเวลาอันสั้น

อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในลักษณะดังกล่าวได้ดำเนินติดต่อกันมานานจนทำให้ปัจจุบันทุกเครือข่ายฯ ต่างต้องเผชิญกับปัญหาการย้ายค่ายของลูกค้าเป็นจำนวนมากอยู่ตลอดเวลา (Prachachat Online, 2017, GSB Research, 2017)

ดังนั้นจึงจำเป็นต้องหาวิธีที่ธุรกิจเครือข่ายฯ จะต้องพิจารณาแสวงหากลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อสร้างบริการที่แข็งแกร่งเหนือคู่แข่งและเป็นเครือข่ายผู้ให้บริการที่อยู่ในใจลูกค้าตลอดเวลาซึ่งกลยุทธ์หนึ่งที่เกิดจากการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าและลูกค้ากับลูกค้าด้วยกันจนเกิดเป็นสัมพันธ์ภาพในกลุ่มที่ใช้สินค้าตราเดียวกันคือทำแบรนด์รีโซแนนซ์

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้แนวคิดการสร้างแบรนด์รีโซแนนซ์ของ Keller (2013) การสร้างแบรนด์รีโซแนนซ์ คือการสร้างคุณค่าตราสินค้าโดยใช้สายใยความสัมพันธ์ (Bond) ที่ลูกค้ามีต่อตราสินค้าเป็นเครื่องมือสำคัญซึ่งบริบทนี้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมการใช้บริการในยุคปัจจุบันที่ลูกค้าสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตและให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ในสังคมเสมือนหรือ “Virtual Community” เป็นอย่างมาก ทั้งนี้ข่าวสารความรู้ที่ลูกค้าได้รับจากสังคมเสมือนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง Kotler, Kartajaya and Setiawan (2017) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคยุคการตลาด 4.0 นั้นเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตที่เคยให้ความสำคัญกับการตัดสินใจด้วยตนเองมาเป็นการตัดสินใจโดยอาศัยความคิดเห็น/ข้อมูลจากผู้อื่นด้วย

จากภาวะกดดันที่ตลาดเครือข่ายโทรศัพย์เข้าสู่ระยะอิ่มตัว เกิดการแข่งขันด้านราคาจนนำมาซึ่งปัญหาการย้ายเครือข่ายฯ ดังที่ได้นำเสนอข้างต้นดังนั้นการศึกษาดังกล่าวจึงมุ่งเน้นการสร้างแบรนด์รีโซแนนซ์ในอุตสาหกรรม

บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ประสบความสำเร็จได้จึงเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์การตลาดเพื่อรักษาฐานลูกค้าและสร้างมูลค่าแก่ธุรกิจในระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. ศึกษาระดับการรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้าและการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือน
2. ศึกษาระดับการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกและคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายใน
3. ศึกษาระดับการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับแบรนด์รีโซแนนซ์
4. วิเคราะห์อิทธิพลของระดับคุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้า และการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือน ที่ส่งผ่านคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกและคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายในไปสู่แบรนด์รีโซแนนซ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **แบรนด์รีโซแนนซ์ (brand resonance)** หมายถึง การที่ลูกค้ามีความสัมพันธ์ทางจิตวิทยาอย่างแรงกล้าต่อตราเสมือนเป็นหนึ่งในเดียวกับตราจรรยาไปสู่การตอบสนองในรูปแบบของความรู้สึก ความคิดเชิงบวก และการมีพฤติกรรมสนับสนุนตราสินค้าทุกรูปแบบ
2. **คุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้า (customer relationship value)** หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าถึงคุณประโยชน์ที่ได้รับจากการมีปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่องกับผู้ให้บริการเครือข่ายฯ ซึ่งปรากฏให้เห็นในรูปแบบของความคุ้นเคยกับผู้ให้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ การยอมรับเชื่อถือผู้ให้บริการ
3. **การมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือน (virtual co-creation)** หมายถึง การที่ลูกค้าผู้ให้บริการ

เครือข่ายฯ ได้มีปฏิสัมพันธ์กันระหว่าง ลูกค้าในเครือข่ายฯ เดียวกัน และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในสังคมออนไลน์ ด้วยการแบ่งปันความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น การร่วมทำกิจกรรม การร่วมวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ เพื่อการพัฒนาความรู้ใหม่ซึ่งเป็นประโยชน์แก่กลุ่มสังคมออนไลน์และผู้เกี่ยวข้อง

4. **คุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก (emotional extrinsic value)** หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการใช้บริการเครือข่ายฯ ในส่วนที่เห็นได้เชิงประจักษ์ (อาทิเช่น ส่วนลดค่าบริการ การส่งเสริมการขายพิเศษที่ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งาน สิทธิพิเศษกรณีย้ายค่ายเบอร์เดิม ฯลฯ) โดยประโยชน์ดังกล่าวก่อให้เกิดการรับรู้คุณค่าขึ้นในใจของลูกค้าซึ่งเป็นผลจากการประเมินระหว่างประโยชน์ที่ได้รับกับความคาดหวัง

5. **คุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายใน (emotional intrinsic value)** หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าถึงประโยชน์ด้านจิตใจและอารมณ์ซึ่งได้รับผ่านประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการเครือข่ายฯ ในส่วนที่เป็นคุณสมบัติแฝงไม่สามารถจับต้องได้ (อาทิเช่น ชื่อเสียงผู้ให้บริการเครือข่าย ภาพพจน์ของตรา การสื่อสารการตลาดของผู้ให้บริการเครือข่ายฯ กับลูกค้าและผู้เกี่ยวข้อง ประสิทธิภาพการให้บริการ ความสามารถทางเทคโนโลยีของผู้ให้บริการ ฯลฯ) โดยประโยชน์ดังกล่าวทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้คุณค่าซึ่งเป็นผลจากการประเมินระหว่างประโยชน์ที่ได้รับจริงกับความคาดหวังของลูกค้า

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้เนื้อหาประกอบด้วยตัวแปรที่เกี่ยวข้องได้แก่คุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้า ของลูกค้า การมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือน คุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกและคุณค่าการ

รับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายใน และแบรนด์รีโซแนนซ์

ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาคั้งนี้เก็บรวบรวมจากประชากรซึ่งเป็นผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บริษัท เอปซี จำกัด ที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกและมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มสังคมออนไลน์ บริษัท เอปซี จำกัด เนื่องจากสังคมออนไลน์เครือข่าย เอปซีปซี เป็นสังคมเสมือนที่มีขนาดใหญ่ที่สุด สมาชิกมีการปฏิสัมพันธ์นำไปสู่การมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนอย่างชัดเจนซึ่งสอดคล้องกับบริบทของการศึกษาเรื่องแบรนด์รีโซแนนซ์เป็นอย่างยิ่ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเชิงวิชาการ

ผลการวิจัยครั้งนี้สนับสนุนการศึกษาตามแนวคิดของ Keller (1993, 2001, 2013) ในการสร้างความสัมพันธ์กับตราสินค้าด้วยแบบจำลองแบรนด์รีโซแนนซ์ (brand resonance model) และแนวคิดการตลาดบนพื้นฐานของคุณค่า (value-based marketing)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเชิงการบริหารงาน

เพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางสร้างความผูกพันเชิงลึกต่อตราในอุตสาหกรรมบริการเครือข่ายฯ ซึ่งการที่ลูกค้ามีความผูกพันเชิงลึกต่อตราสินค้านั้นจะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถธำรงรักษาลูกค้าไว้ได้เป็นระยะเวลาอันยาวนาน และยังสามารถลดปัญหาการย้ายเครือข่ายฯ ที่เกิดขึ้นได้

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ถูกขับเคลื่อนด้วยแนวคิดทฤษฎีสนับสนุนดังต่อไปนี้

ทฤษฎีความเสมอภาค (equity theory) ถูกนำเสนอโดยนักจิตวิทยาด้านพฤติกรรมชื่อ J Stacy Adam

ทฤษฎีนี้อธิบายว่าการแสดงพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลนั้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลทำการพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์ที่บุคคลได้รับกับทรัพยากรบุคคลได้ทุ่มเทไป ทฤษฎีดังกล่าวนำมาประยุกต์ใช้สนับสนุนการศึกษาในประเด็น คุณค่าความสัมพันธ์จากการใช้บริการเครือข่ายฯ โดยการที่ลูกค้ายังคงเลือกใช้บริการกับผู้ให้บริการกับเครือข่ายฯ รายเดิมอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาอันยาวนานนั้นเป็นผลจากการพิจารณาด้วยตัวของลูกค้าเองว่า ลูกค้าได้รับผลประโยชน์จากการใช้บริการที่มากกว่าทรัพยากรที่ลูกค้าได้ทุ่มเทไปเพื่อใช้บริการเครือข่ายฯ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ามีงานวิจัยที่ศึกษาสอดคล้องกับหลักการดังกล่าวเป็นจำนวนมาก อาทิเช่น Zeithaml, Parasuraman and Berry (1985) อธิบายว่าคุณภาพการบริการเป็นเรื่องสำคัญ การบริการที่มีคุณภาพจะทำให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ที่ดีต่อตราและธุรกิจโดยลูกค้าจะพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการใช้บริการ หากลูกค้าพึงพอใจมีประสบการณ์ที่ดีจากบริการจะทำให้ลูกค้าเกิดการยอมรับในศักยภาพความโดดเด่นด้านบริการของผู้ให้บริการ ซึ่งจะเชื่อมโยงไปสู่การตัดสินใจใช้บริการต่อเนื่องกับผู้ให้บริการสืบต่อไป Brack and Benkenstein (2012) และ Zhu, Wang and Chong (2016) กล่าวว่า ในบริบทของสังคมออนไลน์การติดต่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการเป็นสิ่งสำคัญ การให้บริการดูแลลูกค้าเป็นอย่างดีของพนักงานขายซึ่งเป็นเสมือนตัวแทนของธุรกิจผู้ให้บริการนั้นสามารถพัฒนาไปสู่ความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ได้ในอนาคต โดยการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการที่มากกว่าการลงทุนของลูกค้า นั้น จะทำให้ลูกค้าให้การยอมรับและตระหนักถึงพนักงานผู้ให้บริการในฐานะเพื่อนที่อยู่ร่วมในกลุ่มสังคมเดียวกัน การรับรู้ถึงคุณค่าความสัมพันธ์ในลักษณะนี้สามารถทำให้ลูกค้าแสดงพฤติกรรมในการสนับสนุนตราอย่างชัดเจนต่อไปได้ เช่น การแนะนำชาวตราสินค้าต่อสื่อสังคม

ออนไลน์ที่สังกัดหรือให้ข้อมูลข่าวสารตราเชิงบวกในพื้นที่สาธารณะ เป็นต้น

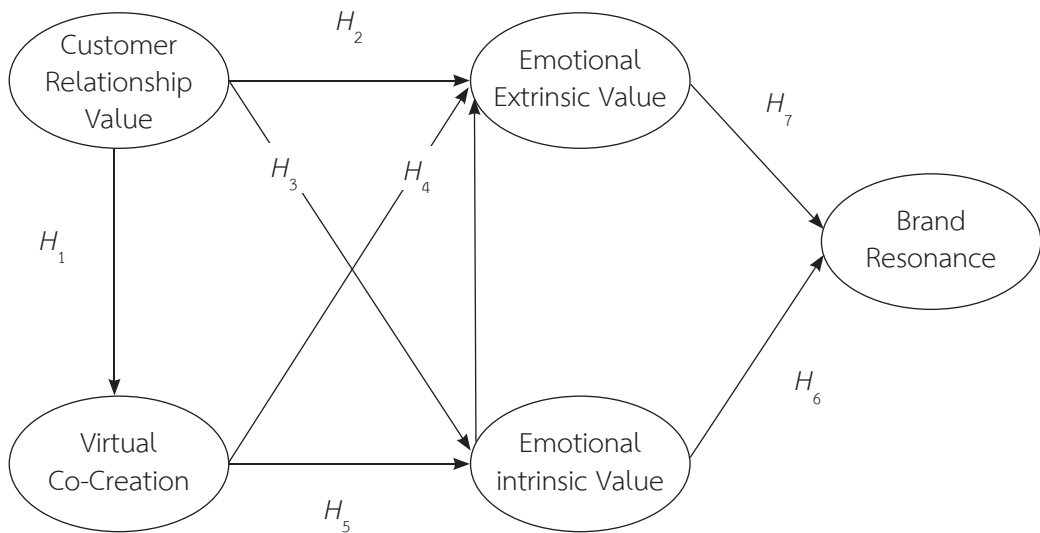
ทฤษฎีการประเมินตัวเอง (Self Determination Theory-SDT) เป็นทฤษฎีที่นำเสนอโดยนักจิตวิทยาชื่อ Edward L. Deci และ Richard M Ryan ที่อธิบายว่าจุดมุ่งหมายของบุคคลเป็นปัจจัยจูงใจทางจิตวิทยาที่สำคัญในการทำให้บุคคลพยายามกระทำพฤติกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเพื่อที่จะบรรลุจุดหมาย Barrera (1986) และ Zhang and Nuan (2016) ระบุว่าเป้าหมายสำคัญประการหนึ่งของบุคคลซึ่งเป็นแรงผลักดันตามธรรมชาติของมนุษย์ในการดำรงชีวิตคือการรวมกลุ่มและได้รับการสนับสนุนทางสังคม (social support) หลักการจากทฤษฎีดังกล่าวได้นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ในส่วนของการใช้ความพยายามเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลด้านสังคมของลูกค้าโดยการสร้างการยอมรับในกลุ่มสังคมเสมือน (virtual community) ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มสังคมของลูกค้าผู้ใช้บริการเครือข่ายๆ เดียวกัน โดยจากการทบทวนวรรณกรรมทำให้กล่าวได้ว่าลูกค้ามีการนำความรู้ที่ได้รับจากใช้บริการไปใช้ในการสร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมในกลุ่มสังคมเสมือนที่ตนสังกัดในหลายลักษณะ (virtual co-creation) อาทิ เช่น การสื่อสารร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงพัฒนาการบริการ การแบ่งปันความรู้ในสื่อสังคมออนไลน์ที่ตนสังกัด เป็นต้นดังปรากฏในงานวิจัยของนักวิชาการในหลากหลายแง่มุม ได้แก่ Occhiocupo and Friess (2013) กล่าวว่าปัจจัยที่จูงใจให้ลูกค้าตั้งใจจะมีส่วนร่วมสร้างในสังคมเสมือน คือ ประสบการณ์ในอดีตของตัวเองจากการใช้บริการหรือบริโภคสินค้า และความต้องการแสดงออกเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในกลุ่มสังคมเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Chen and Wang (2016) อธิบายว่าลูกค้ามีความมั่นใจที่จะใช้ประสบการณ์ต่อตราในเชิงบวกของตนเองสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแสดงออกถึงการมี

ส่วนร่วมสร้างในกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่

แนวความคิด “แบรนด์รีโซแนนซ์ (brand resonance)” ซึ่งเป็นแนวคิดในการสร้างคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของลูกค้า (customer-based brand equity) ซึ่งนำเสนอโดย Keller (1993)

Keller (1993) อธิบายว่า แบรนด์รีโซแนนซ์นั้นเป็นแนวคิดในการสร้างตราสินค้าให้แข็งแกร่งโดยใช้สายใยความสัมพันธ์ที่ลูกค้ามีต่อตราสินค้าเป็นเครื่องมือสำคัญ ซึ่งยังคงสอดคล้องกับหลักการตลาดบนพื้นฐานของคุณค่า (value based marketing) (Doyle, 2008) ที่มุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวเพื่อสร้างมูลค่าในช่วงชีวิตของการเป็นลูกค้า (customer lifetime value) แบรนด์รีโซแนนซ์ (brand resonance) เป็นระดับความสัมพันธ์สูงสุดระหว่างลูกค้ากับตราสินค้าซึ่งเกิดจากการพัฒนาการอย่างสมบูรณ์แบบ ในขั้นนี้ลูกค้าจะมีผูกพันต่อตราสินค้าอย่างลึกซึ้ง โดยลูกค้าจะมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับตราสินค้าผนวกกับมีการเข้าร่วมกลุ่มสังคมเสมือนโดยอาศัยเทคโนโลยีของผู้ที่ใช้ตราสินค้าเดียวกันทำให้มีปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มถึงการสร้างคุณค่าของตราสินค้าให้กับผู้ใช้ ลักษณะของความสัมพันธ์ในระยะนี้จะ เป็นในลักษณะของสายใยความสัมพันธ์หรือที่เรียกว่า “Bonding” ซึ่งเป็นที่มาของการเกิดความภักดีต่อตราสินค้าในระดับสูงสุดนั่นเอง (Keller, 2003) โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกใช้แนวคิดตามแบบจำลองแบรนด์รีโซแนนซ์มาประยุกต์ใช้เนื่องจากมีความสอดคล้องกับบริบทของการบริการเครือข่ายซึ่งมุ่งเน้นในการสร้างสายใยความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยอาศัยกลุ่มสังคมเสมือนเป็นสำคัญ

จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อ การวิจัยครั้งนี้ทำให้เกิดการเชื่อมโยงตัวแปรที่เกี่ยวข้องด้วยกัน และสามารถนำเสนอภาพกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้า (customer relationship value) ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือน (virtual co-creation)

สมมติฐานที่ 2 คุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้า (customer relationship value) ส่งผลต่อคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก (emotional extrinsic value)

สมมติฐานที่ 3 คุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้า (customer relationship value) ส่งผลต่อคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายใน (emotional intrinsic value)

สมมติฐานที่ 4 การมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือน (virtual co-creation) ส่งผลต่อคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก (emotional extrinsic value)

สมมติฐานที่ 5 การมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือน (virtual co-creation) ส่งผลต่อคุณค่าการ

รับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายใน (emotional intrinsic value)

สมมติฐานที่ 6 คุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายใน (emotional intrinsic value) ส่งผลต่อแบรนด์รีโซแนนซ์ (brand resonance)

สมมติฐานที่ 7 คุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก (emotional extrinsic value) ส่งผลต่อแบรนด์รีโซแนนซ์ (brand resonance)

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการเครือข่ายฯ บริษัท เอปี้ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ผ่านแฟนเพจหรือกลุ่มสังคมออนไลน์ เอปี้ ทั้งนี้ การระบุประชากรในการศึกษาวิจัยเป็นผู้ใช้บริการเครือข่าย เอปี้ ที่มีคุณลักษณะดังกล่าวข้างต้นนั้น เป็นผลมาจากการที่ผู้วิจัยได้ติดตามศึกษาถึงการเข้าร่วมสังคมออนไลน์ของแต่ละเครือข่ายฯ พร้อมกับสังเกต

พฤติกรรมการณ์ติดต่อกันระหว่างสมาชิก ซึ่งจากการสังเกตพบว่าสังคมออนไลน์ของเครือข่าย เอบีซี เป็นสังคมเสมือนที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ในแต่ละช่วงเวลามีสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มเป็นจำนวนมาก และทางเครือข่าย เอบีซี บีซี เองได้มีการแสดงให้เห็นชัดเจนว่าให้ความสำคัญกับการดูแลลูกค้าทั้งในระดับนโยบายจนถึงการปฏิบัติ ซึ่งพฤติกรรมการณ์การปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวแสดงถึงลักษณะการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือน (virtual co-creation) ได้อย่างชัดเจนสอดคล้องกับบริบทของการศึกษาเรื่องแบรนด์รีโซแนนซ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างตามหลักการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Westland (2010) ที่มีการศึกษาเกี่ยวกับตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ (lower bound on sample size in structural instruction modelling) ในการศึกษาครั้งนี้ตัวอย่างจำนวน 506 หน่วยการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเชิงชั้นภูมิ (stratified sampling) การกำหนดสัดส่วนชั้นภูมิ (strata) แบ่งกลุ่มประชากรตามเกณฑ์ระยะเวลาการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มสังคมออนไลน์ออกได้เป็น 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มสมาชิกที่เข้าร่วมสังคมออนไลน์ เอบีซี มาเป็นระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี และมากกว่า 6 ปี จากนั้นจึงทำการกำหนดตัวอย่างให้แต่ละชั้นภูมิและทำการสุ่มตัวอย่างย่อยจากแต่ละชั้นภูมิด้วยแบบง่าย (simple random sampling) จนได้ขนาดตัวอย่าง 506 หน่วย ตามที่คำนวณไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ทั้งนี้ในการสร้างข้อคำถามสำหรับตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดจากนักวิชาการที่นำเสนอ งานวิจัยในอดีตมาปรับใช้ในการสร้างคำถาม โดยในการปรับเปลี่ยนมีความมุ่งหมายให้คำถามแต่ละข้อมีความเหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของการให้บริการเครือข่ายฯ และครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะที่กำหนด

ไว้เป็นสำคัญ ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ และวิเคราะห์ความสอดคล้องภายในของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาช (the coefficient of alpha) พบว่าทุกปัจจัยในการศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ระหว่าง 0.827 ถึง 0.913

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิตินำเสนอใน 4 ส่วนดังนี้

1. ด้านประชากรศาสตร์

ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 50 เป็นผู้มีอายุอยู่ในช่วง 19-25 ปี โดย ส่วนใหญ่เป็นผู้ศึกษาในระดับปริญญาตรี และกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ระดับปานกลางต่ำคือรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท

2. ด้านพฤติกรรมการณ์เป็นลูกค้าของเครือข่าย เอบีซี

ตัวอย่างร้อยละ 62.06 ใช้บริการเครือข่าย เอบีซี มาเกิน 3 ปี โดยจำแนกเป็นผู้ใช้บริการระยะเวลา 3-6 ปี ร้อยละ 38.34 และร้อยละ 23.72 ใช้บริการมากกว่า 6 ปี โดยตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการเครือข่ายฯ อื่นมาก่อน ในขณะที่ร้อยละ 25.69 ใช้บริการเครือข่าย เอบีซี เพียงเครือข่ายเดียวมาโดยตลอด ตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการรายเดือน บริการเสริมที่ใช้มากที่สุดคือ บริการด้านความบันเทิง

3. ด้านพฤติกรรมการณ์เข้าร่วมกลุ่มสังคมออนไลน์

ตัวอย่างร้อยละ 43.68 เข้าร่วมสมาชิกกลุ่มสังคมออนไลน์เครือข่าย เอบีซี มาเป็นเวลานานโดยจำแนกเป็นสมาชิกอายุ 3-6 ปี และมากกว่า 6 ปี สมาชิกส่วนใหญ่เข้าร่วมทำกิจกรรมในกลุ่มสังคมออนไลน์ทุกวัน/เกือบทุกวัน กิจกรรมที่นิยมเป็นการติดตามข่าวประชาสัมพันธ์ เล่นเกม แบ่งปันประสบการณ์ตามลำดับ พบว่าร้อยละ 40.32 ได้แบ่งปันความคิดเห็นต่อ

กลุ่ม 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์และผู้ que แบ่งปันความคิดเห็นทุกวัน/เกือบทุกวันมีจำนวนร้อยละ 28.26 ทั้งนี้รูปแบบการตอบสนองจากสมาชิกกลุ่มสังคมออนไลน์ต่อการโพสต์ (post) ข้อความมากที่สุดคือการกด like กด share และการส่งรูป/สัญลักษณ์แสดงความรู้สึกต่างๆ ตามลำดับ

4. การศึกษาปัจจัยตามกรอบแนวคิด

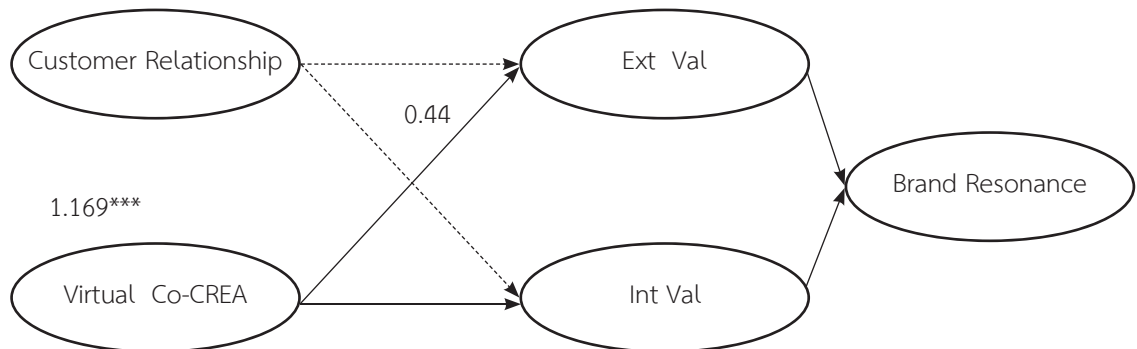
4.1 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับ คุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้าและการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนจากการศึกษาทำให้สรุปได้ว่าในภาพรวมแล้วระดับการรับรู้คุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.236

4.2 ระดับการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกและคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายในการศึกษาพบว่าระดับการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.963 และคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์

ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายในโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.870 ในส่วนของคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก บริการเครือข่าย เอปซี เรื่องความเร็วของการให้บริการ อินเทอร์เน็ต (การรับ-ส่งข้อมูล) ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สำหรับการคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายในประโยชน์ด้านจิตใจที่ลูกค้าได้รับจากเครือข่าย เอปซี ตลอดระยะเวลาที่ใช้บริการคือความภูมิใจที่เป็นลูกค้าเครือข่ายชั้นนำอย่างเครือข่าย เอปซี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

4.3 ระดับการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับแบรนด์รีโซแนนซ์ภาพรวมระดับการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์รีโซแนนซ์ทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.033 ในส่วนความผูกพันที่ได้รับจากสายใยของกลุ่มนั้นประเด็นกลุ่มสังคมออนไลน์ความสำคัญมีต่อเครือข่าย เอปซี โดยช่วยทำให้ทราบถึงปัญหาการใช้บริการต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด

4.4 ผลการศึกษาตัวแบบสมการโครงสร้างและทดสอบสมมติฐาน



ภาพ 2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบตัวแปรส่งผ่าน (mediator variable)

ตาราง 1

การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐาน	สัมประสิทธิ์	ค่า t-stat	สรุปผล
Customer Relationship -> Ex Val	0.44	0.206	ไม่สนับสนุน
Customer Relationship -> Int Val	-0.190	-0.737	ไม่สนับสนุน
Customer Relationship -> Virtual Co-CREA	1.169***	23.457	สนับสนุน
Virtual Co-CREA -> Ex Val	0.983***	5.616	สนับสนุน
Virtual Co-CREA -> Int Val	1.063***	4.919	สนับสนุน
Ex Val -> Brand Resonance	0.088	2.068	ไม่สนับสนุน
Int Val -> Brand Resonance	0.319***	4.481	สนับสนุน

หมายเหตุ : * $p < 0.05$; $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

จากการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนและคุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้า ผลต่อแบรนด์รีไซเคิล โดย การมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนส่งผลโดยตรงกับ คุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายในมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 1.063*** และคุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้า นั้นส่งผลโดยอ้อมจากปัจจัยส่งผ่านการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 1.169** และคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายใน โดยการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนมีค่าน้ำหนักอิทธิพลรวมเท่ากับ 1.115 ซึ่งมากกว่าคุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้าที่มีค่าน้ำหนักอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.853 สรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนและคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายในเป็นตัวแปรส่งผ่านต่อเนื่อง (serial mediator) ไปสู่แบรนด์รีไซเคิล

อภิปรายผล

จากการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างสามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ผลข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์แสดงให้เห็นว่าตัวอย่างเป็นผู้มีความผูกพันและความภักดีต่อเครือข่าย เอปี้ซี เป็นอย่างสูง ดังปรากฏในผลการวิจัยว่าตัวอย่างร้อยละ 43.68 เข้าร่วมสมาชิกกลุ่มสังคมออนไลน์เครือข่าย เอปี้ซี มาเป็นเวลานานโดยจำแนกเป็นสมาชิกอายุ 3-6 ปีและมากกว่า 6 ปี สมาชิกส่วนใหญ่เข้าร่วมทำกิจกรรมในกลุ่มสังคมออนไลน์ทุกวัน/เกือบทุกถึงพบว่าร้อยละ 40.32 ได้แบ่งปันความคิดเห็นต่อกลุ่ม 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์และผู้แบ่งปันความคิดเห็นทุกวัน/เกือบทุกวันมีจำนวนร้อยละ 28.26

ผลการศึกษาที่ได้บ่งชี้ให้ทราบได้ว่า กลุ่มสังคมเสมือนนั้นสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์และมีความสัมพันธ์กันอย่างเหนียวแน่นซึ่งถือเป็นการแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือน จึงทำให้สรุปได้ว่าตัวอย่างเป็นผู้มีความภักดีและมีสายใยแห่งความผูกพัน (bond) กับกลุ่มสังคมออนไลน์เครือข่าย เอปี้ซี เป็นอย่างมาก โดยคุณสมบัติดังกล่าวบ่งชี้ถึงการตั้งกฎเกณฑ์การกำหนดประชากรที่ดีด้วย

2. ผลการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้าผ่านคุณประโยชน์จากบริการนั้น

เป็นไปตามแนวคิดเรื่องการบริหารในส่วนการบริการของ Zeithaml, Parasuraman and Berry (1985) ที่อธิบายว่าการรับรู้ของลูกค้าถึงความโดดเด่นในการบริการนั้นจะทำให้ลูกค้าเกิดการยอมรับในบริการของเครือข่าย เอบีซี ว่ามีประโยชน์และช่วยให้การใช้ชีวิตประจำวันของลูกค้าดีขึ้นในทุกเรื่อง และผลการวิจัยยืนยันตรงกับของ Brack and Benkenstein (2012) และ Zhu, Wang and Chong (2016) อธิบายได้ว่าลูกค้ามีการตระหนักถึงคุณค่าที่ได้รับจากการบริการและความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ จึงมีการแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing) ซึ่งพิจารณาว่าสิ่งที่ดีมีประโยชน์ต่อเพื่อสมาชิกในสังคมเสมือน

3. ผลวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ถึงการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนนั้นเป็นไปในทิศทางเดียวกับทฤษฎีการประเมินตัว เอบีซี (Self Determination Theory-SDT) อธิบายได้ว่าบุคคลใช้ทักษะความสามารถทำให้การปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มสังคมออนไลน์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาของตนเอง เช่นความต้องการมีสังคมโดยผลวิจัยนี้ยืนยันตรงกับ Occhiocupo and Friess (2013) ที่อธิบายว่าลูกค้ามีความตั้งใจที่จะมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนเนื่องจากอิทธิพลของปัจจัยจูงใจต่างๆ เช่น ประสบการณ์ในอดีตของตัวลูกค้า เอบีซี ความต้องการแสดงออก ความต้องการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เป็นต้น และ Chen and Wang (2016) และ Hsieh and Chang (2016) ที่สรุปไว้ว่า ประสบการณ์เชิงบวกที่บุคคลได้รับจากการใช้บริการนั้นเป็นสิ่งที่จูงใจให้ลูกค้าแสดงบทบาทของการมีส่วนร่วมสร้างได้

4. ผลการศึกษาระดับการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์รีโซแนนซ์ครั้งนี้ ถือเป็นการสอบย้ำการศึกษาของ Keller (1993, 2001, 2013) แบบจำลองแบรนด์รีโซแนนซ์จะเห็นว่าการที่ตัวอย่างมีแบรนด์รีโซแนนซ์ต่อเครือข่าย เอบีซี นั้นทำให้ตัวอย่างมีทัศนคติเชิง

บวกและแสดงพฤติกรรมที่เป็นการสนับสนุนเครือข่าย เอบีซี ทุกรูปแบบ ซึ่งยังคงสอดคล้องกับหลักการตลาดบนพื้นฐานของคุณค่า (value based marketing) (Doyle, 2008) ที่มุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวเพื่อสร้างมูลค่าในช่วงชีวิตของการเป็นลูกค้า (customer lifetime value) ด้วย

5. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่าการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนและคุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้ามีผลต่อแบรนด์รีโซแนนซ์นั้น ยืนยันตรงกับผลการวิจัยของนักวิชาการหลายท่านได้แก่ งานของ Arslanagic-Kalajdzic and Zabkar (2017) ที่พบว่าชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้โดยคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านไปสู่ความพอใจและความภักดี และยังสอดคล้องกับงานของ Hsieh and Chang (2016) ที่พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ของกิจกรรมการร่วมสร้างตราสินค้าสามารถจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมสร้าง

6. ผลการทดสอบสมมติฐานในประเด็นการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนส่งผลโดยตรงกับปัจจัยส่งผ่านคือ คุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายใน ในขณะที่คุณค่าความสัมพันธ์ของลูกค้า นั้นส่งผลโดยอ้อมจากตัวแปรส่งผ่านต่อเนื่อง (serial mediator) คือการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนและคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายในไปสู่แบรนด์รีโซแนนซ์นั้นสอดคล้องกับแนวคิดการตลาด 4.0 ที่เป็นการขยายการศึกษาในมิติของการสร้างแบรนด์รีโซแนนซ์ในยุคที่ขับเคลื่อนกิจกรรมการตลาดบนโลกออนไลน์และผลวิจัยยังยืนยันตรงกับ Chen and Wang (2016) ที่ว่าคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากการมีส่วนร่วมสร้างสินค้าของลูกค้า นั้นมีอิทธิพลต่อความผูกพันและสายใย (bond) ภายในกลุ่มสังคมตราสินค้า

โดยภาพรวมผลการศึกษาคั้งนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนาให้ลูกค้าเกิดการตระหนักถึงคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายในได้ โดยอาศัยพลังของการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือนซึ่งเริ่มต้นได้จากที่ผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้เกิดปฏิสัมพันธ์โดยการจัดสร้างกลุ่มสังคมออนไลน์ของผู้ใช้บริการเครือข่ายขึ้น และกระตุ้นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในสังคมเสมือนด้วยการจัดการทางการตลาดเกี่ยวกับเนื้อหา (content) ที่จะนำเสนอในสังคมออนไลน์ หรือ “Content Marketing” อย่างมีประสิทธิภาพ การนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจทำหน้าที่เสมือนตัวจุดประกายให้สมาชิกสนใจเข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น ซึ่งการดำเนินงานในส่วนที่กล่าวมานี้เป็นความรับผิดชอบสำคัญของผู้ดูแลเพจ (adminpage) ในฐานะตัวแทนของธุรกิจผู้ให้บริการ

ในส่วนของบริษัทกับธุรกิจผู้ให้บริการเครือข่ายฯ แบนด์วีธเนชั่นเป็นระดับความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับตราสินค้าที่มีความแข็งแกร่งสูงสุดที่จะทำให้ลูกค้าอยู่กับเครือข่ายระยะยาวด้วยความสมัครใจ ซึ่งจะบรรเทาปัญหาการย้ายเครือข่ายฯ จากอิทธิพลของการแข่งขันด้านราคาลงได้

ข้อเสนอแนะ

การนำไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนาให้ลูกค้าเกิดการตระหนักถึงคุณค่าการรับรู้ทางอารมณ์ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายในได้โดยอาศัยพลังของการมีส่วนร่วมสร้างจากสังคมเสมือน (Virtual

Community) ซึ่งสามารถเริ่มต้นได้จากการที่ผู้ให้บริการให้การสนับสนุนให้เกิดพื้นที่ในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าขึ้นโดยการจัดสร้างกลุ่มสังคมออนไลน์ของผู้ใช้บริการเครือข่ายขึ้น และกระตุ้นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในสังคมเสมือนด้วยการจัดการทางการตลาดเกี่ยวกับเนื้อหา (Content) ที่จะนำเสนอในสังคมออนไลน์หรือ “ContentMarketing” อย่างมีประสิทธิภาพ การนำเสนอรูปแบบเนื้อหา (Content) ที่น่าสนใจทำหน้าที่เสมือนตัวจุดประกายให้สมาชิกสนใจเข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น ซึ่งการดำเนินงานในส่วนที่กล่าวมานี้เป็นความรับผิดชอบสำคัญของผู้ดูแลเพจ (Admin Page) ในฐานะตัวแทนของธุรกิจผู้ให้บริการ

ในบริบทของบริษัทซึ่งจะเกิดกับธุรกิจผู้ให้บริการเครือข่ายฯ นั้น กล่าวได้ว่าแบนด์วีธเนชั่นเป็นระดับความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับตราสินค้าที่มีความแข็งแกร่งสูงสุดซึ่งเป็นเสมือนกลยุทธ์สำคัญทางการตลาดในการที่จะทำให้ลูกค้าคงอยู่กับเครือข่ายฯ ในระยะยาวด้วยความสมัครใจ ซึ่งจะบรรเทาปัญหาการย้ายเครือข่ายฯ จากอิทธิพลของการแข่งขันด้านราคาลงได้ในที่สุด

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ประเด็นการศึกษาต่อเรื่องที่นำเสนอเพิ่มขยายความในการสร้างแบนด์วีธเนชั่นควรเพิ่มปัจจัย “ผู้สนับสนุนตราสินค้า (brand advocate)” สิ่งเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการสร้าง แบนด์วีธเนชั่นในสังคมเสมือน (virtual community) อันนำไปสู่การขยายตัวของแบนด์วีธเนชั่นได้มากขึ้น

การอ้างอิง

มาเก็ตติ้ง ออฟ (ประเทศไทย). (2560). *โทรศัพท์เคลื่อนที่*. ค้นจาก <http://www.yozzo.com/news-and-information/mvno-mobile-operator-s/mobile-market-shares-thailand-2016>

ประชาชาติธุรกิจ (ออนไลน์). (2559). *การแข่งขันสูงในอุตสาหกรรมโทรศัพท์มือถือไทย*. ค้นจาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1483332258

References

- Arslanagic-Kalajdzic, M., & Zabkar, V. (2017). Is perceived value more than value for money in professional business service. *Journal of Industrial Marketing Management*, 65, 47-58.
- Barrera M. (1986). Distinction between social support concepts, measures and models, *American Journal of Community Psychology*, 14(4), 413-445.
- Brack, A. D., & Benkenstein, M. (2012). The effects of overall similarity regarding the customer-to-customer-relationship in a service context. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(5), 501-509.
- Cropansano R., & Floger, R. (1989) Referent Cognitions and Task Decision Autonomy: Beyond Equity Theory. *Journal of Apply Psychology*, 74(2), 293-299.
- Chen, C. F., & Wang, P. (2016). Customer participation, value co-creation and customer loyalty - A case of airline online check-in system. *Computers in Human Behavior*, 62, 346-352.
- Doyle, P. (2008). *Value based marketing: marketing strategies for corporate growth and shareholder value*. John Wiley & Son.
- Emerson, R. (1976) Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335-362.
- Government Savings Bank. GSB Research. (2017). *Communication business*. Retrieved from <https://www.gsb.or.th/getattachment/651747b3-f9fc-4924-89da-34383c53f942/Info> [In Thai]
- Hatchfield, E., & Traupmann, J. (1977). *Intimate Relationship: A Perspective from Equity Theory*. University of wisconsin.
- Hsieh, S. H., & Chang, A. (2016). The psychological mechanism of brand co-creation engagement. *Journal of Interactive Marketing*, 33(13), 13-26.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing measuring and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- Keller, K. L. (2001). *Building customer-based brand equity: A blueprint for creating strong brand*. Cambridge, Marketing Science Institute.

- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Pearson Education.
- Marketing Oops. (2017). *Mobile Phone*. Retrieved from <http://www.yozzo.com/news-and-information/mvno-mobile-operator-s/mobile-market-shares-thailand-2016> [In Thai]
- Occhiocupo, N. & Friess, M. (2013). Exploring What Motivates Consumers to Co-Create Value in Virtual Fashion Communities (p. 2-16). In *Naples Forum on Service* [Online] Retrieved from <http://www.naplesforumonservice.it/uploads/files/Occhiocupo,%20Friess.pdf>
- Prachachat Online. (2017). *2016 High competition in Thai Mobilephone Industry*. Retrieved from https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1483332258 [In Thai]
- Ulaga, W., & Eggert, A. (2006). Value-based differentiation in business relationships: Gaining and sustaining key supplier status. *Journal of Marketing*, 70(1), 119-136.
- Westland, J. C. (2010). Lower bounds on sample size in structural equation modeling. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(6), 476-487.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985). Problems and strategies in services marketing. *Journal of Marketing*, 49(4), 33-46.
- Zhang R., & Nuan L, (2016) “Understanding relationship benefits from harmonious brand community on social media”, *Internet Research*, 26(4),809-826.
- Zhu, W., Wang, C. D., & Chong, C. C. (2016). Adult attachment, perceived social support, cultural orientation, and depressive symptoms: A moderated mediation model. *J CounsPsychol*. 63(6), 645-655.

ปัจจัยผลึกและปัจจัยตั้งในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย

ศรินธร ไชยรัตน์¹ สร้อยบุบผา สาสตร์มูล² สุทธิพงษ์ สุวรรณสาธิต³

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยผลึก และปัจจัยตั้งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยภายใต้กรอบแนวคิดปัจจัยผลึกและปัจจัยตั้งวิธีการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน มัคคุเทศก์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในชุมชนภาคเหนือจำนวน 398 ตัวอย่างจาก ชุมชน 6 ชุมชน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการเชิงเส้นตรง แบบจำลองสมการถดถอยปัวส์ซอง และแบบจำลองสมการถดถอยปัวส์ซองที่มีศูนย์จำนวนมาก

ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยว ตามกรอบแนวคิดปัจจัยผลึก และปัจจัยตั้ง วรรณกรรม และงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวพบ 10 ปัจจัยจุดใจที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนภาคเหนือของประเทศไทยปัจจัยตั้งที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด คือ ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยรองลงมา คือทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ปัจจัยผลึกที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด คือ การพัฒนาตนเอง รองลงมาคือ สถานภาพ

คำสำคัญ: ท่องเที่ยวโดยชุมชน; การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ; ปัจจัยผลึก; ปัจจัยตั้ง; พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ศรินธร ไชยรัตน์, สร้อยบุบผา สาสตร์มูล และสุทธิพงษ์ สุวรรณสาธิต. (2563). ปัจจัยผลึกและปัจจัยตั้งในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารดุซุญบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 211-224.

¹ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

1 ม. 20 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 13180, ประเทศไทย

อีเมล: Sarintorn@vru.ac.th

^{2,3} วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, ศาลายา จ.นครปฐม

Push and Pull Factors in Ecotourism by Community-Based In the Northern Area of Thailand

Sarintorn Chaiyarat¹ Soibuppha Sartmool² Suttipong Suwannasatit³

Abstract

This research attempted to study Push-Pull Factors influencing on tourists' behavior of community-based ecotourism approach in the Northern Thailand. The conceptual framework was based on Push-Pull model to explore tourists travelling behaviors. The research methodologies consisted of in-depth interview as well as survey by questionnaires from the community leaders, tourism entrepreneurs, tour guides, and those people involved in ecotourism community. The purposive random sampling was used to select 398 tourists in the six ecotourism communities. Data were analyzed by linear regression model, poisson regression model, and zero inflated poisson regression model.

The results indicated that factors motivating tourists' decision on traveling to community-based ecotourism consisted of 10 elements. Pull factors affecting tourist's decision most were accessibility to facilities and travel activities, followed by natural resources and culture. Meanwhile self development and status were respectively the two major push factors which affected decision.

Keywords: Community Based Tourism; Ecotourism; Push Factors; Pull Factors; Tourist Behavior

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Chaiyarat, S., Sartmool, S., & Suwannasatit, S. (2020). Push and pull factors in ecotourism by community-based in the Northern Area of Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 211-224.

¹ Valaya Alongkorn Rajabhat University in the Royal Patronage,

1 M. 20, Phahonyothin Road, Khlong Nueng Subdistrict, Khlong Luang District, Pathum Thani Province 13180, Thailand

E-mail: Sarintorn@vru.ac.th

^{2,3} Rajamangala Rattanakosin College of Innovative Management, Salaya, Nakhon Pathom Province.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน (mass tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche market) มากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (natural base tourism) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (cultural base tourism) เป็นต้น ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่สำคัญของประเทศไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และสัมผัสธรรมชาติเป็นหลัก (Boo, 1991, pp 4-8) จึงทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านที่ตั้ง และมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามทั่วทุกภาคของประเทศไทย ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว นอกเหนือจากอุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าแล้ว ชุมชนที่มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวก็นำทรัพยากรที่มีอยู่ให้บริการ และจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ชุมชนจึงเริ่มก่อตัวและเติบโตคู่ขนานไปกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบในระดับพื้นที่ภายใต้โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ (Responsible Ecological Social Tours Project - REST)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism; CBT) เป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ควบคู่ไปกับความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยมีกรมการพัฒนาชุมชนที่ได้รับมอบหมายจากกระทรวงมหาดไทยให้ดำเนินการส่งเสริมหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวมาตั้งแต่ปี 2549 และจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555 - 2559 มีวัตถุประสงค์ในการฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัว และเกิดความยั่งยืนและการจัดการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นเช่นโครงการ

ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เมื่อปี 2561 โดยกรมพัฒนาชุมชนดำเนินการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว โดยชุมชน จำนวนทั้งสิ้น 3,573 ชุมชนสอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐที่ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นไทย ภายใต้แนวคิด “ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต” Amazing Thailand Go Local ส่งผลให้นักท่องเที่ยวนั้นเพิ่มจำนวนจาก 50 ล้านคนในปี 2554 เป็นจำนวน 90 ล้านคนในปี 2561 และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเติบโตในทุกจังหวัด จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวเมืองหลักในปี 2561 มียอดนักท่องเที่ยวรวม 212 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วน 70.24% ของทั้งประเทศ ส่วนการท่องเที่ยวในเมืองรอง 90 ล้านคน คิดเป็น 29.76% ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยถึง 2.66 แสนล้านบาท (Institute for small and medium enterprise development, 2018)

จากแนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง และนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกจังหวัด จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในภาคเหนือของประเทศไทย เพื่อศึกษาปัจจัยหลัก และปัจจัยตั้งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน เนื่องจากการจัดท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนขององค์ประกอบด้านพื้นที่นั้นมีความสำคัญ และชุมชนในภาคเหนือของประเทศไทยนั้นมีลักษณะทางกายภาพและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ และมีศักยภาพในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากทรัพยากรของชุมชนได้อย่างหลากหลาย เช่น กิจกรรมเดินป่าตามเส้นทางศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมชมทัศนียภาพในธรรมชาติ กิจกรรมศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกตามบริบทของชุมชนเช่น บริการที่พักค้างแรม ร้านค้าชุมชน ร้าน

อาหาร บริการข่าวสารท่องเที่ยว บริการการเดินทาง และการขนส่ง การผลิตสินค้าจากวัตถุดิบและวัสดุที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อจำหน่าย

จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาชุมชนต้นแบบเชิงนิเวศในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ที่มีจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนได้แก่ ชุมชนบ้านแม่กำปอง ชุมชนบ้านแม่กลางหลวง ชุมชนบ้านปาง จ.เชียงใหม่ ชุมชนบ้านแม่ละนา ชุมชนบ้านจำโป๋ จ.แม่ฮ่องสอน และบ้านป่าเหมี้ยง จ.ลำปาง ภายใต้โครงการเที่ยวหลากหลายสไตล์ภาคเหนือ (miracle lana) ที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่และสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้เข้ามาให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน เพื่อให้ชุมชนได้มีแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม และสิ่งแวดลอมได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยผลึกและปัจจัยตั้งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย

นิยามศัพท์

1. **การท่องเที่ยวโดยชุมชน** หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน
2. **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการชื่นชม ศึกษาเรียนรู้และสัมผัสธรรมชาติเป็นหลัก
3. **ปัจจัยผลึก** หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากความต้องการจากภายในของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อ

พฤติกรรมและการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการด้าน กายภาพ สถานภาพ การพัฒนาตนเอง วัฒนธรรม อารมณ์และความรู้สึก และความต้องการส่วนบุคคล

4. **ปัจจัยตั้ง** หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของชุมชน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก ความสามารถในการเข้าถึง และกิจกรรม

5. **พฤติกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน ได้แก่ การเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไป การศึกษาเรียนรู้ และการพัฒนาตนเอง

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเจาะจงเลือกชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นตัวแทนในการศึกษา จากฐานข้อมูลของสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT-Community Based Tourism) จำนวน 6 ชุมชนในพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำปาง และจังหวัดแม่ฮ่องสอน ระยะเวลาในการวิจัยตั้งแต่เดือนมกราคม 2560 ถึง เดือนธันวาคม 2560

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยทราบปัจจัยผลึกและปัจจัยตั้งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน
2. ชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยสามารถบูรณาการองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษามาปรับใช้กับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน

ให้สอดคล้องกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสามารถใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีการอนุรักษ์ธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากแนวคิดเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยว Travel Motivation ทฤษฎีลำดับขั้นของ มาสโลว์ (Hollway, 2002, p. 64) กล่าวถึงลำดับความต้องการของมนุษย์ในบริบทของการท่องเที่ยว และการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน (Chen, 2011, pp. 349-364)

โดยเริ่มจากความต้องการขั้นพื้นฐานไปยังความต้องการในลำดับที่สูงกว่า เพื่อตอบสนองต่อ แรงผลักดัน ซึ่งเป็นความปรารถนาจากภายในและเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว (Dann, 1977, pp. 184-194) ในบริบทของการท่องเที่ยวอธิบายถึงปัจจัยผลักดัน คือสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวนั้นเกิดแรงจูงใจและออกเดินทางท่องเที่ยว และปัจจัยดึง คือองค์ประกอบของสถานที่ท่องเที่ยวที่เลือกเป็นจุดหมายปลายทาง จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึง ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน (ตาราง 1) ได้ดังนี้

ตาราง 1

ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน

	ปัจจัยดึง	อ้างอิง		ปัจจัยผลักดัน	อ้างอิง
ทรัพยากรธรรมชาติ	ความต้องการที่จะเห็นทัศนียภาพที่สวยงามแปลกตา วัฒนธรรมชาติ	Klenosky(2002), Kim et al. (2005), Yoon and Usal(2005)	กายภาพ	ความต้องการที่จะพักผ่อนและผ่อนคลายหลีกเลี่ยงสภาพแวดล้อมเดิมออกไปสัมผัสกับธรรมชาติ	Klenosky(2002), Yoon and Usal(2005)
สิ่งอำนวยความสะดวก	การบริการร้านอาหารที่พักแรม ข้อมูลข่าวสาร แหล่งความรู้ และการดูแลรักษาความปลอดภัย	Cromton (1979), Yoon and Usal (2005)	สถานภาพ	แสวงหาโอกาสเพื่อไปยังสถานที่ที่ไม่เคยไป หรือสถานที่คนส่วนใหญ่ยอมรับและกล่าวถึง	Cromton (1979), Dann (1981)
ความสามารถในการเข้าถึงกิจกรรม	เข้าถึงการให้บริการการเดินทางและการขนส่งที่สะดวก	Kim et al. (2005)	การพัฒนาตนเอง	การแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ ประสบการณ์ที่แตกต่าง และกิจกรรมที่สนใจ	Klenosky(2002), Yoon and Usal(2005)
	มีความสร้างสรรค์ มีความแปลกและมีความแตกต่าง	Klenosky(2002)	วัฒนธรรม	การเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม	Klenosky(2002), Kim et al. (2005), Yoon and Usal(2005)
			อารมณ์และความรู้สึก	สัมผัสบรรยากาศที่โรแมนติก ต้องการความรู้สึกรู้สึกความสงบ และปลอดภัย	Klenosky(2002), Yoon and Usal(2005)

ตาราง 1

ปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัยดิ่ง	อ้างอิง	ปัจจัยหลัก	อ้างอิง
		ใช้เวลาร่วมกับครอบครัว หรือคนรัก เข้าสังคม และรวมตัวกัน	Klenosky(2002), Yoon and Usal(2005)
		ความต้องการแสวงหาพบปะผู้คนในท้องถิ่น ความต้องการที่จะให้รางวัลแก่ตนเอง	

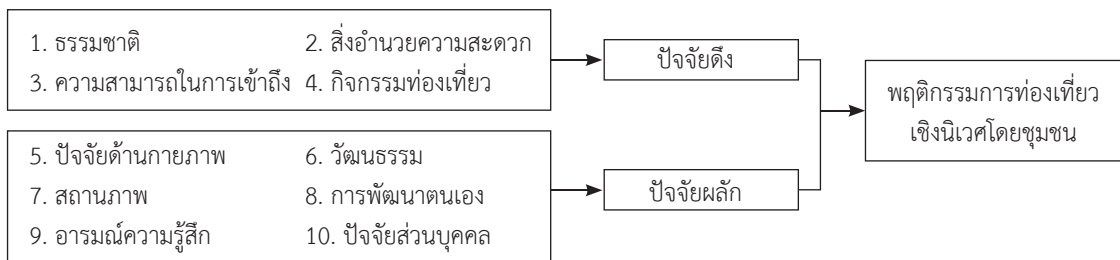
จากตาราง 1 พบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน สอดคล้องกับปัจจัยดิ่ง 4 ปัจจัย คือ 1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ทัศนียภาพสวยงาม แปลกตา ความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ 2) สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร แหล่งที่พัก แหล่งความรู้ ความปลอดภัย 3) ความสามารถในการเข้าถึง เช่น การให้บริการการขนส่ง การเดินทาง และ 4) กิจกรรมท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ ประสบการณ์ที่แตกต่าง สอดคล้องกับปัจจัยหลัก 6 ปัจจัย คือ 1) ด้านกายภาพ เช่น ความ

ต้องการพักผ่อน หลีกหนีจากสภาพแวดล้อมเดิม ต้องการไปสัมผัสธรรมชาติ 2) ด้านวัฒนธรรม เช่น เรียนรู้ชีวิต เรียนรู้วัฒนธรรม 3) ด้านอารมณ์และความรู้สึก เช่น ต้องการความตื่นเต้น ท้าทาย 4) ด้านสถานภาพ เช่น ความต้องการไปยังสถานที่ที่ไม่เคยไป 5) ด้านการพัฒนาตนเอง เช่น ความต้องการแสวงหาความรู้ ประสบการณ์ที่แตกต่าง และร่วมกิจกรรมที่สนใจ และ 6) ความต้องการด้านส่วนบุคคล เช่น ความต้องการในการใช้เวลาอยู่กับครอบครัว เข้าสังคม พบปะผู้คนในท้องถิ่น ให้รางวัลแก่ตนเอง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนภาคเหนือ 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำปาง และแม่ฮ่องสอน

กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน มัคคุเทศก์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน จำนวน 24 ราย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sampson (1967, pp. 30-38) ว่าควรมีประมาณ 20 ราย โดยทำการสัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน 6 ราย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน 3 ราย มัคคุเทศก์ 3 ราย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน 3 ราย และนักท่องเที่ยว 9 ราย

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวใน 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำปาง และแม่ฮ่องสอน ได้แก่ 1) ชุมชนบ้านแม่กำปอง 2) ชุมชนบ้านแม่กลางหลวง 3) ชุมชนบ้านปาง 4) ชุมชนบ้านป่าเหมี้ยง 5) ชุมชนบ้านแม่ละนา และ 6) ชุมชนบ้านจำโบ้ โดยใช้วิธีแบบบังเอิญในพื้นที่จริง และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในชุมชนจำนวน 398 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เชิงคุณภาพ (แบบสัมภาษณ์) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยมีแนวคำถามเป็นหลัก และเปิดกว้างสำหรับประเด็นที่อาจเกิดขึ้นระหว่างกระบวนการสนทนา เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยตั้งและปัจจัยผลึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน

2.2 เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม) ได้พัฒนาจากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ด้วยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ทำให้ได้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยตั้งและปัจจัยผลึก เพื่อเป็นกรอบแนวคิดใน

การศึกษาวิจัย ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ และวิเคราะห์ความสอดคล้องภายในของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาช (the coefficient of alpha) ซึ่งมีค่าอัลฟาส่วนใหญ่มากกว่า 0.7 ถือว่า มีความเหมาะสม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 เชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อทำการวิเคราะห์เนื้อหาโดยมีการบันทึกและถอดเทปสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง นำข้อมูลมาวิเคราะห์ สรุปเนื้อหา และตีความโดยผู้เชี่ยวชาญร่วมกันสรุปปัจจัยตั้ง และปัจจัยผลึก เพื่อเป็นกรอบในการจัดทำแบบสอบถาม

3.2 เชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยตั้ง และปัจจัยผลึก และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการเชิงเส้นตรง แบบจำลองสมการถดถอยปีวส์ของ และแบบจำลองสมการถดถอยปีวส์ของที่มีศูนย์จำนวนมาก

4. สถิติที่ใช้ในการศึกษาวิจัย การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) และแบบจำลองสมการเชิงเส้นตรง แบบจำลองสมการถดถอยปีวส์ของ และแบบจำลองสมการถดถอยปีวส์ของที่มีศูนย์จำนวนมาก

ผลการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยตั้งและปัจจัยผลึก พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตั้งและปัจจัยตั้ง ปัจจัยผลึกด้านกายภาพ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยตั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ (0.489) มากที่สุด ปัจจัยผลึกด้านวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยตั้งด้านกิจกรรมท่องเที่ยว (0.388) มากที่สุด ปัจจัยผลึกด้านอารมณ์ความรู้สึกมีความสัมพันธ์กับปัจจัยตั้งด้านกิจกรรมมากที่สุด (0.506) ปัจจัยผลึกด้านสภาพภูมิทัศน์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยตั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติมากที่สุด (0.432) ปัจจัยผลึกด้านการพัฒนาตนเองมีความ

สัมพันธ์กับปัจจัยด้านกิจกรรมมากที่สุด (0.461) ปัจจัยหลักด้านส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกิจกรรมมากที่สุด (0.450)

2. ผลจากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น

ตรง (linear regression) สมการถดถอยปัวส์ซอง (poisson regression) สมการถดถอยปัวส์ซองที่มีศูนย์มาก (Zero Inflated Poisson Regression; ZIP) (ตาราง 2)

ตาราง 2

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นตรง (linear regression) สมการถดถอยปัวส์ซอง (poisson regression) สมการถดถอยปัวส์ซองที่มีศูนย์มาก (Zero Inflated Poisson Regression; ZIP)

ตัวแปรอิสระ	Linear	Poisson1	Poisson2	ZIP1	ZIP2
ทรัพยากรธรรมชาติ	0.3431	0.7170	0.7686 *	1.0874 *	1.3923 **
สิ่งอำนวยความสะดวก	0.7914 **	1.4162 **	1.3801 **	1.7855 **	1.6348 **
กายภาพ	-	0.1173	0.1738	0.3522	0.5936 *
อารมณ์และความรู้สึก	0.1558	0.6773	1.0561 **	0.4808 *	
สถานภาพ	0.0763	0.4951	0.1738	0.5833	0.5648 *
การพัฒนาตนเอง	0.4694 **	0.4633	0.7682 **	0.5553 *	1.0038 **
ความต้องการส่วนบุคคล	0.2182	0.4743	0.2986	0.5123	
ความสามารถในการเข้าถึง	1.1928 **	1.9287 **	1.9389 **		
กิจกรรม	0.3377	0.7063	0.8594 **		
วัฒนธรรม	0.3825 *	0.6144	0.2012		
Constant	-	** -6.5585 **	** -6.5841 **	** -4.5852 **	** -4.4630 **
	2.2342 *	*	*	*	*
Inflate					
Inflate					
ความสามารถในการเข้าถึง				-20.3894 **	-26.0571 **
กิจกรรม				5.7196	6.2547 **
วัฒนธรรม				10.3162 **	7.8815 ***
Constant				23.4254 **	25.2684 **
				*	*

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตาราง 2

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นตรง (linear regression) สมการถดถอยปัวส์ซอง (poisson regression) สมการถดถอยปัวส์ซองที่มีศูนย์มาก (Zero Inflated Poisson Regression; ZIP) (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	Linear	Poisson1	Poisson2	ZIP1	ZIP2				
จำนวน	398	398	398	398	398				
Log-likelihood	-	-329.56	-890.59	-317.72	-852.46				
	366.23								
F-test	33.47	**							
		*							
χ^2 -test		213.25	**	605.97	**	55.62	**	150.03	**
			*		*		*		*
GOF-test		629.09	**						
			*						
Vuong-test					4.095	***			

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 , **มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05, มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยตั้งและปัจจัยผลกจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคเหนือของประเทศไทย 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำปาง และแม่ฮ่องสอน จำนวน 6 ชุมชน พบว่า ปัจจัยตั้งของชุมชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.05$) ยกเว้นความสามารถในการเข้าถึง ที่อยู่ของนักท่องเที่ยว และเพศ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สถานภาพการสมรส มีความแตกต่างกันของปัจจัยตั้งด้านสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยว ($F = 4.713, p < 0.001$) ส่วนปัจจัยผลกด้านการพัฒนาตนเอง ($F = 4.783, p < 0.001$) และอายุ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ การศึกษา ที่มีความแตกต่างกันของปัจจัยตั้งด้านความสามารถในการเข้าถึง ($F = 4.370, p < 0.001$) อาชีพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทุกปัจจัย

($F = 3.387, p < 0.05$) รายได้เฉลี่ย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อปัจจัยตั้งด้านความสามารถในการเข้าถึง ($F = 4.146, p < 0.001$) และปัจจัยผลกด้านกายภาพ ($F = 2.838, p < 0.05$)

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนพบว่า จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในชุมชน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อปัจจัยตั้งเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยผลกด้านกายภาพ ($F = 3.118, p < 0.05$) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญด้านอารมณ์และความรู้สึก ($F = 5.485, p < 0.001$) และสถานภาพ ($F = 3.743, p < 0.05$) บุคคลสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อปัจจัยตั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ ($F = 2.401, p < 0.05$) และปัจจัยผลกด้านกายภาพ ($F = 3.055, p < 0.05$) และสถานภาพ ($F = 2.825, p < 0.05$) วิธีการ

เดินทางมาท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นปัจจัยตั้งด้านความสามารถในการเข้าถึง ส่วนปัจจัยผลึกที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญด้านสถานภาพ ($F = 2.813, p < 0.05$) การพัฒนาตนเอง ($F = 7.637, p < 0.001$) และวัฒนธรรม ($F = 3.442, p < 0.05$) จำนวนคืนในการค้างแรม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเฉพาะปัจจัยตั้งด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ($F = 5.262, p < 0.001$) สถานที่พักค้างแรม และการชมทัศนียภาพธรรมชาติไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กิจกรรมสันทนาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเฉพาะปัจจัยตั้งด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ($F = 5.215, p < 0.001$) และปัจจัยผลึกด้านสถานภาพ ($F = 3.506, p < 0.001$) และการพัฒนาตนเอง ($F = 2.251, p < 0.05$) ศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเฉพาะปัจจัยตั้งด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ($F = 2.736, p < 0.05$) และปัจจัยผลึกด้านวัฒนธรรม ($F = 3.129, p < 0.05$) ชื่อสินค้าชุมชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเฉพาะปัจจัยตั้งด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ($F = 3.148, p < 0.05$) และปัจจัยผลึกด้านอารมณ์และความรู้สึก ($F = 2.979, p < 0.05$) รับประทานอาหารท้องถิ่นไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเฉพาะปัจจัยตั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ ($F = 3.542, p < 0.05$) และปัจจัยผลึกด้านกายภาพ ($F = 3.920, p < 0.001$) และอารมณ์และความรู้สึก ($F = 4.490, p < 0.001$) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเฉพาะปัจจัยตั้งด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($F = 2.644, p < 0.05$) และปัจจัยผลึกด้านความต้องการส่วนบุคคล ($F = 3.230, p < 0.05$) อยากสัมผัสใกล้ชิดธรรมชาติที่สวยงาม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ อยากทำกิจกรรมสันทนาการที่ชื่นชอบ มีความแตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญเฉพาะปัจจัยตั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ ($F = 2.471, p < 0.05$) และปัจจัยผลึกด้านกายภาพ ($F = 3.264, p < 0.05$) และสถานภาพ ($F = 3.817, p < 0.001$) ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเฉพาะปัจจัยผลึกด้านความต้องการส่วนบุคคล ($F = 2.459, p < 0.05$)

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนภาคเหนือของประเทศไทยเกิดจากปัจจัยจูงใจ ปัจจัยผลึกที่มาจากภายในให้เดินทางท่องเที่ยวดังนี้

1.1 ด้านกายภาพ (physical) สอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงปัจจัยด้านกายภาพที่สำคัญต่อการพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น ความต้องการที่จะพักผ่อนและผ่อนคลาย (Dann, 1981, pp. 187-219) ความต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมเดิม (Cromton, 1979, pp. 408-424) ความต้องการออกไปสัมผัสกับธรรมชาติ (Oh et al., 1995, pp. 123-137) เช่น ความต้องการอยากออกไปสัมผัสใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวเลือกจุดหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน

1.2 สถานภาพ (status) สอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงสถานภาพ เช่น ความต้องการในการแสวงหาโอกาสไปยังสถานที่ที่ไม่เคยไป หรือสถานที่คนส่วนใหญ่ยอมรับและกล่าวถึง (Cromton 1979, pp. 408-424) เช่น หากชุมชนที่มีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นได้รับการกล่าวถึงมีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวเลือกจุดหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนที่ได้รับการกล่าวถึง

1.3 การพัฒนาตนเอง (personal Development) สอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงปัจจัยด้านการพัฒนาตนเอง เช่น ความต้องการในการ

แสวงหาความรู้ใหม่ๆ (Iso-Ahola, 1982, pp. 256-262) ความต้องการได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างและ กิจกรรมที่สนใจ (Oh et al., 1995, pp. 123-137) เช่น กิจกรรมเดินป่าเส้นทางศึกษาวิถีชีวิตในชุมชน ทำให้เลือกจุดหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน

1.4 วัฒนธรรม (cultural) สอดคล้องกับ งานวิจัยของ (Klenosky, 2002, pp. 385-395) เช่น ความปรารถนาที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ สภาพแวดล้อม อาชีพ ที่เฉพาะถิ่น เช่น ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้าน วัฒนธรรม วิถีชีวิต เมื่อเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน ดังนั้นปัจจัยด้านวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและเลือกเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและพักค้างคืนในชุมชน

1.5 อารมณ์และความรู้สึก (emotion) จากวรรณกรรมและงานวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านอารมณ์และความรู้สึกเป็นความปรารถนาจากภายในของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น อยากสัมผัสบรรยากาศที่โรแมนติก ต้องการความสงบและปลอดภัย (Oh et al. 1995, pp. 123-137) แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมุ่งชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และสัมผัสธรรมชาติเป็นหลัก (Fennell, 1999, p. 8) ดังนั้นปัจจัยด้านอารมณ์และความรู้สึก จึงไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน

1.6 ความต้องการส่วนบุคคล (personal) จากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคลเป็นความปรารถนาจากภายในของนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น ต้องการใช้เวลาพร้อมกับครอบครัวหรือคนรัก (Klenosky, 2002, pp. 844-846) ต้องการที่จะเข้าสังคมและรวมตัวกัน ต้องการแสวงหาพบปะผู้คนในท้องถิ่น ต้องการให้รางวัลแก่ตนเอง (Yuan and McDonalds, 1990, pp. 42-44) แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมุ่งศึกษาเรียนรู้ ชื่นชม สัมผัสธรรมชาติเป็นหลัก

(Fennell, 1999, p. 8) ดังนั้นปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล จึงไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน

2. องค์ประกอบของชุมชนที่เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึง ปัจจัยตั้ง ที่เป็นองค์ประกอบหลักของชุมชนดังนี้

2.1 ทรัพยากรธรรมชาติ (natural) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Klenosky (2002, pp. 385-395) การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนจึงควรมีการอนุรักษ์ทรัพยากรให้มีความอุดมสมบูรณ์ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นมุ่งที่จะศึกษาเรียนรู้ และสัมผัสใกล้ชิดธรรมชาติเป็นหลัก และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในธรรมชาติน้อยที่สุด ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงมีความปรารถนาที่จะได้อยู่ใกล้ชิดสัมผัสกับธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ และมีความสวยงาม

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yoon and Usal (2005, pp. 45-56) เช่น บริการร้านอาหาร บริการที่พักแรม บริการข้อมูลข่าวสาร แหล่งความรู้ และการดูแลรักษาความปลอดภัย เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกิจกรรมโดยหลักนั้นเกี่ยวกับธรรมชาติ การอำนวยความสะดวกจึงมีความจำเป็น เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวในธรรมชาติ อาจจำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก หรือที่พักค้างแรมในชุมชน เพื่ออำนวยความสะดวกตามความเหมาะสม สนับสนุนให้เลือกเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน

2.3 ความสามารถในการเข้าถึง (accessibility) สอดคล้องกับงานวิจัยของ McGehee et al. (1996, pp. 45-57) ความสามารถในการเข้าถึงเป็น

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวเนื่องจากการความสามารถในการเข้าถึงที่ยาก (ไกล/ใช้เวลานาน) การเดินทางและการขนส่งสามารถเข้าถึงชุมชนท่องเที่ยวตามความเหมาะสมจะเป็นสิ่งสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและพักค้างคืนในชุมชน เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกล เข้าถึงยาก (ไกล/ใช้เวลานาน) นั้นมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในธรรมชาติ สอดคล้องกับความปรารถนาที่อยู่ภายในที่อยากเรียนรู้ สัมผัสใกล้ชิดธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ดังนั้นความสามารถในการเข้าถึงจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวและเลือกจุดหมายการท่องเที่ยวนิเวศและการพักค้างคืนโดยชุมชน

2.4 กิจกรรม (activity) สอดคล้องกับงานวิจัย Fakeye and Crompton (1991, pp. 10-16) กิจกรรมท่องเที่ยวมีความแปลกและมีความแตกต่าง Oh et al. (1995, pp. 123-137) กิจกรรมในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ หากชุมชนมีการจัดกิจกรรมที่สร้างสรรค์ มีความแตกต่าง และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น จึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวและเลือกเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวในชุมชนและตัดสินใจพักค้างคืนในชุมชน

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน

จากผลการศึกษาถิ่นที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล สถานภาพเป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยว อาชีพ มีความสัมพันธ์กับกายภาพ วัฒนธรรม อารมณ์ความรู้สึก การพัฒนาดตนเอง และพฤติกรรมส่วนบุคคล รายได้เฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกายภาพ และอารมณ์ความรู้สึก จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกายภาพ วัฒนธรรม อารมณ์ความรู้สึก และสถานภาพ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับปัจจัย

ด้านกายภาพ ความต้องการในการเรียนรู้วัฒนธรรม อารมณ์ความรู้สึก และสถานภาพ การวางแผนท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านอารมณ์ความรู้สึก สถานภาพ และการพัฒนาดตนเอง จำนวนคืนในการพักค้างคืน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกายภาพ กิจกรรมท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ กิจกรรมสันทนาการ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถานภาพ และการพัฒนาดตนเอง กิจกรรมศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความต้องการเรียนรู้ วัฒนธรรม กิจกรรมซื้อสินค้าชุมชนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกายภาพ ความต้องการเรียนรู้ วัฒนธรรม และอารมณ์ความรู้สึก ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกายภาพ และอารมณ์ความรู้สึก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้าน ด้านอารมณ์ความรู้สึก และความต้องการส่วนบุคคล จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล ส่วนสาเหตุที่ทำให้อยากกลับมาท่องเที่ยวอีกเพราะอยากทำกิจกรรมที่ชื่นชอบมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกายภาพ อารมณ์ความรู้สึก สถานภาพ และความต้องการส่วนบุคคล (Oh et al. 1995, pp. 123-137)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนควรให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อมลดการรบกวนระบบนิเวศของชุมชนได้ดังนี้

1. การบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนซึ่งเป็นปัจจัยจุดใจด้าน ปัจจัยดึงและเป็นองค์ประกอบสำคัญของชุมชนโดยการรักษาความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการดูแลชุมชนเพื่อให้ยังมีทัศนียภาพสวยงามแปลกตาและเป็นเอกลักษณ์นั้นเป็นสิ่งที่ทำให้ชุมชนมีความแตกต่างและมีความน่าสนใจ สอดคล้องกับปัจจัยผลักด้านกายภาพของนักท่องเที่ยวที่มีความความต้องการพักผ่อน หลีกหนี

จากสภาพแวดล้อมเดิม และตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพื่อใกล้ชิดและสัมผัสธรรมชาติในชุมชน

2. การบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยชุมชนซึ่งเป็นปัจจัยจุดเริ่มต้น ปัจจัยดึงปัจจัย ดึงและเป็นองค์ประกอบสำคัญของชุมชน โดยจัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ วัฒนธรรมประเพณี ประสพการณ์ที่แตกต่าง สอดคล้องกับปัจจัยผลักดันอารมณ์ และความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่ต้องการความตื่นเต้น ทำหาย และได้รับประสบการณ์ที่น่าประทับใจ และ การเติมเต็มความรู้ที่ได้รับจากชุมชนทำให้เกิดความเข้าใจในแนวทางการ

ดำเนินชีวิตที่แตกต่าง

ดังนั้นชุมชนจึงต้องจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนนั้นจำเป็นต้องทราบปัจจัยผลัก (Push Factor) และการส่งเสริมปัจจัยดึง (Pull Factor) ในการท่องเที่ยว เพื่อสร้างคุณค่าในการมาเยือนจากกิจกรรมท่องเที่ยว การสร้างความเข้าใจในบริบทของชุมชนที่เป็นจุดหมาย รองต้องมีแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และจุดหมายปลายทางหลักที่นักท่องเที่ยวมุ่งที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว ชุมชนจึงจำเป็นต้องเสนอทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อสร้างการรับรู้ที่ดี

การอ้างอิง

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). *ส่องเทรนด์ การท่องเที่ยวชุมชนมาแรงโอกาสผู้ประกอบการ* การเอสเอ็มอี – ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน. ค้นจาก <https://www.ismed.or.th/index.php>

References

- Boo, E. (1991). *Planning for ecotourism.Parks*, 2(3),4-8.
- Chen, L. J., & Chen, J. S. (2011). The motivations and expectations of international volunteer tourists: A case study of Chinese village traditions. *Tourism Management*, 32(2)435–442.
- Crompton, J. L. (1979). Motivation of pleasure vacations. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Dann, G. M. S. (1981). Tourist motivation-an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Dann, M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective, first-time and repeat visitors to the lower Rio Grande valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16.

- Fennell, D. A. (1999). *Ecotourism: An introduction*. Routledge.
- Hollway, J. C. (2002). *The Business of Tourism*. Harlow: Peason Education Limited.
- Institute for small and medium enterprise development. (2018). *Illuminating the trend of community tourism: SMEs entrepreneurs opportunities - community tourism operators*. Retrieved from <https://www.ismed.or.th/index.php>. [In Thai].
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.
- Kim, S.-S., Lee, C.-K., & Klenosky, D. B. (2005). The influence of push and pull factors at Korean national park. *Tourism Management*, 24(2), 169-180.
- Klenosky, D. B. (2002). The pull of tourism destinations: A means – end investigation. *Journal of Travel Research*, 40(4), 385-395.
- McGehee, N. G., Loker-Murphy, L., & Uysal, M. (1996). The Australian international pleasure travel market: Motivations from a gendered perspective. *The Journal of Tourism Studies*, 7(1), 45–57.
- Oh, H. C., Uysal, M., & Weaver, P. A. (1995). Product bundles and market segments based on travel motivations: A canonical correlation approach. *Journal Hospitality Management*, 14(2), 123-137.
- Sampson, P. M. J. (1967). Commonsense in qualitative research. *Journal of the Market Research Society*.9(1), 30-38.
- Yoon, Y., & Usal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.
- Yuan, S., & McDonsals, C. (1990). Motivational determinates of international pleasure time. *Journal of Travel Research*, 29(1), 42-44.

โมเดลเชิงสาเหตุของความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ

ศรินทร์ ชันติวัฒนกุล¹ อมรา รัตตากร² ณัฏษ์ กุลิสร³

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของความภักดีของลูกค้าธนาคารรัฐกับข้อมูลเชิงประจักษ์ รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าธนาคารของรัฐ จำนวน 640 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนาและสมการเชิงโครงสร้าง (SEM)

ผลการวิจัย พบว่า โมเดลเชิงสาเหตุของความภักดีของลูกค้าธนาคารรัฐ ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐ คุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ของธนาคาร ตัวแปรส่งผ่าน 1 ตัวแปร คือ ความไว้วางใจ และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร คือ ความภักดีของลูกค้า และพบว่า ตัวแปรอิสระมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรส่งผ่านรวมทั้งตัวแปรตาม ดังนั้นในการสร้างความภักดีของลูกค้าจะต้องพิจารณาในลักษณะขององค์กร ควรมีระบบการบริหารที่มีคุณภาพ มีการปรับปรุงระบบงานโดยนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัล มาใช้เพื่อบริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วม

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบทางสังคม; คุณภาพการให้บริการ; ภาพลักษณ์ของธนาคาร; ธนาคารของรัฐ; ความภักดีของลูกค้า

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ศรินทร์ ชันติวัฒนกุล, อมรา รัตตากร และณัฏษ์ กุลิสร. (2563). โมเดลเชิงสาเหตุความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ. *วารสารดุซงฎิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 225-242.

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม 39/1 ถ.รัชดาภิเษก แขวงจันทรเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900, ประเทศไทย
อีเมล: nan7511@gmail.com

² หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

³ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Causal Models of Loyalty of Government Banks' Customers

Sarin Khuntiwattanakul¹ Amara Rattakorn² Nak Gulid³

Abstract

The objective of this study was to test the causal model of loyalty of government banks' customers with empirical data. The research design was a quantitative one. The instrument used was online questionnaire. Sample of this research were the 640 government banks' customers using multistage sampling method. Statistics used in data analysis were descriptive statistic and Structural Equation Modeling (SEM).

The result of the research found that the causal model of loyalty of government banks' customers comprised 3 independent variables; corporate social responsibility of government banks, service quality, and bank image, 1 mediator variable; trust, and 1 dependent variable; customers' loyalty. It was also found that the independent variables positively influenced mediator variable and dependent variable as well. Therefore, customers' loyalty should be focused as a holistic. The government banks should have a quality management system and improve work system by using information and digital technologies, for reliable, quick and efficient services. Moreover, the stakeholders should have the opportunity to participate in bank activities.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Service Quality; Bank Image; Government Bank; Customers' Loyalty

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Khuntiwattanakul, S., Rattakorn, A., & Gulid, N. (2020). Causal models of loyalty of Government Banks' customers. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 225-242.

¹ Doctor of Philosophy Program in Management Graduate School, Chandrakasem Rajabhat University
39/1 Ratchadaphisek Rd., Chandrakasem Subdistrict, Chatuchak District, Bangkok 10900, Thailand
E-mail: nan7511@gmail.com

² Doctor of Philosophy Program in Management, Chandrakasem Rajabhat University

³ Department of Business Administration, Srinakharinwirot University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันธนาคารในประเทศไทยมีการแข่งขันทางการตลาดกันสูงขึ้น โดยแต่ละธนาคารโดยเฉพาะธนาคารของรัฐได้หันมาให้ความสำคัญกับการบริการ การมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้นซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดจะเห็นได้ว่าแต่ละธนาคารของรัฐได้มีการมุ่งเน้นคุณภาพการให้บริการมีการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการโดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการ เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ได้เป็นอย่างดี โดยปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ธนาคารของรัฐซึ่งถือเป็นสถาบันการเงินของรัฐสามารถอยู่รอดในภาวะที่มีการแข่งขันกันรุนแรงได้ ซึ่งปัจจัยนั้นก็คือ “คุณภาพการให้บริการ” คือ การสร้างความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศให้กับลูกค้า รวมถึงต้องมีการสร้างความพึงพอใจตลอดจนสร้างความภักดีกับการใช้บริการของธนาคารตลอดไป (Sabaibang, 2010, p.1)

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ความไว้วางใจที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารระหว่างธนาคารและลูกค้า เมื่อลูกค้ามีความไว้วางใจจะเกิดความรู้สึกมั่นใจเชื่อมั่นต่อการบริการและเชื่อมั่นต่อธนาคาร ซึ่งถือเป็นความคาดหวังในเชิงบวกที่มีต่อองค์กร องค์ประกอบของความไว้วางใจจะเกี่ยวข้องกับความสามารถของธนาคารของรัฐที่จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะรู้สึกว่าการธนาคารที่เขาใช้บริการสามารถพึ่งพาได้ มีความซื่อสัตย์ จริงใจ และมีความสามารถในการให้บริการ ทั้งยังให้บริการอย่างตรงไปตรงมา (Brian, 2005, p. 17) ส่วนความภักดีของลูกค้า คือ พันธสัญญาหรือข้อผูกพันทางใจระหว่างธนาคารของรัฐกับลูกค้าที่รับบริการที่มีพฤติกรรมการใช้บริการกับธนาคารเดิมอย่างสม่ำเสมอจนกลายเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและลูกค้าเกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

ในครั้งต่อไป โดยความสัมพันธ์ที่ดีเป็นกำแพงในการป้องกันไม่ให้ลูกค้าหันไปสนใจใช้บริการธนาคารคู่แข่งรายอื่น ถึงแม้ว่าสินค้าหรือบริการของธนาคารคู่แข่งจะเหนือกว่าก็ตาม เนื่องจากลูกค้ายังมั่นใจในการให้บริการของธนาคารเดิมว่าสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เสมอ จึงทำให้เกิดความภักดีต่อบริการนั้นๆ (Gronroos, 2001, pp. 150-152) ธนาคารในสังกัดกระทรวงการคลัง ซึ่งประชาชนรู้จักกันในชื่อธนาคารของรัฐมีการดำเนินงานส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นที่จะสนับสนุน รวมทั้งสนองตอบนโยบายของรัฐบาล ดำเนินนโยบายการเงินของทางราชการ การรักษาเสถียรภาพในระบบการเงินและตลาดทุนของประเทศ การกระจายสินเชื่อสู่ภูมิภาคและภาคเศรษฐกิจสำคัญๆ และตามโครงการต่างๆ ที่รัฐให้การสนับสนุน นอกจากนี้ ยังให้ความร่วมมือกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรการกุศลต่างๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน ในกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมอีกด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ของตราสินค้า ความไว้วางใจ ความภักดีต่อตราสินค้า มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของธนาคารของรัฐ ปัจจุบันธนาคารภายใต้การดูแลของกระทรวงการคลังมีหลายธนาคารและมีรูปแบบการให้บริการในด้านเงินฝาก ด้านการให้สินเชื่อกับกลุ่มเป้าหมายที่คล้ายกัน ดังนั้นจึงเป็นที่มาที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งยังเป็นแนวทางให้กับธนาคารของรัฐ ในการพิจารณาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ของธนาคาร ความไว้วางใจ และความภักดีของลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของความภักดีของลูกค้าธนาคารรัฐกับข้อมูลเชิงประจักษ์

นิยามศัพท์

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐ

หมายถึง การดำเนินโครงการ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐ ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง และโดยอ้อม ความรับผิดชอบต่อสังคมนี้นรวมถึงความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจริยธรรม และกฎหมาย

คุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐ

หมายถึง ความประทับใจในภาพรวมของลูกค้าผู้รับบริการที่มีต่อการบริการที่ธนาคารของรัฐจัดให้ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการได้อย่างดี ซึ่งคุณภาพการให้บริการรวมถึงความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ ความตั้งใจที่จะให้บริการ ความเชื่อมั่นในการใช้บริการและความเข้าใจในผู้รับบริการ

ภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อธนาคารของรัฐ หรือตรา หรือเครื่องหมายการค้า เนื่องจากภาพลักษณ์ของตราสินค้าถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัวโดยขึ้นอยู่กับการกำหนดตำแหน่งครองใจของธนาคารที่ต้องการให้มีความแตกต่างจากธนาคารอื่น ซึ่งก็คือภาพลักษณ์ขององค์กร ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และภาพลักษณ์ของตราสัญลักษณ์

ความไว้วางใจต่อธนาคารของรัฐ หมายถึง ความสบายใจ ความอุ่นใจของลูกค้าและสามารถใช้บริการของธนาคารของรัฐได้ทุกครั้งเท่าที่ลูกค้าต้องการ ความ

ไว้วางใจต่อธนาคารของรัฐนั้นจะรวมถึงธนาคารมีความมั่นคงทางการเงิน คุณธรรมทางการเงินของลูกค้าอย่างถูกต้อง พนักงานมีความรู้ความสามารถและสมรรถนะในการบริการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต พนักงานมีการทำงานด้วยความซื่อสัตย์มีการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าไว้เป็นความลับ มีการปรับเปลี่ยนระบบให้สอดคล้องกับอนาคตมีความไว้วางใจให้ธนาคารดูแลรักษาผลประโยชน์และพนักงานมีการปรับปรุงการให้บริการให้ทันสมัย

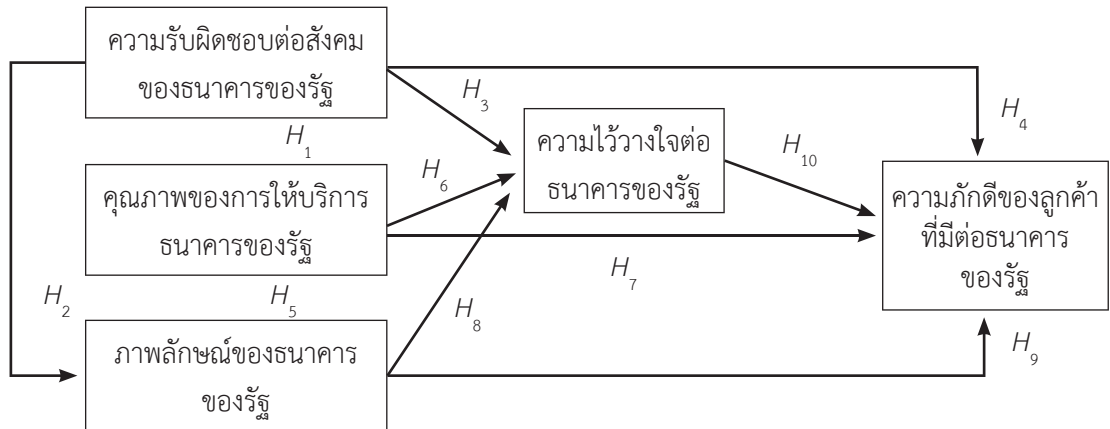
ความภักดีของลูกค้า

หมายถึง ข้อผูกพันหรือพันธสัญญาระหว่างธนาคารของรัฐกับลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการอย่างสม่ำเสมอด้วยความยินดีจนกลายเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและลูกค้าที่รับบริการเกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดไป ความภักดีของลูกค้านี้รวมถึงความตั้งใจกลับมาใช้บริการใหม่ การสื่อสารกับลูกค้า และแนะนำบริการให้ผู้อื่น

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร คือ กลุ่มลูกค้าบุคคลที่ใช้บริการกับธนาคารของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร 4 ธนาคาร
2. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐคุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐ และภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐ ตัวแปรคั่นกลาง คือ ความไว้วางใจต่อธนาคารของรัฐและตัวแปรตาม คือ ความภักดีของลูกค้าที่มีต่อธนาคารของรัฐในประเทศไทย
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ สำหรับการวิจัยครั้งนี้มีพื้นที่ในการศึกษาคือ กรุงเทพมหานคร



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของลูกค้าธนาคารของรัฐ

สมมติฐานที่ 2: ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐ

สมมติฐานที่ 3: ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของลูกค้าธนาคารของรัฐ

สมมติฐานที่ 4: ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ

สมมติฐานที่ 5: คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐ

สมมติฐานที่ 6: คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของลูกค้าธนาคารของรัฐ

สมมติฐานที่ 7: คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ

สมมติฐานที่ 8: ภาพลักษณ์ของธนาคารมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของลูกค้าธนาคารของรัฐ

สมมติฐานที่ 9: ภาพลักษณ์ของธนาคารมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ

สมมติฐานที่ 10: ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้โมเดลเชิงสาเหตุความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ เป็นแนวทางให้กับผู้บริหารนำไปปรับใช้เพื่อทำให้ลูกค้ามีความภักดีเพิ่มขึ้นและส่งผลกระทบต่อความมั่นคงขององค์กร

2. เป็นแนวทางให้กับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ศึกษานำผลการวิจัยไปปรับใช้ในองค์กรเพื่อเพิ่มความภักดีของลูกค้า เพื่อความมั่นคงของธนาคารในการรักษาลูกค้า

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ (customers' loyalty: LOY)

Gronroos (2000, p. 395) ความภักดีเป็นความสมัครใจของลูกค้าที่จะสนับสนุนหรือมอบผลประโยชน์ให้กับธนาคารในระยะยาว โดยลูกค้าจะซื้อซ้ำ หรือใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังแนะนำบุคคลอื่นๆ ถึงข้อดีของธนาคาร ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นบนพื้นฐานของความรู้สึกที่ลูกค้าชื่นชอบในธนาคารของรัฐที่เลือกมากกว่าองค์กรอื่นๆ ความภักดีจึงไม่เพียงหมายถึงพฤติกรรมที่ลูกค้าแสดงออกกว่าภักดีเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงความรู้สึกในแง่บวกต่างๆ ของลูกค้า ซึ่งความภักดี

นั้นจะคงอยู่ตราบเท่าที่ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับจากธนาคารของรัฐ

องค์ประกอบของตัวแปรด้านความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ ประยุกต์มาจากแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1991, pp. 32 - 46); Keller (1993, pp.1 - 22) และ Griffin (1995, p. 31) ประกอบด้วย ความตั้งใจกลับมาใช้บริการใหม่ การสื่อสารกับลูกค้า และการแนะนำบริการให้ผู้อื่น ซึ่งในโมเดลด้านความภักดี แทนด้วย LOY สำหรับตัวแปรแทนด้วย Intention Communication Recommend ตามลำดับ

ความไว้วางใจต่อธนาคารของรัฐ (trust: Trust)

Stern (1997, pp. 7-17) ระบุว่าความไว้วางใจเป็นพื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารในการให้บริการแก่ลูกค้า ธนาคารต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ความคุ้นเคยเพื่อครองใจลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 5C ได้แก่ การสื่อสาร ความดูแลและการให้ข้อมูลที่ดีหรือคำมั่นสัญญา ความสะดวก สบาย และการแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้ง สำหรับ Reina, D. S., & Reina, M. L. (1999, pp. 76-80) ได้กล่าวว่าการไว้วางใจจะเกิดขึ้นได้ด้วย 3 องค์ประกอบ คือ (1) ความไว้วางใจด้านศักยภาพ (2) ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร (3) ความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญา Mayer, Davis and Schoorman (1995, pp. 7-17) กล่าวว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ คือ ความสามารถ ความรู้สึกที่ดี และความตรงไปตรงมา

องค์ประกอบของตัวแปรด้านความไว้วางใจต่อธนาคารของรัฐ ประยุกต์มาจากแนวคิดของ Morgan and Hunt (1994, pp. 20-38); Reina, D. S., & Reina, M. L. (1999, pp. 76-80); Mayer, Davis and Schoorman (1995, pp. 7-17); Moorman, Zaltman & Deshpande (1992, p. 314); Larzelere & Huston (1980, pp. 595-604) และ Mayer, Davis &

Schoorman (1995, pp. 7-17) ซึ่งในโมเดลด้านความไว้วางใจต่อธนาคารของรัฐแทนด้วย Trust

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐ (corporate social responsibility: CSR)

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐ เป็นความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ กฎหมาย จรรยาบรรณ และการกุศลในรูปแบบต่างๆ Carroll (1991) แบ่งระดับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรออกเป็น 4 ระดับ คือ (1) ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ เช่นการที่ธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์และบริการที่ลูกค้าต้องการและขายในราคาที่เหมาะสมยุติธรรม (2) ความรับผิดชอบต่อกฎหมายโดยจะต้องจัดตั้งกฎเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับและขอบเขตต่างๆ ที่เป็นลายลักษณ์อักษรและมีการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด (3) ความรับผิดชอบต่อจริยธรรมเป็นความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคมิต้ององค์กรซึ่งเหนือข้อกำหนดของกฎหมายขึ้นไป และ (4) ความรับผิดชอบต่อความสมัครใจเป็นความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีต่อสังคมด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูกบังคับเพราะตัวบทกฎหมาย นอกจากนี้ (Arthur D. Little, 2002, pp.17-29) ระบุว่าการทำงานรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีผลต่อธุรกิจดังนี้ (1) การบริหารความน่าเชื่อถือ (2) ประโยชน์ในการคัดเลือกและสร้างแรงจูงใจในการทำงาน (3) การเรียนรู้และนวัตกรรม (4) ความสามารถทางการแข่งขัน และ (5) ประสิทธิภาพของการดำเนินงานและการยอมรับของสังคมต่อการดำเนินงาน

องค์ประกอบของตัวแปรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐ

ประยุกต์มาจากแนวคิดของ Carroll (1991); Daft (2006) และ Kotler and Lee (2005) ประกอบด้วยเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม จริยธรรมและกฎหมายในโมเดลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐ แทนด้วย CSR สำหรับตัวแปรแทนด้วย EconSocialEnvi และ Moral ตามลำดับ

คุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐ (service quality:SQ)

Penchansky and Thomas (1981, pp. 127-140) ได้ระบุถึงการสร้างความพอใจให้กับผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย ความพอใจเพียงของบริการที่มีอยู่ การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวก ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ให้บริการ ความสามารถของผู้ใช้บริการ และการยอมรับคุณภาพของบริการ และ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1991) ได้ทำการพัฒนาตัวแบบคุณภาพการบริการไว้ 5 มิติ คือ (1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (2) ความเชื่อถือได้วางใจได้ (3) การตอบสนองต่อลูกค้า (4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ (5) ความเห็นอกเห็นใจ

องค์ประกอบของตัวแปรด้านคุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐ ประยุกต์มาจากแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1991, pp. 420-450) และ Lovelock (1996, pp. 464-466) ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าและความเห็นอกเห็นใจในโมเดลด้านคุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐ แทนด้วย SQ สำหรับตัวแปรแทนด้วย Tangible Reliability Respond Empathy และ Assurance ตามลำดับ

ภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐ (bank image: IMG)

ภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติของภาพลักษณ์ตราสินค้าในแต่ละด้าน ประกอบด้วย (1) คุณสมบัติของตราสินค้าในด้านความจดจำ ความคุ้นเคย ความง่ายต่อการเรียก (2) คุณประโยชน์ของสินค้าภายใต้ตราสินค้านั้น เช่น ความสะดวกในการใช้งาน (3) คุณค่าของตราสินค้า (4) บุคลิกภาพของผู้ใช้ และ (5) บุคลิกภาพของตราสินค้า (Aaker, 2008) ในการสร้างภาพลักษณ์ต้องคำนึง

ถึง (1) การสร้างความพอใจให้ลูกค้า (2) พยายามทำให้คนจำชื่อของบริษัท (3) สินค้าและบริการของบริษัท ต้องมีความเหมาะสมกับลูกค้า (4) ต้องมีสินค้าหรือบริการที่แตกต่างไปจากคู่แข่งอื่น (5) สินค้าหรือบริการต้องมีคุณภาพ และ (6) สำหรับสินค้าและบริการหลายประเภท ลูกค้าจะซื้อที่ตัวสัญลักษณ์ของตราสินค้ามากกว่าที่จะซื้อที่สินค้าหรือบริการ (Britt, 1979)

องค์ประกอบของตัวแปรด้านภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐประยุกต์มาจากแนวคิดของ Kotler (2000, p. 296) และ Biel (1992, p. 6) ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ขององค์กร ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ และภาพลักษณ์ของตราสัญลักษณ์ในโมเดลด้านภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐแทนด้วย IMG สำหรับตัวแปรแทนด้วย Corporate Image Service Image และ Brand Image ตามลำดับ

งานวิจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม Boonsart and Chaisuwan (2016) ศึกษาองค์กรรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น ซี พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร ความไว้วางใจ ความตั้งใจซื้อและการบอกต่อ Pungpipat (2015) ศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าในการซื้อประกันชีวิต และ Mandhachitara and Poolthong (2011) ศึกษารูปแบบความภักดีของลูกค้าและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ที่ดีทางบวกกับความจงรักภักดี การรับรู้คุณภาพของบริการสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม

งานวิจัยด้านคุณภาพการให้บริการ Muangphan (2017) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ต่อความไว้วางใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ ของ

ลูกค้าสนามฝึกซ้อมกอล์ฟบางพลี พบว่า (1) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าสนามฝึกซ้อมกอล์ฟบางพลี (2) ความไว้วางใจเชื่อใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าสนามฝึกซ้อมกอล์ฟบางพลี (3) ความไว้วางใจเชื่อใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าสนามฝึกซ้อมกอล์ฟบางพลี และ (4) ความไว้วางใจเชื่อใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าสนามฝึกซ้อมกอล์ฟบางพลี

งานวิจัยด้านภาพลักษณ์ Pimsaard (2015) ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการผ่านการรับรู้คุณภาพการให้บริการสวนน้ำจูราสสิก จังหวัดนครปฐม พบว่าการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการ Laokamalad (2015) ศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลการรับรู้ด้านความคุ้มค่าและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีต่อความไว้วางใจของลูกค้าบริษัท จีบีเอ็กซ์ทราเวล จำกัด พบว่าภาพลักษณ์ตราสินค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า Anwar, Gulzar, Sohail, and Akram (2011) ศึกษาผลกระทบของภาพลักษณ์ความไว้วางใจและผลต่อทัศนคติต่อการขยายตัวของแบรนด์ผู้บริโภค : บทบาทการมีปฏิสัมพันธ์ทางการค้ากับความภักดีของแบรนด์การศึกษา พบว่า ภาพลักษณ์ความไว้วางใจและผลกระทบต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการขยายแบรนด์ และยังพบว่าความภักดีของตราสินค้าเป็นตัวกลางความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ความไว้วางใจและส่งผลต่อทัศนคติต่อการขยายแบรนด์

งานวิจัยด้านความภักดี Pinthong and Laksitamas (2015) ศึกษาโมเดลสมการโครงสร้างการประเมินการตลาดเชิงสัมพันธ์ ที่มีผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้ารีสอร์ท พบว่า ลักษณะอารมณ์ที่มีต่อรีสอร์ทและการตลาดเชิงสัมพันธ์ของรีสอร์ทต่างมีความสัมพันธ์

เชิงสาเหตุต่อความภักดีของลูกค้ารีสอร์ทด้านการแนะนำบอกต่อ ทัศนคติและการซื้อซ้ำ Mearsa and Laksitamas (2016) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบคุณภาพตราสินค้า สำหรับตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า เว็บไซต์และปัจจัยการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงต่อความภักดีต่อตราสินค้า NakGulid (2007) ศึกษาความภักดีของลูกค้าในอุตสาหกรรมโรงแรมหรูในมุมมองทางการข้ามวัฒนธรรม พบว่า ความเชื่อมั่นในตราสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีเชิงทัศนคติในขณะที่ผลกระทบของตราสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดี และการรับรู้ความรู้สึก และ Pin Luarn and Hsin-Hui Lin (2003) ศึกษารูปแบบความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการ E-SERVICE พบว่า ความภักดีมีอิทธิพลมากกว่าความไว้วางใจ ความพึงพอใจของลูกค้า และการรับรู้คุณค่าเกี่ยวข้องกับความจงรักภักดี

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าบุคคลที่ใช้บริการกับธนาคารของรัฐในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 4 ธนาคาร จำนวน 640 คน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์สำหรับการเลือกตัวอย่างในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างคือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิเคราะห์ต้องมีขนาด 20 เท่า ของตัวแปรที่สังเกตได้ (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2006, p.117) ในการวิจัยครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 16 ตัวแปรได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมอย่างน้อย 320 คน ซึ่ง Comrey and Lee (1992) กล่าวว่าจำนวนตัวอย่างสำหรับสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบในการวิจัย จำนวน 500 ราย ถือว่าดีมากและเพื่อให้การทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมมติฐานข้อมูล

เชิงประจักษ์มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างอีก 2 เท่า จากนั้นใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนโดยผู้วิจัยขอให้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กับลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารเดียวกันที่รู้จักและเต็มใจที่ตอบแบบสอบถามอย่างน้อยส่งให้ 6 คน จนได้จำนวนครบตามที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามออนไลน์ โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน จากนั้นนำมาคำนวณหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ด้วยการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (IOC) ซึ่งผลรวมของคะแนนในแต่ละข้อคำถามมีค่ามากกว่า 0.50 ซึ่งมีค่าความตรงผ่านเกณฑ์ จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบักจากกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวนจริง 50 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้ (1) ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐ = .951 (2) คุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐ = .970 (3) ภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐ = .972 (4) ความไว้วางใจต่อธนาคารของรัฐ = .972 และ (5) ความภักดีของลูกค้าที่มีต่อธนาคารของรัฐ = .963

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ ที่ได้สร้างเป็นลิงค์ของแบบสอบถามแต่ละธนาคาร จากนั้นนำลิงค์แบบสอบถามไปจัดทำเป็นคิวอาร์โค้ดของแต่ละธนาคาร แล้วส่งให้

ลูกค้าของธนาคารตอบกลับทางออนไลน์ตามความสมัครใจจนได้จำนวนครบตามที่ต้องการ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป โดยสถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

3. การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ด้วย Structural Equation Model: SEM

ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันและความสอดคล้องความกลมกลืนของโมเดล ได้แก่ ค่าสถิติไคสแควร์ (ChiSquare: χ^2) มีค่า $P > .05$ ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df หรือ CMIN) มีค่า > 5 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness Fit Index: AGFI) และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) มีค่า > 0.90 แสดงว่าข้อมูลมีความสอดคล้องกลมกลืนดี นอกจากนี้ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ย กำลังสองของการประมาณ ค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) มีค่า < 0.05 แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี (Schumacker & Lomax, 2010)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 640 คน พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร B ร้อยละ 49.5 รองลงมาเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคาร A ร้อยละ 33.6 ส่วนใหญ่ลูกค้าธนาคารเป็นลูกค้าหญิง ร้อยละ 61.6 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 43.0 และเป็นลูกค้าธนาคารของรัฐมากกว่า 10 ปี ร้อยละ 27.8

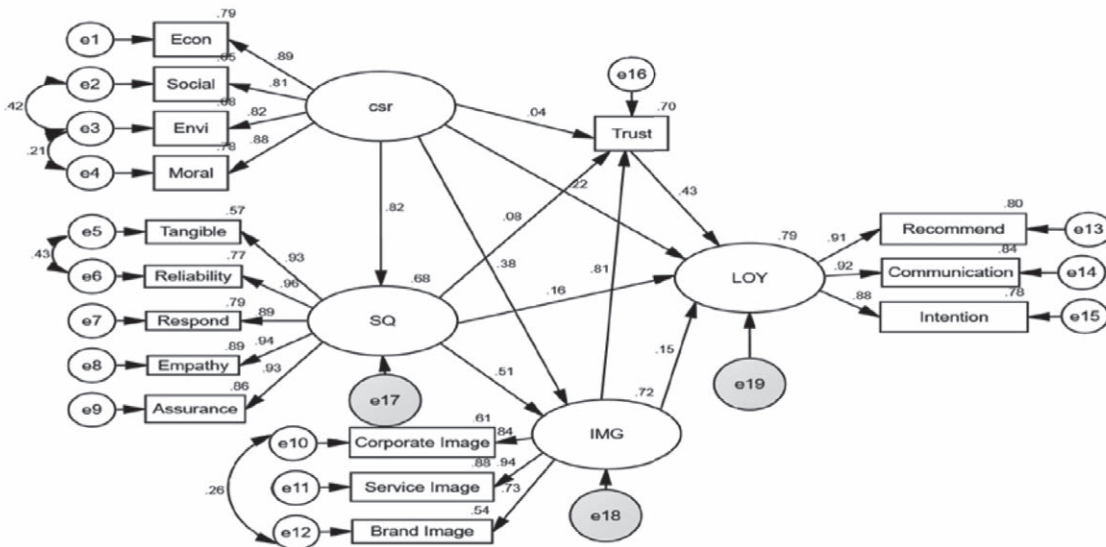
2. ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารของรัฐมีความคิดเห็นต่อภาพรวมทั้งหมดของแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐอยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.70, SD = .760$) ด้านคุณภาพการให้บริการของลูกค้าของธนาคารของรัฐอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.83, SD = .769$) ด้านภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐ อยู่ในระดับมีภาพลักษณ์ดี ($\bar{X} = 4.11, SD = .693$) ด้านความไว้วางใจของลูกค้าของธนาคารของรัฐอยู่ในระดับไว้วางใจมาก ($\bar{X} = 4.07, SD = .717$) และด้านความภักดีของลูกค้าของธนาคารของรัฐอยู่ในระดับภักดีมาก ($\bar{X} = 3.86, SD = .793$)

3. ผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบ

ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 16 ตัวแปร 105 คู่ มีความสัมพันธ์กัน และความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นไปในทิศทางบวกทุกคู่ มีค่าอยู่ระหว่าง .534 ถึง .795 ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าไม่เกิน 0.80 จึงสามารถสรุปได้ว่าไม่เกิดภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Tabachnick & Fidell, 2001, 82-83)

3.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุของความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า สัดส่วนของค่า Chi-Square ต่อองศาความเป็นอิสระ = 2.550 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน CFI = .965 AGFI = .936 CFI = .990 และค่า RMSEA = .049 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์



$$\chi^2/df. = 2.550 \text{ GFI} = .965 \text{ AGFI} = .936 \text{ CFI} = .990 \text{ RMSEA} = .049$$

ภาพ 2 โมเดลสมการโครงสร้างโมเดลเชิงสาเหตุของความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 1

ผลการทดสอบสมมติฐาน

	Hypothesis	Standardized Estimate	S.	CR	P	ผลการทดสอบสมมติฐาน
SQ <--- csr	H1	.82	.038	24.273	***	ยอมรับ
IMG <--- SQ	H5	.51	.041	9.137	***	ยอมรับ
IMG <--- csr	H2	.38	.044	6.878	***	ยอมรับ
Trust <--- csr	H3	.04	.043	.860	.390	ปฏิเสธ
Trust <--- IMG	H8	1.00	---	---	---	ยอมรับ
Trust <--- SQ	H6	.08	.039	1.928	.054	ปฏิเสธ
LOY <--- csr	H4	.22	.057	4.283	***	ยอมรับ
LOY <--- SQ	H7	.16	.053	3.138	**	ยอมรับ
LOY <--- IMG	H9	.15	.084	2.486	**	ยอมรับ
LOY <--- Trust	H10	.43	.055	9.002	***	ยอมรับ

หมายเหตุ *** = $p \leq .001$ ** = $p \leq .005$ --- ไม่รายงานค่า SECR และ P เนื่องจากเป็นค่าพารามิเตอร์บังคับ

จากตาราง 1 สรุปได้ดังนี้ ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐ มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐ กับ คุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐ มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐ กับความไว้วางใจของลูกค้าธนาคารของรัฐ มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 นอกจากนี้คุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐกับภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐมีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ โดยมีค่า P-Value เท่ากับ .002 และ .013 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ตามลำดับสำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐกับ

คุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐ ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจของลูกค้าธนาคารของรัฐ โดยมีค่า P-Value เท่ากับ .390 และ .054 ตามลำดับซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จากตาราง 1 สามารถสรุปสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ายอมรับสมมติฐาน ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2 : ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ายอมรับสมมติฐาน ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 3 : ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4 : ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ายอมรับสมมติฐาน ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 5 : ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ายอมรับสมมติฐาน ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 6 : ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 7 : ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยอมรับสมมติฐาน ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 8 : ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยอมรับสมมติฐาน ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 9 : ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยอมรับสมมติฐาน ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 10 : ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยอมรับสมมติฐาน ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารของรัฐมีความคิดเห็นต่อภาพรวมทั้งหมดของความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐอยู่ในระดับสำคัญมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ Arthur (2002) ได้ทำการศึกษาพบว่า การทำความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีผลดีต่อธุรกิจได้ ดังนี้ การบริหารความน่าเชื่อถือ ประโยชน์ด้านการคัดเลือกและสร้างแรงจูงใจในการทำงานและรักษาพนักงานดีๆ ให้อยู่กับธนาคาร ความสามารถทางการแข่งขันและจุดยืนในตลาดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้ามากกว่าการสร้างตราสินค้า หรือความสำเร็จทางการเงินขององค์กรนั้น ประสิทธิภาพของการดำเนินงาน มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะนำไปสู่ความสำเร็จด้านการเงินด้วยการลดการใช้วัตถุดิบ ลดการเกิดของเสียในกระบวนการผลิต ซึ่งนำไปสู่การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย รวมทั้งการยอมรับของสังคมต่อการดำเนินงาน ความคาดหวังหรือทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสียต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารมีผลอย่างมากต่อการยอมรับให้ดำเนินธุรกิจในสังคมได้

2. คุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยภาพรวมด้าน

ความน่าเชื่อถือ มีค่ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Panchansky and Thomas (1981) ที่กล่าวว่า ธนาคารมีความสามารถในการสร้างความพอใจให้กับผู้ใช้บริการ โดยเข้าใจถึงความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับการต้องการของลูกค้า การเข้าถึงแหล่งให้บริการได้สะดวก โดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้ง การเดินทาง ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งการยอมรับคุณภาพของบริการซึ่งรวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วยและยังสอดคล้องแนวคิดคุณภาพการบริการ SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1991) ทั้ง 5 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ มิติที่ 2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ มิติที่ 3. การตอบสนองต่อลูกค้า มิติที่ 4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และมิติที่ 5. ความเห็นอกเห็นใจ

3. ภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐ ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมีภาพลักษณ์ดีมาก คือ ธนาคารมีชื่อเสียง มีความมั่นคง มีบริการหลากหลาย ครบวงจรในการบริการด้านธุรกรรมทางการเงิน เช่น ฝาก-ถอน การโอนเงิน สินเชื่อ บัตรเครดิต สอดคล้องกับแนวคิดของ Britt (1979) ที่กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรต้องคำนึงถึงสินค้าและบริการที่ต้องมีความเหมาะสม มีคุณภาพ และสำหรับสินค้าหรือบริการหลายประเภท ลูกค้าจะพิจารณาจากสัญลักษณ์ของตราสินค้ามากกว่าที่ตัวสินค้าหรือบริการ

4. จากการทดสอบโมเดลเชิงสาเหตุของความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐ มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐ ต่อภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐ และความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสถาบันไทยพัฒนา ประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมของความรับผิดชอบต่อสังคม คือ เป็นโอกาสที่องค์กรสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้เพิ่มมากขึ้น ทำให้องค์กรสามารถที่จะรักษา

พนักงานที่มีความสามารถไว้ สามารถชักชวนบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการให้เข้ามาทำงาน และสามารถสร้างรายได้ มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น สำหรับประโยชน์ที่เป็นนามธรรม คือ องค์กรสามารถการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในใจของลูกค้าเป็นอันดับต้นๆ ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร และสามารถเพื่อใช้เผยแพร่กิจกรรมทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร และสอดคล้องกับแนวคิดของ Arthur (2002, pp. 17-29) ที่ระบุว่าประโยชน์การทำความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสำหรับภาคธุรกิจมีผลดีต่อธุรกิจในเรื่องของความน่าเชื่อถือขององค์กร ซึ่งความน่าเชื่อถือมีความเชื่อมโยงกับความสามารถในการประกอบการของบริษัท และสามารถจัดการความสัมพันธ์และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งจะส่งผลต่อยอดขายได้มากขึ้นและพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารของรัฐมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร ภาพลักษณ์ของธนาคาร และความภักดีของลูกค้าธนาคาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mandhachitara and Poolthong (2011) ที่พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์ที่ดีทางบวกกับความจงรักภักดี นอกจากนั้นคุณภาพการให้บริการของธนาคารของรัฐมีอิทธิพลทางบวกต่อภาพลักษณ์ของธนาคาร และความภักดีของลูกค้าธนาคาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Muangphan (2017) ที่พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า และความไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าด้านภาพลักษณ์ของธนาคารของรัฐ มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าธนาคารและความภักดีของลูกค้าธนาคาร และ ความไว้วางใจของลูกค้าธนาคารมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของลูกค้าธนาคาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pimsaard (2015) ที่พบว่าการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรัก

ภักดีต่อการใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Laokamalad (2015) ที่พบว่าภาพลักษณ์ตราสินค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mearsa and Laksitamas (2016) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบคุณภาพตราสินค้า สำหรับตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย การวิเคราะห์หิโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการศึกษา พบว่า การเชื่อมโยงกับตราสินค้าส่งผลทางตรงต่อคุณค่าตราสินค้าและความภักดีต่อตราสินค้าส่งผลทางตรงต่อคุณค่าตราสินค้าด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เพื่อสร้างเสริมและเพิ่มระดับความภักดีของลูกค้าต่อธนาคาร ธนาคารจึงควรบริหารจัดการโดยนำแนวคิดการบริหารจัดการแบบองค์รวม ทั้งนี้เพราะความภักดีของลูกค้าไม่ได้เกิดจากตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง แต่เกิดจากผลของตัวแปรทั้ง 4 ตัว โดยนำมาใช้ในการกำหนดนโยบาย แผนกลยุทธ์ และการจัดสรรงบประมาณ ในลักษณะความเป็นองค์รวมของทุกๆ ด้าน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและได้ผลที่เกิดมากกว่าการพิจารณาดำเนินการของแต่ละส่วน

2. นอกจากนี้ ธนาคารควรตระหนักถึงการบริการคุณภาพ ภายใต้หลักการบริหารที่เน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ มีการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง และการบริหารที่ให้คนทั้งองค์กรเข้ามามีส่วนร่วมปรับปรุงคุณภาพด้วยความเต็มใจ มีการปรับปรุงระบบสำนักงาน มุ่งเน้นและส่งเสริมการทำงานของพนักงานในการบริการลูกค้าด้วยจิตสำนึกของผู้ให้บริการที่ดี ตลอดจนมีการปรับปรุงระบบงานโดยนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล มาใช้เพื่อบริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาลูกค้าที่ใช้บริการของรัฐโดยภาพรวม ดังนั้นผู้ที่สนใจสามารถศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของความภักดีของลูกค้าธนาคารของรัฐ แยกตามกลุ่มลูกค้า 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่อ่อนไหวต่อราคากลุ่มที่ใช้สองหรือสามตราสินค้า และกลุ่มที่หนักแน่นมั่นคงต่อตราสินค้า

2. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพรวมของธนาคารของรัฐทั้งหมด ผู้ที่สนใจศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของความภักดีของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในการกำกับดูแลของรัฐและหรือศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของความภักดีของลูกค้าธนาคารเฉพาะกิจ

การอ้างอิง

- นพพร สะไบบาง. (2553). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแม่โจ้*. ปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วิวัฒน์ เหล่ากมลสาสน์. (2558). *โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลการรับรู้ด้านความคุ้มค่า และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีต่อความไว้วางใจ เชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าบริษัท จีพีเอ็กซ์ทราเวล จำกัด*. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรินทร์ยุพา พิมพ์สะอาด. (2558). *อิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการผ่านการรับรู้คุณภาพการให้บริการสวนน้ำจurasลลิต จังหวัดนครปฐม*. บัณฑิตวิทยาลัย, นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรมน บุญศาสตร์ และ บุหงา ชัยสุวรรณ (2559). *องค์กรรับผิดชอบต่อสังคม: ทักษะคนดี และการตอบสนองด้านคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร ความไว้วางใจ ความตั้งใจซื้อและการบอกต่อ ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น ซี*. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ* นิต้า, 2(2), 1-18
- สัจพร พิงพิพัฒน์. (2558). *อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการความรับผิดชอบต่อสังคมและความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมเกียรติ พิณทอง และ ปริญ ลักษิตามาต. (2558). *โมเดลสมการโครงสร้างการประเมินการตลาดเชิงสัมพันธ์ที่มีผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้ารีสอร์ท*. *บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม*.
- สุเทพ มีอาษา และปริญ ลักษิตามาต. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบคุณภาพตราสินค้า สำหรับตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย*. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 24(44), 227-299.
- อัครณี เมืองพันธ์. (2560). *อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ด้านความคุ้มค่าต่อความไว้วางใจ เชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าสนามฝึกซ้อมกอล์ฟบางพลี*. กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

References

- Aaker, D. A. (2008). *Strategic market management*. John Wiley and Sons.
- Anwar, A., Gulzar, A., Sohail, F. B., & Akram, S. N. (2011). The Impact of Brand Image, Trust, Affect on Brand Extension Attitude: The Mediating Role of Brand Loyalty. *International Journal of Economics And Management Sciences*, 1(5), 73-79.
- Arthur, D. Little. (2002). *Economic Effects of the EU Substances Policy*. [n.p.]: Wiesbaden
- Biel, A. L. (1992). How brand image drives brand equity. *Journal of Advertising Research*, 32(6), RC6-12.
- Bigge, M. L. (1982). *Learning theories for teachers* (4th ed.). Harper & Row.
- Boonsart, W., & Chaisuwan, B. (2016). CSR: Attitudes, and reactions to service quality, corporate image, trust, purchase intention and word of mouth in Generation C consumer groups. *Journal of Communication and Management NIDA*, 2(2), 1-18. [in Thai].
- Bourdeau, B. L. (2005). *A New Examination of Service Loyalty: Identification of The Antecedents and Outcomes of Additional Loyalty Framework*. Dissertation. Florida University.
- Britt, S. H. (1979). *Consumer Behavior and The Behavioral Sciences: Theories and Applications*. Huntington. Robert.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizon July-August 1991*, 34(4), 39-48.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates. Retried from [http:// www. ingentaconnect.com/content/apl/lcibi](http://www.ingentaconnect.com/content/apl/lcibi)
- Daft, R. L. (2006). *The New Era of Management*. South Western.
- Griffin, J. (1995). *Customer Loyalty: How to Earn it. How to Keep it*. Jossey-Bass.
- Gronroos, C. (2001). The perceived service quality concept – am mistake?. *Managing Service Quality*, 11(3), 150-152.
- 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 Education International.
- Keller, K. L. (1993). *Conceptualization, measuring, and managing customer-based brand equity*. *Journal of Consumer Marketing*, 57(1), 1-22.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed). Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Cause*. John Wiley & Sons.

- Laokamalad, W. (2015). *A Causal Relationship Model of the Influences of Perceived Economic Value and Brand Image on Trust, Customer Satisfaction, Word of mouth and Revisit of GBX TRAVEL CO.,LTD.* Graduate School, Bangkok University. [In Thai].
- Larzelere, R., & Huston, T. (1980). The dyadic trust scale: Toward understanding interpersonal trust in close relationships. *Journal of Marriage and the Family*, 42(3), 595-604.
- Lovelock, H. C. (1996). *Managing Services*. McGraw - Hill.
- Mandhachitara R., Poolthong Y. (2011). A model of customer loyalty and corporate social responsibility. *Journal of Services Marketing*, 25(2), 122-133.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.
- Meearsa, S., & Laksitamas, P. (2016). Factors Influencing Brand Quality Equity Components for E-Marketplace in Thailand. *Journal Humanities and Social Sciences*, 24(44), 277-299. [In Thai].
- Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationships between providers and users of market research: The dynamics of trust within and between organizations. *Journal of Marketing Research*, 29(3), 314-328.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Muangphan, A. (2017). *The influences of service quality and perceived price value on trust, customer satisfaction, word of mouth and customer revisit of Bangplee Driving Range.* Graduate School, Bangkok University. [In Thai].
- Nak Gulid. (2007). *Customer loyalty in the luxury hotel industry a cross cultural perspective.* Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Penchansky, R., & Thomas, J. W. (1981). The concept of access definition and relation to consumer satisfaction. *Med Care*, 19(2), 127-140.
- Pimsaard, W. (2015). *The influences of perceived organizational image affects to service loyalty through perceived service quality of Jurassic water park, Nakhornpathom.* Graduate School, Slipakorn University. [In Thai].
- Pin Luarn & Hsin-Hui Lin (2003). A Customer Loyalty Model for E-Service Context. *Journal of Electronic Commerce Research*, 4(4), 156-167.

- Pinthong, S., & Laksitamas, P. (2015). *Model for Structural Equation of Market Assessment Related to Impact on Resort's Customers Loyalty*. Doctor of Business Administration, Bangkok: Siam University. [In Thai].
- Pungpipat, S. (2015). *The Influence of Service Quality, Corporate Social Responsibility (CSR) and Trust on Consumer's Purchase Intention of Life Insurance in Bangkok Area*. Graduate School, Bangkok University. [In Thai].
- Reina, D. S., & Reina, M. L. (1999). *Trust and Betrayal in the Workplace: Building Effective in Your Organization*. Berrett Koehler.
- Sabaibang, N. (2010). *Service Quality of Bank for Agricultural and Agricultural Cooperative Mejo Branch*. Maejo University. [in Thai].
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginners Guide to Structural Equation Modeling: SEM*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Stern, N. (1997). *Promoting an effective market economy in a changing world*. Centre for Economic Performance, London School of Economics and Political Science London: UK
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics, Fifth Edition*. Boston: Pearson Education.

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาด อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย

อริรัฐ รัตนเศรษฐ¹ บุรพร กำบุญ²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบเชิงสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทยทั้งทางตรงและ/หรือทางอ้อมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

เป็นการวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณจากการศึกษาข้อมูลกลุ่มตัวอย่างของสถานประกอบการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ (ขนาดห้องพักไม่เกิน 60 ห้อง) 400 รายซึ่งประกอบไปด้วยกรุงเทพมหานคร 13 ราย ภาคกลาง 100 ราย ภาคเหนือ 79 ราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 52 ราย และภาคใต้ 156 ราย โดยใช้วิธีวิเคราะห์ทางสถิติได้แก่ Structural Equation Modeling (SEM) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ทั้งคุณภาพการให้บริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเพิ่มผลการดำเนินงาน หมายความว่าปัจจัยทั้ง 3 นี้เป็นปัจจัยโดยตรงที่ช่วยเพิ่มกำไรให้กับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กและเกสต์เฮาส์ในประเทศไทย และสามารถเพิ่มผลการดำเนินงานดังนั้นผู้ประกอบการสามารถนำโมเดลดังกล่าวต่อยอดธุรกิจให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันได้

คำสำคัญ: โรงแรม; เกสต์เฮาส์; คุณภาพการบริการ; นวัตกรรมเชิงคุณค่า; การตลาดอิเล็กทรอนิกส์

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

อริรัฐ รัตนเศรษฐ. และบุรพร กำบุญ. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย.

วารสารดุขุภีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 10(1), 243-254.

¹ บริหารธุรกิจดุขุภีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

16/10 ถนนเลียบคลองทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170, ประเทศไทย

อีเมล: One_peach3@hotmail.com

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

The Relative of Quality of Service, Value-added Innovation and Electronic Marketing Influencing that Affect the Performance of Small Hotel and Guest Houses in Thailand

Atirat Rattanasreat¹ Buraporn Kumboon²

Abstract

The objective of this research is to study and analyze the consistence of hypothetical model and empirical information of relation of quality of service, value-added innovation and electronic marketing influencing the direct and/or indirect affect to the performance of small hotels and guesthouses in Thailand to be taken as guideline for increasing the business profits in small hotel business in Thailand.

The mixed method of both questionnaire and interview were used in this research. The representative samples were 400 samples of small hotels and guest houses (maximum 60 rooms) consisting of 13 in Bangkok, 100 in the central region, 79 in the North region, 52 in the Northeast region and 156 in the southern region. The Structural Equation Modeling (SEM) was used to analyze the data. The research results were summarized as follows. All factors, quality of service, value-added innovation and electronic marketing had a positive influence on business profits. This implies that these three factors were direct factors for inducing profits of small hotels and guest houses business in Thailand. All three factors could increase business profits to small hotels and guest houses in Thailand. The entrepreneur could use this model for further development to improvement their competition competency.

Keywords: Small Hotel; Guest ; Quality of service; Value-added innovation; Electronic Marketing

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Rattanasreat, A., & Kumboon, B. (2020). The relative of quality of service, value-added innovation and electronic marketing influencing that affect the performance of small hotels and guest houses in Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 243-254.

¹ Doctor of Business Administration, Bangkok Thonburi University
16/10 Khlonghawi Watthana Road, Thawiwatthana Districe, Bangkok 10170, Thailand
E-mail: One_peach3@hotmail.com

² Faculty of Business Administration, Bangkok Thonburi University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ (tourism and hospitality) ระดับโลกนอกจากจะทำให้มูลค่า GDP สูงอันดับหนึ่งจากอุตสาหกรรมทั้งหมดของโลกแล้วยังส่งผลให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมสูงขึ้นตามมา ยิ่งไปกว่านั้นผู้ประกอบการต้องสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างผลการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายอย่างยั่งยืน (Sargeant & Mohamad, 1999) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sainaghi (2016) พบว่า ธุรกิจโรงแรมในประเทศอังกฤษในปี ค.ศ. 2012 มีปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial) ของธุรกิจที่สร้างความสามารถในการแข่งขันประกอบด้วย การตลาด (marketing) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (strategic planning) และการจัดการสภาพแวดล้อม (environment management) ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่สูงนั้นการบริหารจัดการของกิจการโรงแรมยังคงให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานของธุรกิจเนื่องจากสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอย่างแท้จริง (Claros & Augusto, 2005) แม้การแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงแรม

การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ (tourism and hospitality) ระดับโลกนอกจากจะทำให้มูลค่า GDP สูงอันดับหนึ่งจากอุตสาหกรรมทั้งหมดของโลกแล้วยังส่งผลให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมสูงขึ้นตามมา ยิ่งไปกว่านั้นผู้ประกอบการต้องสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างผลการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายอย่างยั่งยืน (Sargeant & Mohamad, 1999) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sainaghi (2016) พบว่า ธุรกิจโรงแรมในประเทศอังกฤษในปี ค.ศ. 2012 มีปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial) ของธุรกิจที่สร้างความสามารถในการ

แข่งขันประกอบด้วย การตลาด(marketing) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (strategic planning) และการจัดการสภาพแวดล้อม(environment management)

ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่สูงนั้นการบริหารจัดการของกิจการโรงแรมยังคงให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานของธุรกิจเนื่องจากสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอย่างแท้จริง (Claros & Augusto, 2005) แม้การแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงแรมเป็นไปอย่างรุนแรงขึ้น และส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงแรมในตลาดเดิมขยายธุรกิจอย่างระมัดระวังเนื่องจากจำนวนโรงแรมและห้องพักที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายธุรกิจโรงแรมของผู้ประกอบการในตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงแรมเป็นไปอย่างรุนแรงขึ้นตามไปด้วย

การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ก็ยังมีอัตราการเพิ่มขึ้นซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นกิจการโรงแรมที่มีขนาดเล็ก ซึ่งการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่นี้จะส่งผลให้จำนวนโรงแรมและห้องพักในตลาดมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และการแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงแรมเป็นไปอย่างรุนแรงขึ้น ซึ่งกดดันการเพิ่มอัตราการเข้าพัก และการขึ้นราคาห้องพักในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีจำนวนมากพบปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ทำให้เกิดข้อจำกัดในการปรับตัวทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเครื่องมือสมัยใหม่ ทำให้เสียเปรียบคู่แข่งรายใหญ่ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วโลกจึงมุ่งการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลกทุกเวลาด้วยต้นทุนต่ำ

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Siripantop (2542) กล่าวว่า ธุรกิจที่สามารถทำการ

ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องอาศัยทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก กล่าวคือ ผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมต้องปรับตัวยอมรับเทคโนโลยี และนำมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมแก่กิจการของตนเอง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาถึงรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย เนื่องจากธุรกิจ โรงแรมขนาดเล็กนั้นมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องเร่งให้ความสำคัญในด้านการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้ธุรกิจเติบโตขึ้นสามารถพัฒนาคุณภาพการบริการ นวัตกรรม หรือการบริหารทางด้านการตลาดให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอันส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการที่เพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรง และ/หรือทางอ้อม ต่อผลการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ของรูปแบบเชิงสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย
3. เพื่อสรุปโมเดลแบบจำลองที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methods) ใช้การศึกษาเชิงปริมาณและ

เชิงคุณภาพ เนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรหลัก คือ คุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า การตลาดอิเล็กทรอนิกส์และผลการดำเนินงานใช้การอธิบายและการพรรณนา เก็บข้อมูลทั้งจากเอกสาร แบบสอบถามและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือสถานประกอบการโรงแรมที่มีขนาดห้องน้อยกว่า 60 ห้อง ซึ่งมีจำนวน 8,171 (National Statistical Office, 2559) ทำการศึกษาสอบถามโดยเฉพาะระดับผู้บริหารของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (sample size) โดยใช้สูตรหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1953) และตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ตามข้อเสนอของ Schumacker & Lomax (2010) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางให้ธุรกิจโรงแรม สามารถประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินงานของตนเอง รวมถึงได้ทราบถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในเพิ่มระดับผลการดำเนินงานในอนาคต
2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมอีกทั้งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้านการส่งเสริมความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางวางแผนในการพัฒนา สนับสนุนส่งเสริมธุรกิจ โรงแรมขนาดเล็กได้ถูกทิศทางเหมาะสมตรงประเด็นตามความต้องการของธุรกิจโรงแรมซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ในโอกาสต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการดำเนินงาน

การวัดผลการดำเนินงานในยุคปัจจุบันเน้นความสมดุลหรือ Balance ระหว่างระยะสั้นกับระยะยาว ปัจจัยภายในองค์กรและภายนอกองค์กร และความสมดุลระหว่างตัวบ่งชี้ด้านการเงิน และตัวบ่งชี้ปัจจัยที่ไม่ใช่การเงิน ซึ่งโมเดลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนักวิชาการโดยทั่วไป โมเดลการวัดผลการดำเนินงานแบบสมดุล (Balanced Scorecard : BSC) แบ่งได้เป็น 4 ด้าน (Kaplan & Norton, 1992)

1. ด้านการเงินมุมมองนี้คือ การเพิ่มขึ้นของรายได้ (revenue growth) และการลดลงของต้นทุน (costreduction) หรือการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (productivity) หรือประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ (assets utilization)

2. ด้านลูกค้ามุมมองนี้คือ การสร้างความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) การรักษาลูกค้าเก่า (customer retention) การเพิ่มลูกค้าใหม่ (customer acquisition) การรักษาหรือเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด (market share) และกำไรต่อลูกค้า (customer profitability)

3. ด้านกระบวนการภายในมุมมองด้านกระบวนการภายในจะแตกต่างจากการประเมินผลการดำเนินงานแบบดั้งเดิม ให้ความสำคัญกับการติดตามและปรับปรุงกระบวนการธุรกิจ ที่มีความสำคัญที่ช่วยนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ

4. ด้านการเรียนรู้และการพัฒนาเป็นการวิเคราะห์โครงสร้างพื้นฐานที่องค์กรธุรกิจสร้างขึ้นเพื่อการเติบโตและการปรับปรุงในระยะยาว โดยการเรียนรู้และการพัฒนาองค์กรได้มาจาก 3 แหล่งคือ ความสามารถของพนักงาน โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี และบรรยากาศที่ส่งเสริมการปฏิบัติงาน

คุณภาพการบริการ

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1990) ได้กำหนดมิติที่จะใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ (dimension of service quality) ไว้ 10 ด้าน มีมาตรวัดความพึงพอใจของการบริการรวม 22 คำถามด้วยกัน ซึ่งได้รับความนิยมน้อยแพร่หลายในอุตสาหกรรมบริการ ต่อมาภายหลัง ตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการหรือ SERVQUAL ได้รับการนำมาทดสอบซ้ำจากจากโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกลุ่มทั้งสิ้น 12 กลุ่ม คำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์จำนวน 97 คำตอบ ได้ทำการจับกลุ่มเหลือเพียง 10 กลุ่มที่แสดงถึงคุณภาพการให้บริการ โดยแบบวัด SERVQUAL นี้ได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดถึงความคาดหวังในบริการจากองค์กรหรือหน่วยงาน และส่วนที่ 2 เป็นการวัดการรับรู้ภายหลังจากได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในการแปลคะแนนของแบบวัด SERVQUAL สามารถทำได้โดยการนำคะแนนการรับรู้ในบริการลบกับคะแนนความคาดหวังในบริการ และถ้าผลลัพธ์ของคะแนนอยู่ในช่วงคะแนนตั้งแต่ +6 ถึง -6 แสดงว่า องค์กรหรือหน่วยงานดังกล่าวมีคุณภาพการให้บริการในระดับดี ทั้งนี้ นักวิชาการที่ทำการวิจัยดังกล่าว ได้นำหลักวิชาสถิติเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพในการบริการของผู้รับบริการ และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) และความเที่ยงตรง (validity) พบว่า SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลักและยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติของคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการ SERVQUAL ที่ทำการปรับปรุงใหม่จะเป็นการยุบรวมบางมิติจากเดิมให้รวมกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ SERVQUAL ที่ปรับปรุงใหม่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก (Parasuraman & Berry, 1990, p. 28) ประกอบด้วย

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นๆ ได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีริยา มารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

นวัตกรรมเชิงคุณค่า

นวัตกรรมโรงแรมเกสต์เฮาส์นั้นคือ “นวัตกรรมกระบวนการ” (innovation process) จากนวัตกรรมกระบวนการ จะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) นำไปสู่การพัฒนา (development) การพัฒนา 3 ด้าน คือ เทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ และการบริการผลลัพธ์ คือ ความเป็นเลิศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bala Subrahmanya (2009) กล่าวคือ เริ่มต้นด้วยการสร้างความคิดใหม่ (idea generation) ขึ้นโดยอาจไม่ได้มาจากเหตุผลเชิงธุรกิจเท่านั้น แต่อาจรวมถึงความรู้ที่สั่งสมทางด้านเทคนิคหรือเพื่อตอบสนองการแก้ปัญหาหนึ่งๆ จากนั้นจะเข้าสู่การยอมรับและตระหนักถึงแนวคิดใหม่ที่เกิดขึ้น (opportunity recognition) ว่ามีคุณค่าและมีประโยชน์ซึ่งจะต้องได้รับการประเมินความคิดนั้นๆ (idea evaluation) ด้วยว่ามีความเหมาะสมเพียงไร มีคุณค่าต่อลูกค้าหรือไม่ สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรหรือไม่ เป็นต้น จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการพัฒนา (development) ที่ได้รับการส่งเสริมโดยองค์กรเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ของแนวคิดใหม่ที่จะได้รับการประเมินโดยกลุ่มลูกค้า (commercialization) ในที่นี้ผู้วิจัยได้ใช้ตัวแปร 3 ตัวแปร ได้แก่ การเข้าถึงนวัตกรรม การลดต้นทุน และความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมการเพิ่มคุณค่า

การเข้าถึงนวัตกรรม หมายถึง มีการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการใช้นวัตกรรม มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ เพื่อให้เกิดการบริการที่แตกต่างและดีกว่า

การลดต้นทุน หมายถึง ความสามารถในการลดต้นทุนขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน บุคลากร การบริหารจัดการ ทรัพยากร จากการใช้นวัตกรรม

ความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมการเพิ่มคุณค่า หมายถึง องค์กรที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม มีการแสวงหาโอกาสและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานพัฒนาการบริการ กระบวนการทำงานและการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์

การทำตลาดอิเล็กทรอนิกส์ของโรงแรมตลาดสำคัญบนอินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับสินค้าและบริการประเภทโรงแรมนี้ ปัจจุบัน พบว่า มีความสับสนและข้อมูลที่มีนั้นไม่เพียงพอต่อความต้องการด้านข้อมูลของนักท่องเที่ยว อีกทั้งช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ให้บริการมีไม่เพียงพอและซ้ำ หากเป็นนักท่องเที่ยวคนไทย ปัญหาอย่างน้อยกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรเริ่มที่จะเล็งเห็นความสำคัญของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นักท่องเที่ยวจากอาเซียนมีความสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย การใช้สื่อและช่องทางการตลาดผ่านโลกออนไลน์ ใช้ดิจิทัลมีเดีย (digital media) และดิจิทัลคอนเทนต์ (digital content) เป็นหลักในการทำตลาด การวางแผนการตลาดอาจเริ่มต้นด้วยการวางแผนในการวิจัยตลาด หรือวางแผนเพื่อทำการสื่อสารทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ในการวางแผนการตลาดอิเล็กทรอนิกส์นั้น องค์กรต้องศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางการตลาด (situation analysis) เพื่อประกอบการวางแผนกำหนดวัตถุประสงค์และกลยุทธ์หรือกลวิธีในการทางการตลาดของธุรกิจ ก่อนลงมือทางการตลาดจริง ทั้งนี้ การวางแผนการตลาดต้องมีวิธีการควบคุมและการวัดผลที่มีประสิทธิภาพอีกด้วยจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาตัวแปรการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ในการวิจัยนี้ประกอบด้วย 6P ในหลักการตลาดแบบดั้งเดิมที่ผู้ประกอบการและผู้ทำธุรกิจคุ้นเคยมานาน 4P คือ 1) สินค้า (product) 2) ราคา (price) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) 4) การ

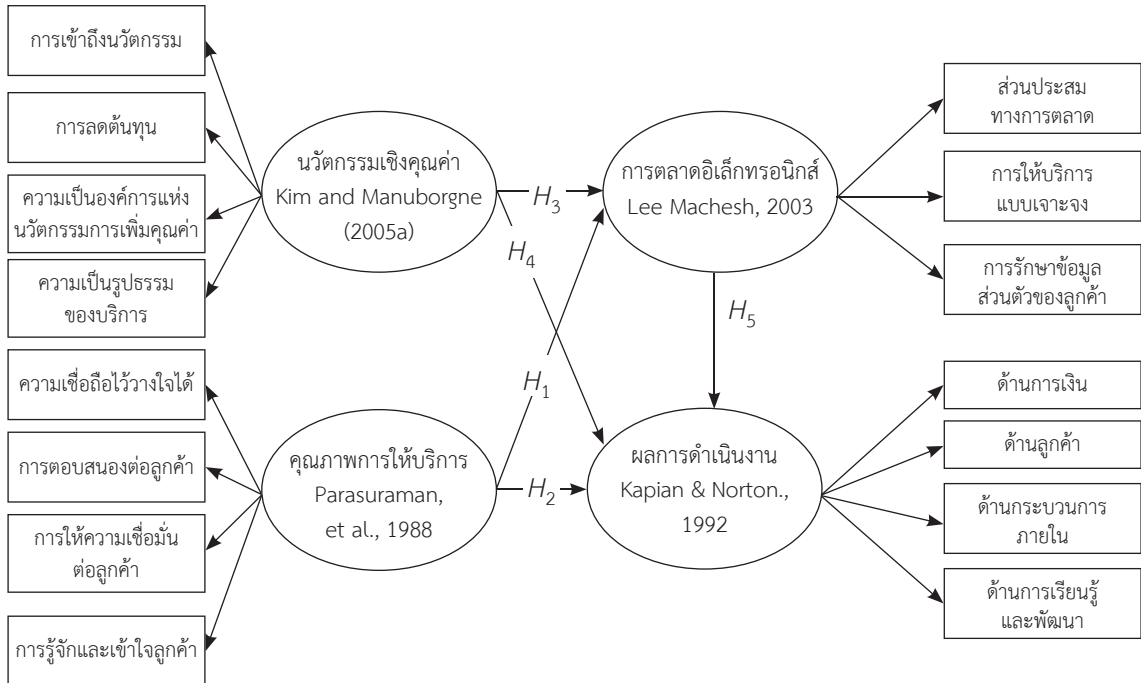
ส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ (promotion) และมืองค์ประกอบเพิ่มเติมอีก 2P คือ 5) การให้บริการแบบเจาะจง (personalization) และ 6) การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า (privacy) ซึ่งการนำเสนอประกอบอีก 2P มาใช้ เพื่อประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความเป็นจริง ในการดำเนินการในรูปแบบของการบริหารธุรกิจในยุคปัจจุบัน

เนื่องจากการตลาดแบบอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจโรงแรมและเกสต์เฮาส์จะประสบผลสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ หลายประการ เช่น ความพร้อมทางเทคโนโลยี การให้ความสำคัญด้านการตลาดกิจการจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ด้วยจึงสามารถสรุปตัวแปรการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้ 3 องค์ประกอบด้วยกันคือ ส่วนประสมทางการตลาดการให้บริการแบบเจาะจง และการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า (Lee, 2014)

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง 4P คือ (1) สินค้า (product) (2) ราคา (price) (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) (4) การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ (promotion)

การให้บริการแบบเจาะจง หมายถึง ความสามารถเก็บข้อมูลของลูกค้าแต่ละราย ด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์และทำให้สามารถให้บริการแบบเจาะจงกับลูกค้าแต่ละรายได้

การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า หมายถึง การรักษาความลับของข้อมูลเหล่านี้ โดยต้องไม่เผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ของลูกค้าก่อนได้รับอนุญาต ข้อมูลส่วนตัวเหล่านี้ไม่ได้หมายถึงในเรื่องของข้อมูลอันเป็นความลับ เช่น หมายเลขบัตรเครดิตเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงข้อมูลอื่นๆ เช่นที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ หรือ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้ คือ

1. ปัจจัยดังต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อผลการเพิ่มผลการทำงานของธุรกิจโรงแรมและ ในประเทศไทย

1.1 H_1 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

1.2 H_2 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน

1.3 H_3 นวัตกรรมเชิงคุณค่ามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

1.4 H_4 นวัตกรรมเชิงคุณค่ามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน

1.5 H_5 การตลาดอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน

2. รูปแบบเชิงสมมติฐานของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อ

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ โรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทยสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methods) โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามตามจำนวนตัวอย่างและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป จากนั้นจึงนำผลสรุปที่ได้สร้างแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกและมีความน่าเชื่อถือ หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้ว จึงนำข้อมูลจัดหมวดหมู่เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย และทำการวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอข้อมูลเป็นการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือสถานประกอบการโรงแรมที่มีขนาดห้องน้อยกว่า 60 ห้อง ซึ่งมีจำนวน 8,171 (National Statistical

Office, 2559) ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (sample size) โดยใช้สูตรหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1953) และตามกฎแห่งความชัดเจน (rule of thumb) ตามข้อเสนอของ Schumacker & Lomax (2010) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ทำการทดสอบและวิเคราะห์เครื่องมือหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถาม โดยได้ทำการทดลอง (try-out) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโรงแรมซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด แล้วนำผลการทดสอบมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (alpha coefficient) ด้วยวิธีของครอนบัทซ์ (cronbach's alpha) เครื่องมือทางเทคนิคสถิติ ได้แก่ Structural Equation Modeling (SEM) สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) จำนวน (number) และร้อยละ (percentage) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis-CFA)

การวิเคราะห์เส้นทาง (path analysis)

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง (path analysis) โดยอาศัยรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นหรือโมเดลลิสเรล (Linear Structural Relationship Model or LISREL Model) โดยใช้หลักการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) ด้วยโปรแกรม LISREL หาค่าอิทธิพลทางตรง (direct effect) ค่าอิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) และค่าอิทธิพลรวม (total effect) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ การแปลความและการตีความหมายใช้ผลสรุปโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิเคราะห์ที่ชัดเจน เพื่อให้เข้าใจถึงเหตุผลในความเชื่อมโยงของโครงสร้างที่สอดคล้องกับปัจจัยต่างๆ ที่ช่วยเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม

ผลการวิจัย

ส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามหัวข้อสมมติฐานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ได้ ดังตาราง 1

ตาราง 1

สรุปผลของการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการวิจัย
คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	ยอมรับ
คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน	ยอมรับ
นวัตกรรมเชิงคุณค่ามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	ยอมรับ
นวัตกรรมเชิงคุณค่ามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน	ยอมรับ
การตลาดอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน	ยอมรับ

กล่าวคือทั้งคุณภาพการให้บริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการเพิ่มผลการดำเนินงานโดยความสัมพันธ์ของทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ปัจจัย

ทั้ง 3 สามารถเพิ่มผลการดำเนินงาน ผู้ประกอบการสามารถนำโมเดลดังกล่าวต่อยอดธุรกิจให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันได้

ส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการสัมภาษณ์พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วยกับโมเดลดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่ จึงสรุปได้ว่าสอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณและเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามหัวข้อวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ได้ดังนี้ วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรง และ/หรือ ทางอ้อม ต่อผลการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรง และ/หรือ ทางอ้อม ต่อผลการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน นวัตกรรมเชิงคุณค่ามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานหมายความว่า ทั้งคุณภาพการให้บริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลเชิงประจักษ์ของรูปแบบเชิงสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลเชิงประจักษ์ของรูปแบบเชิงสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

งานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทยพบว่าความสัมพันธ์ของทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อสรุปโมเดลแบบจำลองที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

จากงานวิจัยฉบับนี้ พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยได้ ดังนั้น เพื่อให้เกิดการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการสามารถนำโมเดลดังกล่าว ต่อยอดธุรกิจให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันได้

การอภิปรายผล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทยโดยในขั้นตอนสรุปนี้ ผู้วิจัยจะทำการสรุปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน นวัตกรรมเชิงคุณค่ามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ นวัตกรรมเชิงคุณค่ามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน โดยสรุปคือปัจจัยทั้ง 3 อันได้แก่ คุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทั้งในด้านของการเงินลูกค้าการพัฒนาและการเรียนรู้และกระบวนการภายในซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รูปแบบเชิงสมมติฐานของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถูกยอมรับตามสมมติฐานทั้งในงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ หมายความว่ารูปแบบเชิงสมมติฐานของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ นวัตกรรมเชิงคุณค่า และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทยสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะการเพิ่มผลการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการ ควรทำการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของตนเอง เพื่อใช้ในการปรับปรุงทิศทางการพัฒนาผลการดำเนินงานของตนเองก่อนเป็นอันดับแรก
2. ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเป็นสิ่งที่ทำได้ง่าย บางรูปแบบก็ไม่มีค่าใช้จ่ายแต่ให้ผลลัพธ์ที่มาก โดยเฉพาะในช่วงเวลานี้ สไตล์ของคนส่วนใหญ่ใช้อินเตอร์เน็ตเป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจเข้าใช้บริการ และควรมุ่งเน้นคุณภาพบริการของพนักงาน และนวัตกรรมเชิงคุณค่าด้วยบางครั้งการใช้กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรเชิงมนุษย์เป็นสิ่งที่ควรนำมาประกอบการดูแลจัดการพนักงาน
3. คู่แข่งของผู้ประกอบการ ไม่ใช่แค่ผู้ประกอบ

การรูปแบบเดียวกันเท่านั้น ยังรวมไปถึงผู้ประกอบการขนาดกลาง ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ และรวมถึงผู้ประกอบการที่ให้บริการที่พักทั่วประเทศด้วย ดังนั้นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรคำนึง ไม่ใช่ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง แต่ควรพัฒนา ดูแลทั้ง 3 ปัจจัยให้ครอบคลุม เพื่อที่จะสามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันต่อไปได้อย่างยั่งยืน

4. ควรเพิ่มการติดตามข่าวสารอยู่เป็นประจำ จะทำให้สามารถคาดการณ์สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้องมากขึ้น และจะทำให้การบริหารงานเป็นไปด้วยความคุ้มค่า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำการศึกษาเชิงลึกของการใช้ RTB (Real Time Bidding)
2. ควรมีการศึกษาโดยแยกข้อแตกต่างระหว่างออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการตัดสินใจเลือกเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มผลการดำเนินงาน
3. ควรเพิ่มปัจจัย 7p ลงในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อให้เห็นภาพของกิจการที่ชัดเจนขึ้น
4. ควรทำการวิจัยเปรียบเทียบระหว่างโรงแรมขนาดเล็ก กับโรงแรมขนาดอื่นเพิ่มเติมเพื่อใช้ความแตกต่างที่ได้มาระบุทิศทางการดำเนินกิจการตามขนาดของธุรกิจ
5. ควรมีการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว หรือผู้เข้าพักเพิ่มเติม เพื่อใช้ยืนยันปัจจัย
6. ควรมีการศึกษาแนวทางหรือโมเดลอื่นทำให้เกิดการบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืน

การอ้างอิง

- กิตติ สิริพลลภ. (2542). *การสร้างคุณค่าให้ตราयीหือ*. ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2016 จาก www.bus.tu.ac.th/usr/kitti/brand.doc
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559). *จำนวนห้องโรงแรมขนาดเล็ก*. ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2559, จาก www.nso.go.th

References

- Bala Subrahmanya, M. H. (2009). Nature and strategy of product innovations in SMEs: A case study-based comparative perspective of Japan and India. *Innovation*, 11(1), 104-113.
- Claros, Augusto L. (2005). *The Global Competitiveness Report 2004-2005*. World Economic Forum. Ashford Color Press.
- Cochran, W. G., (1953). *Sampling Techniques*. Johe Wiley & Sons.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard—Measures that Drive Performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- Lee, K. J. (2014). Attitudinal dimensions of professionalism and service quality efficacy of frontline employees in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 41, 140-148.
- National Statistical Office. (2016). *Number of small hotel rooms*. Retrieved 2 Dec, 2016, from www.nso.go.th [In Thai]
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.
- Sainaghi, R., Phillips, P., & Zavarrone, E. (2016). Performance Measurement in Tourism Firms: A Content Analytical Meta-approach. *Tourism Management*, 59, 36-56.
- Sargeant, A., & Mohamad, M. (1999). Business performance in the UK hotel sector-does it pay to be market oriented?. *Service Industries Journal*, 19(3), 42-59.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginners Guide to Structural Equation Modeling*. (3rd ed.). Routledge.
- Siripanlop, K. (1999). *Creating brand value*. Retrieved from www.bus.tu.ac.th/usr/kitti/brand.doc, 2 Dec, 2016 [In Thai]

The Structural Equation Model of Factors Effecting Customer Behavior of Spa Service in Bangkok Metropolis

Chanikant Treewai¹ Prayong Meejaisue²
Montree Piriyakul³ Thasana Boonkwan⁴

Abstract

The objectives of this research were to study the attitude, subjective norms, perceived behavioral control, intention to use spa service, satisfaction, accountability and behavior on spa usage of customers. The research was based on quantitative method. Sample was randomly drawn from the spa customers. Research results revealed that among the customers, there were more female than male, most of the customers were 25-34 years old, married, monthly income of 20,000-40,000 baht, mostly employed in private sector and well educated, with mostly bachelor's degree. They agreed that spa is useful for health, and it is an integration of folk wisdom and herbal treatment in form of massage, aroma and relaxing music. An analysis of the structural equation modeling found that the subjective norms, perceived behavioral control and customer satisfaction had direct influence on the intention to use spa treatment. Trust influenced on attitude toward spa use and customer satisfaction, but customer satisfaction, intention to use and perceived behavioral control did not significantly influence on actual spa use.

Keywords: Theory of Planned Behaviors (TPB); Trust; Satisfaction; Spa

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Treewai, C., Meejaisue, P., Piriyakul, M., & Boonkwan, T. (2020). The structural equation model of factors effecting customer behavior of spa service in Bangkok Metropolis. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 255-267.

¹ Master's student Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Hau Mark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: chanikant98@gmail.com

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

³ Faculty of Science, Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแข่งขันที่ค่อนข้างสูงส่งผลกระทบต่อประชากร มีความเร่งรีบและเกิดความเครียด และส่งผลกระทบต่อปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพทำให้ประชาชนต้องหันมาสนใจในเรื่องสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุดังกล่าว ธุรกิจสปา จึงเกิดขึ้นมาและก่อตัวเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวในรูปแบบสปา รีสอร์ท ประเทศไทยในปัจจุบันจึงติดอันดับต้นๆ ของเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ในเรื่องสปาที่ผสมผสานการดูแลสุขภาพ และการดูแลด้านความงามด้วย ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เกี่ยวกับศาสตร์การแพทย์แผนไทย และการนวดแผนโบราณที่บริการทั้งการรักษาและการผ่อนคลายด้วยสมุนไพรหลากหลายชนิดรวมถึงการบริการที่มีคุณภาพทำให้สปาเป็นที่ยอมรับและชื่นชมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือแม้แต่ชาวไทยเอง (Sritham, 2009)

กิจการสปาได้แก่บริการที่เกี่ยวกับการดูแลและเสริมสร้างสุขภาพโดยวิธีการบำบัดด้วยน้ำและการนวดร่างกายเป็นหลัก ประกอบกับบริการอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวงของกิจการสปา พ.ศ. 2560 (Department of Industrial Promotion, 2011) การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอาจมีผลกระทบต่อธุรกิจสปาและธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย เพราะการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอาจมีผลให้มือนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศมากขึ้นทำให้เพิ่มระดับความรุนแรงของการแข่งขันด้านบริการในธุรกิจสปาด้วยตนเองและกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอื่น เช่น ธุรกิจบริการด้านการแพทย์และแพทย์ทางเลือก ธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการส่งเสริมสุขภาพ ธุรกิจฟื้นฟูสุขภาพ ธุรกิจบริการเสริมความงาม และธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพร่วมอยู่ด้วย ธุรกิจเหล่านี้สร้างรายได้เข้าประเทศคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 140,000 ล้านบาทในจำนวนนี้ประมาณ 70,000 ล้านบาทสหพันธ์ธุรกิจหลักของบริการด้านการแพทย์ ประมาณ 50,000 ล้านบาทสหพันธ์ธุรกิจ

ด้านการท่องเที่ยวของไทย และอีกประมาณ 20,000 ล้านบาทสหพันธ์ธุรกิจสถานให้บริการด้านแพทย์ทางเลือก (Department of Trade Negotiations Business, 2011)

ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปาได้พัฒนาและบูรณาการหลายบริการเข้าด้วยกันอย่างต่อเนื่องเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มีความสุขทั้งร่างกายหายจากโรคและจิตใจผ่อนคลายความเครียด ความกังวลซึ่งประเทศไทยสามารถให้บริการได้ดีเพราะมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาก มีปัจจัยการสนับสนุนหลายประการโดยเฉพาะคุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการเฉพาะธุรกิจสปาพบว่ามีแนวโน้มขยายตัวได้อีกมาก และเมื่อมีการเปิดเสรีประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 คาดว่าจะสามารถขยายตลาดระดับบนในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอาทิ เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา และเวียดนามคาดว่าประเทศไทยจะมีรายได้ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากตลาดอาเซียนเพิ่มขึ้น (Department of Industrial Promotion, 2011) ปัญหาจึงอยู่ที่ธุรกิจสปาและธุรกิจบริการด้านสุขภาพสามารถพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพได้มากพอหรือไม่ นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการสปาแบบใด เมื่อไร ใช้บริการบ่อยครั้งเพียงใด มีทัศนคติต่อบริการสปาในทิศทางใด ฟังพอใจและไว้วางใจในบริการมากน้อยเพียงใด เป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาทัศนคติอิทธิพลครอบงำการควบคุมพฤติกรรมความตั้งใจใช้บริการสปา ความพึงพอใจ ความไว้วางใจและพฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้บริโภค

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านประชากรผู้ที่ใช้บริการสปาในเขตกรุงเทพมหานครเป็นการศึกษาแบบจำลองพฤติกรรม

แบบแผนการใช้บริการสปาสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทราบถึงทัศนคติของผู้มาใช้บริการสปา ด้านทัศนคติ ความพึงพอใจ ความพอใจ และปัจจัยที่เป็นไปตามทฤษฎีตามพฤติกรรมตามแผนที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริหารสปา สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจสปาให้ตรงตามความต้องการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ทำให้ผู้บริหาร ผู้ประกอบการธุรกิจสปา รวมถึงที่มีความสนใจทำธุรกิจสปาสามารถนำไปปรับการวางแผน การบริหารงาน การดำเนินการทางการตลาด และการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับกับธุรกิจสปาได้อย่างมีทิศทาง

3. เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจทำการศึกษาคำแนะนำธุรกิจสปา สามารถนำผลงานวิจัยนี้ไปเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาเรื่องทัศนคติ อิทธิพลครอบงำพฤติกรรม ความตั้งใจใช้บริการ ความพึงพอใจ และความไว้วางใจ ได้ต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) สำหรับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนั้นเป็นทฤษฎีที่พัฒนาต่อจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) โดย Ajzen and Fishbein (1980) มีแนวคิดที่ว่ามนุษย์จะกระทำการสิ่งใดย่อมมีเหตุผลและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ อีกทั้งพิจารณาผลที่เกิดจากกระทำสมควรทำหรือไม่ควรทำ (Yzer, 2012) ควบคุมหรือกำหนดพฤติกรรมที่จะกระทำ (perceived behavioral control) ด้วยตนเองโดยอาศัยโอกาส เงิน เวลา และความร่วมมือของบุคคลที่ Ajzen เสนอเพิ่มขึ้นจากทฤษฎีการกระทำ

ด้วยเหตุผล ประกอบด้วยตัวแปรดังภาพ 2 ซึ่งผู้วิจัยจะได้เสนอรายละเอียดของตัวแปรตามทฤษฎี TPB

พฤติกรรม (behavior) หมายถึง การกระทำทุกอย่างของมนุษย์ ไม่ว่าจะกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวคนอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่และไม่ว่าการกระทำนั้นจะพึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ การเดินทาง การตัดสินใจ การปฏิบัติตามหน้าที่ การละทิ้งหน้าที่ที่เป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น (Witokco, 1989)

ความพึงพอใจคือความรู้สึกที่แสดงถึงความยินดีหรือความผิดหวังอันเป็นผลจากการที่เปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้หรือบริโภคผลิตภัณฑ์จริงๆ กับความคาดหวังเดิม ดังสมการ

ความพอใจ = การบริการที่ได้รับหรือผลจากการใช้งานสินค้า - ความคาดหวัง

ความพึงพอใจของลูกค้าส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากคุณภาพการบริการของพนักงานและคุณภาพสินค้า มากกว่าเหตุผลทางด้านคู่แข่ง ราคา หรืออิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ผลการศึกษาวิจัยโดย Lorpraditpong (2006) พบว่า เหตุผลที่ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพราะพนักงานขายขาดการเอาใจใส่ลูกค้า มีการบริการที่ไม่ดี และสินค้ามีคุณภาพไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง

ความตั้งใจซื้อ (purchase intention): เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจที่บ่งบอกถึงการวางแผนการของผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้าในตราสินค้าหนึ่งในช่วง เวลาใดเวลาหนึ่งที่ผู้บริโภคพร้อมที่จะเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดให้สอดคล้องกับความต้องการ การซื้อสินค้าของผู้บริโภคอาจไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวหากแต่เป็นการซื้อผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าให้ตรงกับความต้องการที่เกิดขึ้น (Kim & Pysarchik, 2000) ความตั้งใจซื้อขึ้นอยู่กับประสบการณ์การใช้สินค้าของผู้บริโภคและทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า (Morwitz & Fitzsimons, 2004)

ความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ (Trust) คือความตั้งใจของบุคคลที่จะเสี่ยงกับบุคคลอื่นโดยขึ้นอยู่กับความเชื่อที่ว่าอีกฝ่ายมีความสามารถเปิดเผยและเชื่อถือได้

McKnight and Chervany (1996) แบ่งความไว้วางใจไว้ดังนี้คือ 1) เจตนาเริ่มต้นแห่งความไว้วางใจ (trusting intention) คือการที่ฝ่ายหนึ่งเต็มใจที่จะพึ่งพาอีกฝ่ายหนึ่งในสถานการณ์หรือเหตุการณ์ใดๆ ที่เกิดขึ้น 2) พฤติกรรมการไว้วางใจ (trusting behavior) เป็นพฤติกรรมที่ฝ่ายหนึ่งไว้วางใจมอบหมายภาระหน้าที่และอำนาจให้อีกฝ่ายหนึ่งกระทำการแทนตน 3) ความเชื่อในการไว้วางใจ (trusting beliefs) หมายถึงบุคคลหนึ่งเต็มใจและสามารถที่จะทำสิ่งต่างๆ เพื่อผลประโยชน์ของผู้อื่นได้ด้วยความเมตตากรุณา ความซื่อสัตย์สุจริต และด้วยความสามารถ 4) ความไว้วางใจในระบบ (system trust) ความเชื่อว่าหน่วยงานนั้นจะทำให้ผู้ที่เข้าร่วมประสบความสำเร็จในอนาคต 5) ความไว้วางใจต่อบุคคล (dispositional trust) เชื่อมั่นและไว้วางใจบุคคลอื่นโดยไม่สนใจสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และ 6) ความไว้วางใจต่อสถานการณ์ (situational decision to trust) เชื่อมั่นและไว้วางใจสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

ทัศนคติต่อบริการ

ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward The Behavior) หมายถึงผลการประเมินเป็นบวกหรือลบหรือเป็นการตัดสินใจว่าเป็นเรื่องที่ดีหรือเลวของบุคคลต่อการกระทำพฤติกรรมหรือสนับสนุนการกระทำนั้น ถ้ามีทัศนคติทางบวกต่อการกระทำพฤติกรรมนั้นมากเพียงใดบุคคลก็จะมี ความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมมากเพียงนั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลมีทัศนคติทางลบต่อการกระทำพฤติกรรมนั้นมากเพียงใดบุคคลก็จะมี ความตั้งใจหนักแน่นที่จะไม่กระทำพฤติกรรมนั้นมากเช่นกัน (Ajzen & Fishbein, 1980).

อิทธิพลคนรอบข้าง

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (subjective norm) หมายถึงการรับรู้ของบุคคลว่าบุคคลอื่นที่แวดล้อมตนอยู่และมีความสำคัญกับตนต้องการหรือไม่ต้องการให้ตนกระทำพฤติกรรมนั้น

การวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงโดยตรงเป็นการประเมินความเชื่อว่าคุณค่าที่มีความสำคัญต่อเขาคิดว่าเขาควรหรือไม่ควรทำพฤติกรรมนั้นๆ โดยเริ่มจากบุคคลในครอบครัวซึ่งถือได้ว่าใกล้ชิดที่สุดแล้วขยายไกลออกไปตามระดับความใกล้ชิดที่ลดลง เช่น เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน บุคคลทั่วไป 프리เซนต์อร์ คำถามอาจเป็นดังนี้ “ในบริการสปา ท่านมีบุคคลใดบ้างที่มีความสำคัญต่อท่านที่ท่านนึกถึงเมื่อท่านจะขอรับบริการสปา”

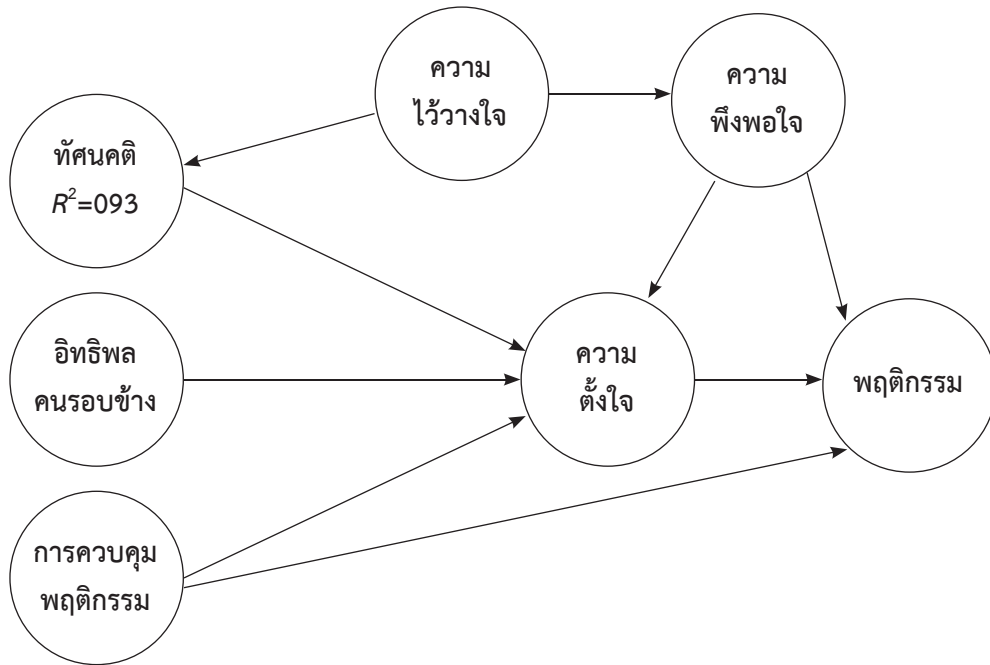
การควบคุมพฤติกรรม

ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral control: PBC) หมายถึงการรับรู้การกระทำของบุคคลที่สะท้อนจากเหตุการณ์/ประสบการณ์ในอดีตที่มีความเชื่อว่าตนมีความเชื่อว่าจะได้รับประโยชน์การกระทำหรือประสบอุปสรรคเมื่อจะกระทำการได้ไม่ว่าจะมากหรือน้อยเพียงใด ยากหรือง่ายเพียงใดว่าตนมีความสามารถในการควบคุมตนเองให้ลงมือกระทำได้ มีแนวความคิดแบบเดียวกับคำว่าสมรรถนะแห่งตน (self-efficacy) ของแบนดูร์รา (Yzer, 2012)

การวัดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมโดยตรงเป็นการสะท้อนถึงความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการรับรู้ความยากง่ายในกระทำพฤติกรรม

กรอบแนวคิดวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผสมผสานกรอบแนวคิดเพื่อการวิจัยระหว่างทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Ajzen, 2002) และงานวิจัยเชิงประจักษ์ ภาพกรอบแนวความคิดตามภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดเพื่อการวิจัย

สมมติฐาน

1. ทศนคติอิทธิพลต่อความตั้งใจการใช้บริการสปาเขตกรุงเทพมหานคร
2. การคล้อยตามบุคคลรอบข้างมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสปาเขตกรุงเทพมหานคร
3. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสปาในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจบริการสปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
5. ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจบริการสปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
6. ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจบริการสปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
7. ความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริการสปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
8. ความตั้งใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริการสปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

9. ความรับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริการสปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การกำหนดประชากร (population) และการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือผู้ใช้บริการสปาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยจำนวนสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 321 แห่งสำรวจเมื่อปี พ.ศ. 2554 เป็นหน่วยสำรวจขั้นที่ 1 และเนื่องจากไม่มีสถิติจำนวนผู้เข้ารับบริการ การสำรวจครั้งนี้จึงถือว่าจำนวนประชากรเป็นสิ่งที่ไม่ทราบแต่ถือว่ามีความใหญ่ (unknown population size but large)

2. การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ทำการสุ่มตัวอย่าง 3 ขั้นตอนคือ
 - 1) สุ่มตัวอย่างเขตในกรุงเทพมหานครที่มีอยู่ทั้งสิ้น

50 เขตมาเป็นพื้นที่สำรวจจำนวน 6 เขต 2) สุ่มตัวอย่างสถานประกอบการสปาในเขตที่สุ่มในข้อ 1) สุ่มตัวอย่างมาเขตละ 1 แห่ง และ 3) สุ่มตัวอย่างผู้เข้ารับบริการในสถานประกอบการสปามาแห่งละ 67 คน

3. นำข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์มาแล้วมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ดังนี้

1) ค่าร้อยละ (percentage) โดยใช้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

2) ค่าเฉลี่ย (mean) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลและอธิบายลักษณะของตัวแปรแฝงต่างๆ ตามกรอบแนวความคิดเพื่อการวิจัย

3) สถิติอนุมาน (inferential statistics) เป็นการทดสอบสมมติฐานด้วยตัวแบบสมการโครงสร้าง (structural equation modeling--SEM) โดยวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Visual PLS

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.50) มากกว่าเพศชาย ร้อยละ 58.15 เป็นผู้สมรสแล้ว ร้อยละ 80 เป็นผู้มีการศึกษาดีคือมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าประมาณร้อยละ 40 เป็นพนักงานภาคเอกชนและหารวมกลุ่มพนักงานภาคเอกชน ผู้ทำธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอิสระเป็นกลุ่มเดียวกันจะมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 80 ที่เหลือเป็นพนักงานภาครัฐ ร้อยละ 48.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 20,000-40,000 บาท มี ร้อยละ 85.35 เสียค่าใช้จ่ายค่าบริการไม่เกินครั้งละ 2,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ ทศนคติ การคล้อยตาม บุคคลรอบข้าง การรับรู้ความสามารถในการควบคุม พฤติกรรม ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ความตั้งใจ และพฤติกรรม พบว่า

ทศนคติ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

(ค่าเฉลี่ย = 3.82, CV = 0.13) โดยเห็นว่าเป็นบริการที่ช่วยด้านการผ่อนคลาย รักษาโรคได้บางชนิด ช่วยด้านการดูแลสุขภาพและความงาม ชอบและคาดว่าจะใช้บริการบ่อยๆ ค่าสัมประสิทธิ์ผันแปรรวมต่ำมาก (CV = 0.13) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสปาคล้ายๆ กัน

การคล้อยตามบุคคลรอบข้าง มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.61 CV = 0.16) ผู้บริโภคจะมีการคล้อยตามบุคคลในครอบครัว เพื่อน และพนักงานผู้ให้บริการมากกว่าบุคคลอื่น ค่าสัมประสิทธิ์ผันแปรค่อนข้างต่ำแสดงว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นในเรื่องคล้อยตามบุคคลรอบข้างคล้ายๆ กัน

การรับรู้ความสามารถในการควบคุม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74, CV = 0.14) ผู้บริโภคมีความใส่ใจจดจาดูบริการตัดสินใจเข้าใช้บริการแบบไม่ลังเล แม้จะแพงไปบ้างก็ไม่รังเกียจ

ความพึงพอใจในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.68, CV = 0.13) ผู้บริโภคมีความพึงใจเพราะคุณภาพบริการสูงกว่าความคาดหวัง เป็นบริการที่ดี มีคุณภาพ เป็นประสบการณ์ที่ดีและเป็นสิ่งที่ตรงกับความต้องการ ค่าสัมประสิทธิ์ผันแปรค่อนข้างต่ำแสดงว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจการใช้บริการสปาคล้ายๆ กัน

ความไว้วางใจในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.76, CV = 0.13) ผู้บริโภคมีความไว้วางใจเพราะบริการสปาเป็นการบริการที่มีคุณภาพคลายเครียดได้ มีความน่าเชื่อถือสูงและปลอดภัยต่อสุขภาพ ค่าสัมประสิทธิ์ผันแปรค่อนข้างต่ำ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความไว้วางใจบริการสปาคล้ายๆ กัน

ความตั้งใจในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.85, CV = 0.28) ผู้บริโภคมีความตั้งใจใช้ด้วยเหตุผลเพื่อการผ่อนคลายและมีความเป็นไปได้ที่จะใช้บริการอีก สัมประสิทธิ์ผันแปรค่อนข้างสูง แสดง

ให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความตั้งใจใช้แตกต่างกันแต่ไม่แตกต่างกันมากนัก

พฤติกรรมการใช้บริการสปาในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.13, CV = 0.21) พบว่าผู้รับบริการนิยมใช้บริการนวดตัว นวดแผนไทย นวด

สมุนไพร นวดหน้า อโรมา อบตัว โดยใช้บริการเดือนละ 1 ถึง 2 ครั้ง โดยมากเป็นวันหยุดและหลังเลิกงาน ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสปา

การศึกษาในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสปา การคล้อยตามบุคคลรอบข้าง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ความตั้งใจที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างจะดำเนินการเป็น 3 ส่วนคือ

1) การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (convergent validity) โดยยึดเกณฑ์ว่าน้ำหนักปัจจัยของตัวชี้วัดต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.707 มีนัยสำคัญทางสถิติและมีค่า average variance extract (AVE) ไม่ต่ำกว่า 0.50 หรือน้ำหนักปัจจัยของตัวชี้วัดต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.50 แต่ AVE ต้องไม่ต่ำกว่า 0.50

2) มีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก คือตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงต้องวัดได้เฉพาะจากกลุ่มตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงวัดได้จากตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงอื่น

ผลการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือปรากฏดังตาราง 1

ตาราง 1

ความเที่ยงตรงเชิงเหมือนของมาตรวัด

Construct/Item	Loading	t stat	CR	AVE
ทัศนคติต่อการบริการ			0.773	0.538
At3 เสริมความงาม	0.5632	6.8652		
At7 มีความชอบ	0.7626	13.9248		
At8 ต้องการรับบริการบ่อยๆ	0.8454	23.7341		
การคล้อยตามคนรอบข้าง			0.809	0.518
Sn2 เพื่อนมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสปา	0.7862	21.5505		
Sn3 ท่านเลือกโปรโมชั่นและคำแนะนำของพนักงาน	0.6011	11.6357		
Sn4 บุคคลผู้ให้บริการในสถานประกอบการสปา	0.7996	21.4480		
Sn5 ดารา/พรีเซ็นเตอร์/ผู้มีชื่อเสียง	0.6741	13.4325		
การรับรู้ด้านการควบคุมการเข้าถึงบริการ			0.794	0.565
Pbc1 ท่านสามารถจดจำสถานบริการได้	0.8335	27.5492		
Pbc2 การตัดสินใจใช้บริการสปาสามารถทำได้ง่าย	0.7701	27.1516		
Pbc3 สถานที่บริการสปาหาได้ง่าย	0.6385	11.6563		

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตาราง 1

ความเที่ยงตรงเชิงเหมือนของมาตรวัด (ต่อ)

Construct/Item	Loading	t stat	CR	AVE
ความไว้วางใจ			0.841	0.515
Trst1 มีคุณภาพ	0.7258	29.6976		
Trst2 สปาเป็นการผ่อนคลายความเครียดได้	0.7043	21.619		
Trst3 มีความน่าเชื่อถือ	0.6591	17.6340		
Trst5 มีมาตรฐานการ (มีใบรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข)	0.7584	26.3277		
Trst6 ปลอดภัยต่อสุขภาพ	0.7356	24.5310		
ความพึงพอใจ			0.751	0.502
Cs1 ความพึงพอใจบริการสปาสูงกว่า ความคาดหวัง	0.7431	22.920		
Cs3 การบริการสปาเป็นสิ่งที่ท่านต้องการ อย่างแท้จริง	0.7023	17.4901		
Cs6 การใช้บริการสปาเป็นประสบการณ์ที่ดี	0.6784	14.6596		
ความตั้งใจ			0.808	0.585
Int1 ทุกครั้งที่ต้องการผ่อนคลายจะนึกถึงสปา	0.7698	32.0092		
Int2 ท่านมีตั้งใจใช้บริการครั้งต่อไป	0.7202	20.1630		
Int3 เป็นไปได้ที่ท่านจะใช้บริการสปา	0.8023	30.5561		
พฤติกรรมการ			1.000	1.000
พฤติกรรมการใช้สปา	1.0000	1.0000		

หมายเหตุ: CR = Composite Reliability, AVE = Average Variance Extracted

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรแฝง (Latent Variable – LV) ทุกตัวมีค่า Loading สูงตรงตามตาราง คือ ไม่น้อยกว่า 0.707 หรือมีค่าไม่ถึง 0.707 และ AVE ไม่ต่ำกว่า 0.50 และมีนัยสำคัญ (ค่า t stat ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 1.96 และมีเครื่องหมายบวก) ทุกหมวดมีความน่าเชื่อถือได้ (Composite Reliability--CR) อยู่ในช่วง 0.773-0.809 (ไม่ต่ำกว่า 0.60) มีความเที่ยงตรงเชิงเหมือนคือ ตัวชี้วัดในแต่ละหมวดสามารถวัดค่าตัวแปร

ได้ตรงกันและ CR ไม่ต่ำกว่า 0.808 ทุกหมวด แสดงมาตรวัดมีความคงเส้นคงวาในการวัด คือ ผู้ให้ข้อมูลจะแสดงความคิดเห็นเหมือนเดิมมีต่ำกว่า ครึ่ง 80 ครั้ง และเมื่อพิจารณาค่า AVE (Average Variance Extracted) พบว่า มีค่าอยู่ในช่วง 0.563-0.841 (ค่า AVE ไม่ต่ำกว่า 0.50) ซึ่งค่า AVE สูงกว่า 0.50 แสดงว่า ตัวชี้วัดตัวแปรแฝงอธิบายตัวชี้วัดแต่ละตัวได้เฉลี่ยเท่ากับ 0.50

ตาราง 2

วิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของตัวมาตรวัด

construct	construct						
	1	2	3	4	5	6	7
1. ทศนคติต่อบริการ	0.733						
2. อิทธิพลคนรอบข้าง	0.363	0.719					
3. การควบคุมพฤติกรรม	0.317	0.433	0.751				
4. ความตั้งใจ	0.252	0.403	0.433	0.898			
5. พฤติกรรม	0.057	0.007	0.022	0.061	1.000		
6. ความไว้วางใจ	0.306	0.413	0.412	0.600	0.033	0.717	
7. ความพึงพอใจ	0.316	0.406	0.394	0.563	0.039	0.588	0.708

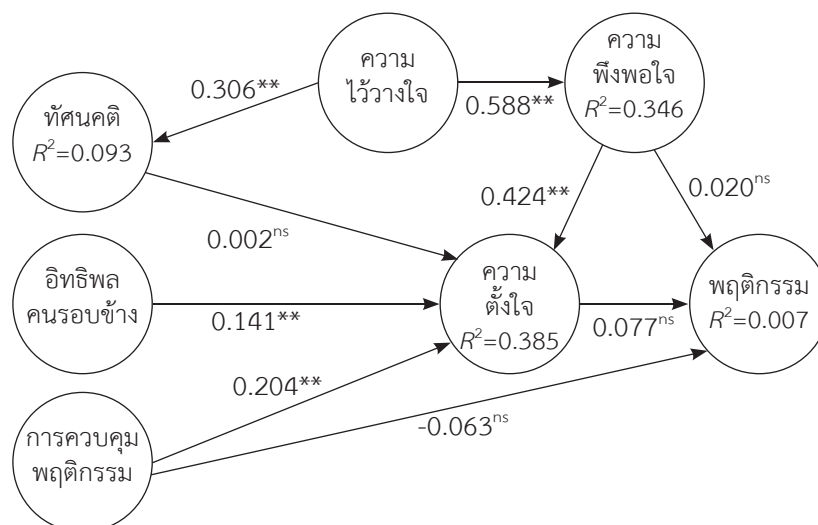
หมายเหตุ: ตัวเอนคือรากที่สองของ AVE, AVE = Average Variance Extracted

พบว่าค่าสหสัมพันธ์ภายในกลุ่มตัวชี้วัดเดียวกัน (รากที่สองของ AVE) สูงกว่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงที่กำลังพิจารณากับตัวแปรแฝงอื่น (ให้พิจารณาว่าตัวเอนมีค่าสูงกว่าตัวเลขทุกตัวที่อยู่ในสดมภ์และแถวเดียวกันหรือไม่) แสดงว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงหนึ่งๆ ต่างอิสระต่อกัน ใช้แยกวัดเฉพาะเรื่องราวของตนเองเท่านั้น คือมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 1) และ 2) สรุปได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพ

3) วิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างด้วยซอฟต์แวร์ที่เหมาะสม

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างปรากฏดังนี้



ภาพ 2 ตัวแบบสมการโครงสร้าง

ตาราง 3

อิทธิพลของตัวแปร

ตัวแปร	R ²	Effect	ทัศนคติ	อิทธิพล คน รอบข้าง	การ ควบคุม พฤติกรรม	ความ ไว้วางใจ	ความ ตั้งใจ	ความ พึงพอใจ
พฤติกรรม	0.007	DE	0.000	0.000	-0.630	0.000	0.077	0.020
		IE	0.0002	0.011	0.016	0.029	0.000	0.033
		TE	0.0002	0.011	-0.047	0.029	0.077	0.053

หมายเหตุ: DE = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TE = Total Effect

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนมีรายได้เฉลี่ย 20,000-40,000 บาทต่อเดือน เสียเงินค่าบริการสปา 1,000-2,000 บาทต่อครั้ง

จากภาพ 2 และตาราง 3 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมคือความพึงพอใจ ความตั้งใจและการควบคุมพฤติกรรม แต่ปัจจัยทั้ง 3 ไม่มีนัยสำคัญและร่วมกันควบคุมความผันแปรของพฤติกรรมได้เพียง 0.007 ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะการเข้ารับบริการสปาเป็นพฤติกรรมปกติไม่จำเป็นต้องตั้งใจเสียก่อนจึงค่อยมาขอรับบริการ หมายความว่า การวิเคราะห์เรื่องบริการสปาอาจหยุดที่ความตั้งใจว่ามีปัจจัยใดส่งผลกระทบต่อความตั้งใจ และผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจอิทธิพลคนรอบข้าง และการควบคุมพฤติกรรมส่งผลกระทบต่อความตั้งใจ แต่ทัศนคติไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเรื่องความตั้งใจใช้บริการสปาไม่จำเป็นต้องมีการก่อตัวของทัศนคติเสียก่อน และการเข้ารับบริการก็ไม่จำเป็นต้องเตรียมตัวเตรียมใจถึงระดับตั้งใจจึงจะไปใช้บริการ ทั้งนี้ เพราะบริการสปาเป็นบริการที่เข้าถึงง่าย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพบริการ ความเป็นไทยใช้ภูมิปัญญาไทยเป็นบริการ

หลัก เป็นเรื่องของความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความเชื่อใจและความเคารพในคุณค่าและคุณภาพของมรดกที่บรรพบุรุษของไทยสั่งสมเอาไว้ให้ การเข้าใช้บริการจึงไม่จำเป็นต้องเตรียมการใดๆ การขอรับบริการอาจเป็นไปโดยอัตโนมัติเพราะเป็นที่รู้จักและทราบว่าเป็นบริการลักษณะใดอยู่แล้ว และไม่จำเป็นต้องมีการก่อตัวของทัศนคติเสียก่อนจึงค่อยตั้งใจ

การอภิปรายผล

ผลการศึกษานี้มีประเด็นที่น่าสังเกตว่าความพึงพอใจและความตั้งใจไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการสปา และทัศนคติไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอย่างนัยสำคัญแสดงให้เห็นถึงความเชื่อถือและเคารพในคุณค่ามรดกไทย และความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการสปาที่เป็นบริการที่มีชื่อเสียงด้านบริการเป็นที่ประจักษ์ ส่วนอิทธิพลคนรอบข้างและการควบคุมพฤติกรรมเป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แสดงบริการสปาจะต้องเน้นความเป็นไทย ภูมิปัญญาไทย เช่น นวดแผนไทย อบสมุนไพร ประคบสมุนไพร วารีบำบัดด้วยน้ำผสมสมุนไพร ซึ่งเป็นบางส่วนของบริการให้เด่นชัด ส่วนบริการอื่นให้มิได้ตามความเหมาะสมด้านบุคลากรและอุปกรณ์

การอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกรมการส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2554). *ธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท. กรุงเทพมหานคร. ผู้แต่ง*
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2554). *ธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ท. กรุงเทพมหานคร. ผู้แต่ง*
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2554), *ธุรกิจบริการ: สปาและนวดไทย. ผู้แต่ง*
- ชนัดพร ศรีธรรม. (2552). *ลักษณะอุปสงค์ของพฤติกรรมมาของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านสปา. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2549). *คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า (Customer satisfaction survey handbook) (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ประชุมทอง พรินติ้ง กรุ๊ป.*
- ปรีชา วิหคโค. (2532), *เอกสารการสอนชุดพฤติกรรมวัยรุ่น “จิตวิทยากับพฤติกรรมวัยรุ่น”, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.*

References

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior.* Prentice Hall.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control self-efficacy, locus of control and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 32*, 1-20.
- Department of Industrial Promotion. (2011). *Spa business in hotels and resorts.* Author [In Thai]
- Department of Trade Negotiations Business. (2011). *Service: SPA and Thai Massage.* Retrieved from http://mdh.hss.moph.go.th/uploadFiles/document/D00000001019_25101.pdf. [In Thai]
- Kim, S., & Pysarchik, D. T. (2000). Predicting purchase intentions for uni-national and bi-national products. International. *Journal of Retail & Distribution Management, 28*(6), 280-291. [In Thai]
- Lorpraditpong, N. (2006). *Customer satisfaction survey handbook (2nd edition).* Thong Printing Group meeting. [In Thai]
- McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (1996). *The meanings of trust, University of Minnesota MIS Research Center Working Paper series, WP 96-04,* Retrieved from <http://misc.umn.edu/wpaper/WorkingPapers/9604.pdf>
- Ministry of Tourism of Thailand, Department of Industrial Promotion. (2011). *Spa business in hotels and resorts.* Author. [In Thai]

- Morwitz, V. G., & Fitzsimons, G. J. (2004). The Mere-Measurement Effect: Why Does Measuring Intentions Change Actual Behavior? *Journal of Consumer Psychology, 14*(1&2), 64–73.
- Sritham, C. (2009). *The Demand Characteristics of Consumers' Behavior in Using Spa Services*. Master of Economics Thesis, Chiang Mai University. [In Thai]
- Witokco, P. (1989). *Teaching documents for teenage behavioral sets "Psychology and Adolescent Behavior"*, Sukhothai Thammathirat Open University. [In Thai]
- Yzer, M. (2012). Perceived Behavioral Control in Reasoned Action Theory: A Dual-Aspect Interpretation, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 640*(1), 101-117.

รูปแบบผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ภัทรพร ตึกขาว¹ วรพงษ์ จันยังยืน²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษารูปแบบภาวะผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาลักษณะการบริหารต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยโดยประยุกต์ใช้แนวคิดความพึงพอใจและทฤษฎีการจูงใจวิธีดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงานของธนาคารพาณิชย์ จำนวน 20 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ใช้สถิติวิเคราะห์เบื้องต้นด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสัมพันธ์กับกรอบแนวคิดผู้นำแบบมุ่งคน และผู้นำแบบมุ่งงาน ผู้นำมีการตรวจสอบการทำงานของพนักงานอย่างเคร่งครัดการทำงานที่มีการตรวจสอบอย่างเคร่งครัดมีส่วนดี เพราะสามารถทำให้พนักงานทุกคนทำงานได้อย่างเท่าเทียมกันและไม่เกี่ยงกันทำงาน 2) รูปแบบผู้นำแบบมุ่งงานและแบบมุ่งคน แต่ไม่เน้นการบังคับใช้ เน้นความสามัคคี มีความต้องการพื้นฐาน ความปลอดภัยความต้องการทางสังคม การยกย่อง และประสบความสำเร็จสูงสุด เพราะต้องการความมั่นคงในการทำงาน และผู้นำที่ให้ความอุปถัมภ์ช่วยเหลือให้สามารถทำงานไปด้วยกันให้ประสบความสำเร็จสูงสุด

คำสำคัญ: รูปแบบผู้นำ; ธนาคารพาณิชย์; ความพึงพอใจในการทำงาน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ภัทรพร ตึกขาว และวรพงษ์ จันยังยืน. (2563). รูปแบบผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 268-281.

¹ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
96 หมู่ 3 ถ.พุทธมณฑล สาย 5 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170, ประเทศไทย
อีเมล: nongohoh2005@hotmail.com

² คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ท่าพระจันทร์) กรุงเทพมหานคร

Leadership Style Affecting to Bank Employee Satisfaction in Thailand

Pattaraporn Tuekkao¹ Worapong Janyangyuen²

Abstract

This research aims to (1) to study the leadership styles that affect the satisfaction of bank employees in Thailand (2) to study the management behavior of the Bank employees in Thailand by applying the concept of satisfaction and Motivation The research method is divided into 2 types. Qualitative research was conducted using in-depth interviews with employees of 20 commercial banks and quantitative research. Data were collected by using 200 questionnaires. The data were analyzed by means of factor analysis and linear regression analysis.

The research findings were as follows: And leadership. The leaders have strictly monitored the work of the staff, the work is strictly monitored, has a good part. It can make all employees work equally and not work together. 2) Leadership style, focus and focus. But do not focus on enforcement. Focus on harmony is a basic need. Safety, social needs, praise and success. I want to work hard. And leaders who help to work together to achieve the highest success.

Keywords: Leadership Style; Commercial Bank; Job Satisfaction

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Tuekkao, P., & Janyangyuen, W. (2020). Leadership style affecting to Bank employee satisfaction in Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 268-281.

¹ College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
96 Moo 3 Phutthamonthon 5 Rd., Salaya, Phutthamonthon, Nakhon Pathom 73170, Thailand
Email: saiparn1124@gmail.com

² Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University, (Tha Prachan) Bangkok

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผู้นำเป็นสิ่งที่ย่อมรั้งกันมานานแล้วว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารซึ่งจะช่วยยกระดับประสิทธิภาพและประสิทธิภาพการทำงานเนื่องจากภาวะผู้นำเป็นเรื่องของความสามารถในการนำหรือจูงใจโน้มน้าวบุคคลและกลุ่มให้มารวมพลังกันทำงานให้บรรลุเป้าหมายกล่าวคือองค์กรจะสำเร็จหรือล้มเหลวนั้นขึ้นอยู่กับภาวะผู้นำของผู้นำเป็นอย่างมากทั้งนี้เพราะผู้นำที่ดีจะพัฒนาผู้ใต้บังคับบัญชาได้ดีและทั้งสองฝ่ายก็จะช่วยกันสร้างผลผลิตสินค้าหรือบริการที่ต้องการได้ (Atthana, 2007) ผู้นำองค์กรจะมีการกำหนดวิสัยทัศน์และนโยบายใหม่ๆ ระบบใหม่ๆ มาปรับใช้ในองค์กรอยู่เสมอ ผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์มีหน้าที่จะต้องบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้ทันตามกับการเปลี่ยนแปลงตามวิสัยทัศน์หรือนโยบายของผู้นำองค์กรที่กำหนดออกมาตามระยะเวลาที่กำหนดเพื่อให้องค์กรนั้นสามารถอยู่กับสถานการณ์แข่งขันที่สูงและสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภาวะผู้นำ (Leadership) ของผู้จัดการด้านทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ที่จะสอดคล้องและสามารถรองรับวิสัยทัศน์ของผู้นำองค์กรได้ ปัจจุบันผู้บริหารด้านทรัพยากรมนุษย์ได้รับการยอมรับจากผู้นำองค์กรในด้านบทบาทการบริหารที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ภาวะผู้นำของผู้จัดการด้านทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในสภาวะการเปลี่ยนแปลง เช่น ภายใต้การบริหารองค์กรที่มีสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง แนวทางที่จะสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กร ก็คือ ภาวะผู้นำ เนื่องจากภาวะผู้นำเป็นจุดรวมพลังของพนักงานในองค์กรศึกษาภาวะผู้นำส่วนบุคคลใหญ่ให้ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกัน ไม่สามารถชี้ชัดได้ว่าลักษณะ หรือคุณสมบัติใดๆ ที่แสดงถึงภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพ โดยนักวิชาการบางท่านพบว่า

เพศชายมีภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพมากกว่าผู้หญิง ในขณะที่บางท่านบอกว่า รูปร่างหน้าตาและการพูดจาของผู้นำแสดงถึงผู้นำที่มีประสิทธิภาพได้ (Tangsinsiri, 2007 p. 40)

ผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะมีความสัมพันธ์กับลูกน้องจะต้องให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้ลูกน้องมองว่าตนเองเป็นคนมีความสามารถ มีความสำคัญ และนอกจากนี้ผู้บริหารต้องมีการสร้างความศรัทธา สร้างความไว้วางใจ และปฏิบัติให้หน้าเชื่อถือ ค่อยใส่ใจเอาใจใส่ในงานที่มอบหมาย และยังคงมีความเป็นกันเองต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งจะเป็นผลทำให้การปฏิบัติงานเกิดความสำเร็จขึ้น ความเป็นของผู้บริหาร คือ ตัวแรงและสิ่งกระตุ้นที่สำคัญจะทำให้การทำงานของหน่วยงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้นำแต่ละคน แต่ละหน่วยงานจะมีความเป็นผู้นำที่แตกต่างกันออกไปและแตกต่างกันไปตามลักษณะของคนที่จะเป็นผู้นำในแต่ละบุคคล

สังคมทุกวันนี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงส่งผลให้ทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชนมีการปรับตัวไปตามกัน มีผลทำให้องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนตามไปในทางเดียวกัน เพราะฉะนั้นองค์กรแต่ละองค์กรต้องมีผู้บริหารที่เข้มแข็งและสามารถสร้างผู้ใต้บังคับบัญชาในสายงานของตนเองให้ปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่และมีความสำเร็จมาสู่องค์กร ภาวะผู้นำของผู้บริหารนั้นมีอิทธิพลต่อผู้ใต้บังคับบัญชา หรือมีคุณลักษณะของผู้นำที่ดี ทำให้การปฏิบัติงานของผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงานเป็นไปอย่างสามัคคีกันลดความขัดแย้ง พร้อมทั้งยังสามารถไปสู่เป้าหมายหมายได้ง่ายขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษางานวิจัยเรื่องรูปแบบผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยเพื่อให้ทราบถึงรูปแบบของภาวะผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยและลักษณะการบริหารของที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์

ในประเทศไทย ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในการทำงานในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบภาวะผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาลักษณะการบริหารของที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษารูปแบบภาวะผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยและเพื่อศึกษาลักษณะการบริหารต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยโดยประยุกต์ใช้แนวคิดความพึงพอใจและทฤษฎีการจูงใจนั้นผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ทฤษฎีความพึงพอใจ

เชลลี (Shelli, 1995, p. 9 อ้างถึงใน Kongkaew, 2003, p.17) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจสรุปได้ว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้ความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจโดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's General Theory of Human & Motivation)

ทฤษฎีแรงจูงใจตามลำดับขั้นของ มาสโลว์ (Maslow, 1954) นั้นได้กล่าวว่า มนุษย์เรามีความต้องการ ความปรารถนา และยังต้องการได้รับสิ่งที่มีความหมายสำหรับตนเอง ความต้องการเหล่านี้ จะมีการเรียงลำดับขั้นความต้องการ ตั้งแต่ขั้นแรกไปยังขั้นสูงสุด ซึ่งจะมีอยู่ 5 ขั้น คือ ความต้องการทางร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ น้ำดื่ม การพักผ่อน และการใช้ชีวิตทั่วไปของมนุษย์ก็มีความต้องการในเรื่องความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความ ต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครองความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ ความต้องการด้านสังคม (social needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (love and belongingness needs) ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้การยอมรับ หรือความต้องการยกย่อง (esteem needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (self-esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้การเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ ศักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคมต้องการให้ประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้ จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

หากกล่าวตามทฤษฎีข้างต้นเราจะยกเอาทฤษฎีแรงจูงใจตามลำดับขั้น 5 ขึ้นมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้พนักงานในองค์กร ตั้งแต่ระดับพื้นฐาน ไปจนถึงระดับสูงขึ้นไป ดังนี้

ความต้องการทางด้านร่างกายในองค์กร (physiological needs in organization) ได้แก่ การระบายอากาศ บรรยากาศปลอดโปร่ง ไม่อึดอัดสภาพห้องทำงานที่เอื้อต่อการทำงานให้สำเร็จตามหน้าที่ ความรับผิดชอบ พนักงานสามารถทำงานกันได้อย่างสบาย เงินเดือนพื้นฐานที่เพียงพอแก่การดำรงชีวิต คุณค่าของงาน ความรู้ ความสามารถ โรงอาหารที่มีอาหารอร่อย สะอาด ถูกหลักโภชนาการ ราคาไม่แพง

ความต้องการความปลอดภัย (safety needs in organization) ได้แก่ สวัสดิการ การขึ้นเงินเดือนทั่วไป งานที่มั่นคง

ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของในองค์กร (belongingness and love needs in organization) ได้แก่ คุณภาพการกำกับดูแล ความเข้ากันได้กับกลุ่มผู้ร่วมงาน มิตรภาพเป็นมืออาชีพร่วมกัน

ความต้องการได้รับความนับถือยกย่องในองค์กร (esteem needs in organization) ได้แก่ การได้รับยกย่องชมเชยจากหัวหน้า และ เพื่อนร่วมงานการทำงานได้ด้วยตนเองอย่างอิสระ หน้าที่ความรับผิดชอบที่มีคุณค่า

ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงในองค์กร (self-actualization needs in organization) ได้แก่ งานที่ท้าทาย การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความสำเร็จในการทำงาน ความก้าวหน้าในองค์กร

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ทซ์เบิร์ก (Herzberg)

ทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg (Herzberg's Two-Factor Theory) ได้มีการพัฒนาโดย Frederick Herzberg ในปี ค.ศ. 1950-1959 และในช่วงแรกของปี ค.ศ. 1960-1969 ซึ่งเสนอแนะว่าความพึงพอใจ

ในการทำงานประกอบด้วย 2 แนวคิดคือแนวคิดที่มีขอบเขตจากความพึงพอใจ (satisfaction) ไปยังความไม่พึงพอใจ (No Satisfaction) และการได้รับอิทธิพลจากปัจจัยจูงใจ (motivation factors) และแนวคิดที่มีขอบเขตจากความไม่พึงพอใจ (dissatisfaction) ไปยังความไม่มีความไม่พึงพอใจ (No Dissatisfaction) และได้รับอิทธิพลจากปัจจัยสุขอนามัย (hygiene factors) หรือกล่าวได้ว่าทฤษฎี 2 ปัจจัยประกอบด้วยปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงานและปัจจัยสุขอนามัยหรือปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงานโดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน (Motivation Factors or Motivators) เป็นปัจจัยภายในหรือความต้องการภายในของพนักงานที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจในการทำงานเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงเป็นกลุ่มปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานด้วยความพึงพอใจและเป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่ทัศนคติทางบวกและการจูงใจที่แท้จริงซึ่งปัจจัยนี้ที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงานทำให้พนักงานมีความสำเร็จในการทำงาน (achievement) คือการที่สามารถทำงานได้สำเร็จทันตามเป้าหมาย การมีส่วนร่วมในการทำงานของหน่วยงานให้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นและเมื่องานสำเร็จก็เกิดความรู้สึกพอใจในความสำเร็จนั้นได้แก่การใช้ความรู้ทางวิชาการในการปฏิบัติตามเป้าหมายที่คาดไว้การเปิดโอกาสให้ตัดสินใจในการทำงานของตนเองได้ตามความเหมาะสมความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จของงาน ผลของงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้และ จะได้รับการได้รับการยอมรับ (recognition) คือการได้รับความยอมรับนับถือจากบุคคลรอบข้างหรือได้รับการยกย่องชมเชยในความสามารถรวมทั้งการให้กำลังใจหรือการแสดงออกอื่นใดที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถได้แก่การยกย่องชมเชยภายในองค์กร

ความภาคภูมิใจในอาชีพการได้รับการยอมรับจากองค์กร การได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและการมีเกียรติศักดิ์ศรีในอาชีพรวมถึงความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (advancement) หรือโอกาสในการเจริญเติบโต (possibility of growth) คือการมีโอกาสได้ก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นการได้รับการเลื่อนขั้นเมื่อปฏิบัติงานสำเร็จการมีโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมหรือการได้รับการฝึกอบรมซึ่งจะเป็นสิ่งจูงใจให้บุคลากรในองค์กรอยากทำงานทำให้บุคลากรนั้นมีความสนใจในงานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีความสำคัญมีคุณค่าเป็นงานที่ใช้ความคิดมีความท้าทายความสามารถในการทำงานความมีอิสระในการทำงาน งานที่ทำเป็นงานที่ตรงกับความถนัด และตรงความรู้ที่ได้ศึกษามาหรือเรียกว่าลักษณะงานที่ทำ (work itself) เมื่อได้ทำในสิ่งที่อยากทำนั้นทำให้บุคลากรมีความรับผิดชอบ (responsibility) คือการได้มีโอกาสได้รับมอบหมายงานหรือมีส่วนร่วมในงานที่ได้รับมอบหมายไม่ควบคุมมากเกินไปจนขาดอิสระในการทำงานได้แก่ความเหมาะสมของปริมาณงานการได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจในงานที่รับผิดชอบและได้รับมอบหมายงานสำคัญ เป็นต้น

ปัจจัยอนามัยหรือปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน (Maintenance or Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงเป็นเพียงสิ่งที่สกดกันไม่ให้พนักงานเกิดความไม่พอใจแต่ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นได้ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นที่พนักงานจะต้องได้รับการสนองตอบเพราะถ้าไม่มีให้หรือให้ไม่เพียงพอจะทำให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงานแต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าถ้าให้ปัจจัยเหล่านั้นแล้วจะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 10 ด้านได้แก่

นโยบายและการบริหารของบริษัท (company policy and administration) คือการจัดการและ

การบริหารงานขององค์การการติดต่อสื่อสารภายในองค์การได้แก่นโยบายการควบคุมดูแลระบบขั้นตอนของหน่วยงานข้อบังคับวิธีการทำงานการจัดการวิธีการบริหารงานขององค์กรมีการแบ่งงานไม่ซับซ้อนมีความเป็นธรรมมีการเขียนนโยบายที่ชัดเจนและมีการแจ้งนโยบายให้ทราบอย่างทั่วถึง

การบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล (supervision) คือลักษณะการบังคับบัญชาของหัวหน้างานความยุติธรรมในการแบ่งและกระจายงานของผู้บังคับบัญชาความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการบริหารงานการให้คำแนะนำแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาการสั่งงานการมอบหมายงานมีความชัดเจนวิธีการดูแลควบคุมการปฏิบัติงานการรับฟังข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้ใต้บังคับบัญชาการสอนงานและความยุติธรรมในการมอบหมายงาน เป็นต้น

ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Interpersonal Relations with Supervision) หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกันสามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกันเช่นความสนิทสนมความจริงจังความร่วมมือและการได้รับความช่วยเหลือจากหัวหน้างาน

ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relations with Peers) หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกันสามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกันเช่นความสนิทสนมความจริงจังความร่วมมือและการได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน

ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา (Interpersonal Relations with Subordinators) หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกันสามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกันเช่นความสนิทสนมความจริงจังความร่วมมือและการได้รับความช่วยเหลือจากผู้ใต้บังคับบัญชา

ตำแหน่งงาน (Status) คืออาชีพนั้นๆ ต้องเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคมมีเกียรติและศักดิ์ศรีมีความสำคัญของงานต่อบริษัทเป็นต้น

ความมั่นคงในการทำงาน (Job Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงานความยั่งยืนของหน้าที่การงานความมั่นคงภาพพจน์ชื่อเสียงหรือขนาดของบริษัทหรือองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน

ชีวิตส่วนตัว (Personal Life) คือความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีอันเป็นผลที่ได้รับจากการทำงานหรือหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานได้แก่สภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบันความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน

สภาพการทำงาน (Working Conditions) คือสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำงานเช่นเสียงแสงสว่างอุณหภูมิการระบายอากาศกลิ่นบรรยากาศในการทำงานชั่วโมงในการทำงานรวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่นอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อผู้ทำงานและเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการทำงาน

ค่าตอบแทน (Compensations) และสวัสดิการ (Welfares) คือผลตอบแทนที่องค์กรจ่ายให้แก่พนักงานสำหรับการทำงานในองค์กรไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของเงินเดือนค่าจ้างรวมทั้งการเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานเหมาะสมกับงานที่ทำ โดยการเลื่อนขั้นเงินเดือนเป็นไปอย่างเหมาะสมเป็นที่พอใจของบุคคลที่ทำงานนอกจากนี้ยังรวมถึงรางวัลที่ให้กับพนักงานที่เป็นผลมาจากการทำงานในตำแหน่งต่างๆ ขององค์กรหรือเป็นผลตอบแทนชนิดใดชนิดหนึ่งซึ่งพนักงานได้รับเพิ่มเติมนอกเหนือจากเงินเดือนค่าจ้างได้แก่สวัสดิการด้านสุขภาพและการประกันชีวิตวันหยุดพักผ่อน/พักร้อนบำเหน็จบำนาญ เป็นต้น

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

การนำเสนอทฤษฎีทางการจัดการ (Management Theory) ของ Vroom(1964) คือทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ในด้านของเนื้อหาทฤษฎีและนำเสนอตัวอย่างของการนำทฤษฎีไปประยุกต์ใช้เพื่อการทดสอบความเป็นเท็จ (Falsifiability) ความพอเพียง (Adequacy) และอรรถประโยชน์ (Utility) ของทฤษฎีเป็นการตั้งความปรารถนาที่จะเกิดขึ้นของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเช่นพนักงานคาดหวังว่าเขาจะได้โบนัสประมาณ 4-5 เท่าของเงินเดือนในปีการคาดหวังทำให้พนักงานมีชีวิตชีวาซึ่งบางคนอาจสมหวังบางคนอาจผิดหวังก็ได้สิ่งที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังมักไม่ตรงกันเสมอไปถ้าสิ่งที่เกิดขึ้นห่างกับสิ่งที่คาดหวังมากก็อาจจะทำให้พนักงานคับข้องใจในการทำงานการคาดหวังก่อให้เกิดแรงผลักดันหรือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมถ้าองค์กรกระตุ้นให้พนักงานยกระดับผลงานตนเองได้และพิจารณาผลตอบแทนที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่พนักงานคาดหวังว่าควรจะได้ก็จะเป็นประโยชน์ทั้งองค์กรและพนักงาน

ทฤษฎีความคาดหวังถูกนำเสนอโดย Vroom (1964) ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงานซึ่งได้รับความนิยมนอย่างมากในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงานโดย Vroom มีความเห็นว่าการที่จะจูงใจให้พนักงานทำงานเพิ่มขึ้นนั้นจะต้องเข้าใจกระบวนการทางความคิดและการรับรู้ของบุคคลก่อนโดยปกติเมื่อคนจะทำงานเพิ่มขึ้นจากระดับปกติเขาจะคิดว่าเขาจะได้อะไรจากการกระทำนั้นหรือการคาดคิดว่าอะไรจะเกิดขึ้นเมื่อเขาได้แสดงพฤติกรรมบางอย่างในกรณีของการทำงานพนักงานจะเพิ่มความพยายามมากขึ้นเมื่อเขาคิดว่าการทำงานนั้นนำไปสู่ผลลัพธ์บางประการที่เขามีความพึงพอใจ เช่นเมื่อทำงานหนักขึ้นผลการปฏิบัติงานของเขาอยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้นทำให้เขาได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งและได้ค่าจ้างเพิ่มขึ้นค่าจ้างกับตำแหน่งเป็นผล

ของการทำงานหนักและเป็นรางวัลที่เขาต้องการเพราะทำให้เขารู้สึกว่าได้รับการยกย่องจากผู้อื่นมากขึ้นแต่ถ้าเขาคิดว่าแม้เขาจะทำงานหนักขึ้นเท่าไรก็ตามหัวหน้าของเขาก็ไม่เคยสนใจดูแลยกย่องเขาจึงเป็นไปไม่ได้ที่เขาจะได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งเขาก็ไม่เห็นความจำเป็นของการทำงานเพิ่มขึ้นความรุนแรงของพฤติกรรมที่จะทำงานขึ้นอยู่กับการคาดหวังที่จะกระทำตามความคาดหวังนั้นรวมถึงความดึงดูดใจของผลลัพธ์ที่จะได้รับซึ่งจะมีเรื่องของการดึงดูดใจการเชื่อมโยงรางวัลกับผลงานและการเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายามโดยทฤษฎีนี้จะเน้นเรื่องของการจ่ายและการให้รางวัลตอบแทนเน้นในเรื่องพฤติกรรมที่คาดหวังเอาไว้ต่อเรื่องผลงาน ผลรางวัล และผลลัพธ์ของความพึงพอใจต่อเป้าหมายจะเป็นตัวกำหนดระดับของความพยายามของพนักงาน

Vroom ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงานเรียกว่า VIE Theory ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงาน

$V = \text{Valance}$ หมายถึง ระดับความรุนแรงของความต้องการของบุคคลในเป้าหมายรางวัลคือคุณค่าหรือความสำคัญของรางวัลที่บุคคลให้กับรางวัลนั้น

$I = \text{Instrumentality}$ หมายถึง ความเป็นเครื่องมือของผลลัพธ์ (Outcomes) หรือรางวัลระดับที่ 1 ที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ 2 หรือรางวัลอีกอย่างหนึ่งคือเป็นการรับรู้ในความสัมพันธ์ของผลลัพธ์ที่ได้ (เชื่อมโยงรางวัลกับผลงาน)

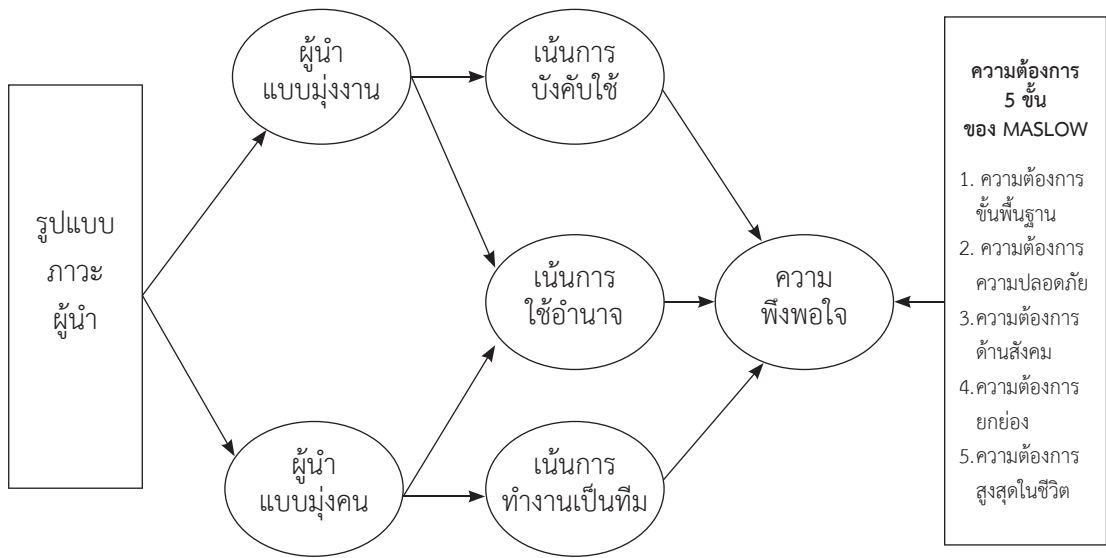
$E = \text{Expectancy}$ ได้แก่ความคาดหวังถึงความเป็นไปได้ของการได้ซึ่งผลลัพธ์หรือรางวัลที่ต้องการเมื่อ

แสดงพฤติกรรมบางอย่าง (การเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายาม)

ตามหลักทฤษฎีความคาดหวังจะแย้งว่าผู้บริหารจะต้องพยายามเข้าไปแทรกแซงในสถานการณ์การทำงานเพื่อให้บุคคลเกิดความคาดหวังในการทำงาน, คุณลักษณะที่ใช้เป็นเครื่องมือและคุณค่าจากผลลัพธ์สูงสุดซึ่งจะสนับสนุนต่อวัตถุประสงค์ขององค์การด้วยโดยสร้างความคาดหวังโดยมีแรงดึงดูดซึ่งผู้บริหารจะต้องคัดเลือกบุคคลที่มีความสามารถให้การอบรมพวกเขาให้การสนับสนุนพวกเขาด้วยทรัพยากรที่จำเป็นและระบุเป้าหมายการทำงานที่ชัดเจนให้เกิดความเชื่อมโยงรางวัลกับผลงานโดยผู้บริหารควรกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างผลการปฏิบัติงานกับรางวัลให้ชัดเจนและเน้นย้ำในความสัมพันธ์เหล่านี้โดยการให้รางวัลเมื่อบุคคลสามารถบรรลุผลสำเร็จในการปฏิบัติงานให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายามซึ่งเป็นคุณค่าจากผลลัพธ์ที่เขาได้รับผู้บริหารควรทราบถึงความต้องการของแต่ละบุคคลและพยายามปรับการให้รางวัลเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานเพื่อเขาจะารู้สึกถึงคุณค่าของผลลัพธ์ที่เขาได้รับจากความพยายามของเขา

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดความพึงพอใจเซลล์ (Shelli, 1995) และทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow, 1954) มาเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยรวมทั้งเพิ่มปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้กำหนดว่า รูปแบบผู้นำ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

สำหรับกรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้กำหนดว่า รูปแบบผู้นำ ทำให้เกิดรูปแบบของการบริหารงานของผู้นำแบบมุ่งงาน เน้นการบังคับใช้ เน้นการใช้อำนาจ และลักษณะของผู้นำแบบมุ่งคน เน้นการใช้อำนาจ เน้นการทำงานเป็นทีม ตามทฤษฎีของ Blake and Mouton (1991) โดยมุมมองของพนักงานจะให้ความสนใจผู้นำทั้ง 2 ลักษณะจะเป็นผู้นำเน้นรูปแบบการบริหารในลักษณะของผู้นำแบบมุ่งงานและมุ่งคนที่ส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน ซึ่งรูปแบบของการบริหารดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดผู้บริหารแบบตาข่าย ของผู้นำ 5 แบบ แบบมุ่งงานเป็นหลัก แบบมุ่งคนเป็นหลัก แบบมุ่งงานต่ำมุ่งคนต่ำ แบบทางสายกลาง และแบบทำงานเป็นทีม และปัจจัยที่มีอิทธิพลมาเป็นแนวทางในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลในการทำงานทำให้เกิดความพึงพอใจในตามความต้องการขั้นพื้นฐาน ตามทฤษฎีของ Maslow ที่ลำดับความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ชั้น คือความต้องการขั้นพื้นฐาน ความต้องการความมั่นคงในงาน ความ

ต้องการด้านสังคม ความต้องการการ ยกย่อง และความ ต้องการประสบความสำเร็จ ซึ่งทั้ง 2 ทฤษฎีสร้างเป็นกรอบแนวคิดเพื่อให้ได้ผลของปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ตามกรอบแนวคิดดังกล่าว

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ พนักงานในธนาคารพาณิชย์ 4 จังหวัด ภาคเหนือตอนบน 1 โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้จากการสุ่มตัวอย่าง (Random Sampling) จากผู้บริหารธนาคารพาณิชย์พื้นที่ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัย ได้แก่ (ภาคเหนือตอนบน 1) ซึ่งมีทั้งหมด 4 จังหวัด ดังนี้ 1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. จังหวัดลำพูน 3. จังหวัดลำปาง 4. จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จำนวน 20 คน และกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่าง (Random Sampling) โดยรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถาม และแบบสอบถามที่เป็น

เอกสาร (Paper Survey) ได้รับการตอบกลับจำนวน 420 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ได้ประยุกต์ใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) โดยใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามที่เป็นเอกสาร (Paper Survey)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยแบ่งขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยประชากรด้วยสถิติ t-test และ F-test เพื่ออธิบายข้อมูลทางด้านลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

2. การแบ่งกลุ่มข้อความตามตัวแปร โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ของความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย แล้วใช้ค่าสัมประสิทธิ์ (Cronbach's Alpha) วิเคราะห์ความน่าเชื่อถือได้ของมาตรวัดตัวแปรแต่ละตัวมีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือและความเหมาะสม

3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่ออธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารหน่วยงานธนาคารพาณิชย์ที่ส่งผลต่อพึงพอใจของพนักงานผลต่อการดำเนินงานในองค์กร กับลักษณะการบริหารของผู้บริหารพาณิชย์

ผลการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ที่ดำเนินงานมานานในเขตภาคเหนือของประเทศไทยซึ่งดำรงตำแหน่งผู้จัดการสาขา ผู้บริหารเกี่ยวกับการตลาดสาขา ผู้จัดการเขต ผู้อำนวยการ และตำแหน่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 20 คน จากการสัมภาษณ์พบว่า

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ผู้นำส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับระยะเวลาของผู้บริหาร เป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอันดับหนึ่งเพราะเปรียบเสมือนจุดเริ่มต้นการวางแผนบริหารงาน รู้จักการบริหารระยะเวลาสำหรับงานของตนเองและเวลาสำหรับบริหารพัฒนาลูกน้อง เพราะเมื่อรู้จักบริหารเวลาในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารระยะเวลาให้มีประสิทธิภาพมิใช่เพียงแค่จัดสรรเวลาในการทำงานเพียงอย่างเดียวจะต้องสามารถจัดแบ่งเวลาให้กับเรื่องอื่นๆ ที่สำคัญได้ด้วย นอกเหนือจากเรื่องการทำงาน ส่วนบุคลากรของธนาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญและมีความพึงพอใจกับผู้นำแบบมุ่งงานและแบบมุ่งคน แต่ไม่เน้นการบังคับใช้ เน้นความสามัคคี มีความต้องการพื้นฐาน ความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม การยกย่อง และประสบความสำเร็จสูงสุด เพราะต้องการความมั่นคงในการทำงาน และผู้นำที่ให้ความอุปถัมภ์ช่วยเหลือให้สามารถทำงานไปด้วยกันให้ประสบความสำเร็จสูงสุด

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ แบบจำลองรูปแบบผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยพบว่า ค่า F-test ที่ได้นั้นสะท้อนได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถใช้ร่วมกันในการอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ประชากรวิจัย (N) เมื่อเปรียบเทียบแต่ละตัวแปรแล้ว จะใช้จำนวน 200 หน่วยเท่ากัน และแสดงค่าความแปรปรวนของค่าความคลื่อนไหว (Residual Sum of Square : RSS) ของตัวแปรทุกตัวไม่เท่ากัน ซึ่งค่า RSS

จะส่งผลต่อการคำนวณค่า F-test ต่อไป โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำของผู้บริหารงานธนาคารของกลุ่มตัวอย่างมีระดับนัยสำคัญ ประกอบด้วย ระยะเวลา ผู้นำแบบมุ่งงาน ผู้นำแบบมุ่งคน เน้นการบังคับใช้ เน้นการใช้อำนาจ เน้นการทำงานเป็นทีม ความพึงพอใจ ความต้องการพื้นฐาน ความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ความต้องการการยกย่อง ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุด รวมทั้งตัวแปรควบคุมที่เป็นลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อปัจจัยเหล่านี้เปลี่ยนแปลงในทิศทางที่มากขึ้นหรือน้อยลงจะส่งผลต่อภาวะผู้นำของผู้บริหารของธนาคารของกลุ่มตัวอย่างที่เพิ่มสูงขึ้นหรือลดน้อยลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถอธิบายแต่ละตัวแปรได้ดังนี้

ผู้นำแบบมุ่งคน ได้แก่ ผู้นำที่เปิดเผยตรงไปตรงมา ให้เกียรติ ยกย่อง รับฟังความคิดเห็นของพนักงาน เปิดโอกาสให้ปรึกษาหารือแสดงความคิดเห็น สามารถทำงานร่วมกันได้ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้นำแบบมุ่งคน ได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากระยะเวลาการทำงาน ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อผู้นำแบบมุ่งคนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะเป็นภาวะผู้นำของผู้บริหารหน่วยงานธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการดำเนินงานในองค์กร ร้อยละ 23.16

ผู้นำแบบมุ่งงาน ได้แก่ ผู้นำที่เข้มงวดในการทำงาน มีกฎระเบียบ ตรวจสอบการทำงานของพนักงานทุกขั้นตอน มีการกำหนดตารางการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างเคร่งครัด ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้นำแบบมุ่งงาน ได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากระยะเวลาการทำงาน ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อผู้นำแบบมุ่งงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะเป็นภาวะผู้นำของผู้บริหารหน่วยงานธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการดำเนินงานในองค์กร ร้อยละ 22.49

เน้นการบังคับใช้ ได้แก่ ผู้นำที่ใช้บทลงโทษหากพนักงานไม่ปฏิบัติหน้าที่ตามเงื่อนไขและเมื่อพนักงานไม่สามารถทำยอดได้ตามเงื่อนไข ซึ่งผลการวิจัยพบ

ว่า ผู้นำเน้นการบังคับใช้ ได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากผู้นำแบบมุ่งงาน ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อผู้นำเน้นการบังคับใช้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะเป็นภาวะผู้นำของผู้บริหารหน่วยงานธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการดำเนินงานในองค์กร ร้อยละ 29.38

เน้นการใช้อำนาจ ได้แก่ ผู้นำมีการใช้อำนาจสั่งการ มีการตรวจสอบการทำงานทุกขั้นตอน มีการทำงานและมอบหมายงานอย่างชัดเจน รัดกุมมุ่งให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้นำเน้นการใช้อำนาจ ได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากผู้นำแบบมุ่งงาน และผู้นำแบบมุ่งคน ทั้งสองปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อผู้นำเน้นการใช้อำนาจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะเป็นภาวะผู้นำของผู้บริหารหน่วยงานธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการดำเนินงานในองค์กร ร้อยละ 14.80

เน้นการทำงานเป็นทีม ได้แก่ ผู้นำที่มีความยุติธรรม มีความไว้วางใจเชื่อมั่นในความสามารถของพนักงาน ยอมรับความรู้ความสามารถของพนักงาน และร่วมมือ ช่วยเหลือ สนับสนุนซึ่งกันและกัน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้นำเน้นการทำงานเป็นทีม ได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากผู้นำแบบมุ่งคน ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อผู้นำเน้นความสามัคคีเพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะเป็นภาวะผู้นำของผู้บริหารหน่วยงานธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการดำเนินงานในองค์กร ร้อยละ 48.99

ความพึงพอใจ ได้แก่ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของผู้นำ ผู้นำมีความยุติธรรม ได้รับความต้องการพื้นฐาน ความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ความต้องการการยกย่อง และความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุด ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจ ได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากเน้นการบังคับใช้ เน้นการใช้อำนาจ การทำงานเป็นทีม ความต้องการพื้นฐาน ความปลอดภัย และความสำเร็จสูงสุด

และได้รับอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากความต้องการทางสังคมและความต้องการการยกย่อง ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อผู้นำเน้นการบังคับใช้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย กลุ่มตัวอย่างจะเป็นภาวะผู้นำของผู้บริหารหน่วยงานธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการดำเนินงานในองค์กรร้อยละ 66.32

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการประมาณค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามโดยใช้แบบจำลอง Multiple regression พบว่า ตัวแปรทุกตัวในแบบจำลองมีความสัมพันธ์กันและสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของงานวิจัย โดยปัจจัยภาวะผู้นำที่ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของรูปแบบภาวะผู้นำ ระยะเวลา ผู้นำแบบมุ่งงาน ผู้นำแบบมุ่งคน เน้นการบังคับใช้ เน้นการใช้อำนาจ เน้นการทำงานเป็นทีม ความพึงพอใจความต้องการพื้นฐาน ความปลอดภัย ความสำเร็จสูงสุด ซึ่งเป็นปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งรูปแบบภาวะผู้นำ และความต้องการพื้นฐานก่อให้เกิดภาวะผู้นำของผู้บริหารหน่วยงานธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการดำเนินงานในองค์กร

อภิปรายผล

1. รูปแบบภาวะผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ผลจากการศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารหน่วยงานธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการดำเนินงานในองค์กรพบว่า บุคลากรธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยสามารถสรุปประเด็นที่มีความสัมพันธ์กับกรอบแนวคิดผู้นำแบบมุ่งคน และผู้นำแบบมุ่งงาน ผู้นำมีการตรวจสอบการทำงานของพนักงานอย่างเคร่งครัดการทำงานที่มีการตรวจสอบอย่างเคร่งครัดมีส่วนดี เพราะสามารถทำให้พนักงานทุกคนทำงานได้อย่างเท่าเทียมกันและไม่เกี่ยงกันทำงาน ผู้นำมีการเข้มงวดกับการเข้าทำงานของพนักงานอย่างจริงจัง บางคนทำงานในสาขาอยู่ในห้างสรรพสินค้า ก็จะไม่ชอบให้ตรวจสอบเรื่องการเข้า

ทำงานของพนักงาน แต่บางคนทำงานในสาขาที่อยู่นอกห้างสรรพสินค้าก็จะมีผลกระทบกับการเข้มงวดกับการทำงานผู้นำมีการใช้กฎระเบียบเข้มงวดในการทำงานบางคนชอบทำงานแบบมีกฎระเบียบเข้มงวดบางคนไม่ชอบการตีกรอบในการทำงาน ผู้นำมีการกำหนดตารางการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างเคร่งครัดการทำงานในธนาคารต้องมีการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน สอดคล้องกับ Ronphairin (2015) : ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขา อรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ผู้นำมีการตรวจสอบงานทุกชิ้นอย่างเข้มงวดพนักงานมองว่าการทำงานต้องมีการผ่อนคลายเป็นบ้าง ไม่อยากให้ผู้บริหารมาตรวจสอบการทำงานอย่างเข้มงวดทุกชิ้นงาน นโยบายของธนาคารมีความสอดคล้องกับการทำงานที่พึงพอใจ

2. ลักษณะการบริหารของที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ การสร้างรูปแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารธุรกิจธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการความพึงพอใจของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบภาวะผู้นำแบบมุ่งงานและแบบมุ่งคน แต่ไม่เน้นการบังคับใช้ เน้นความสามัคคี มีความต้องการพื้นฐาน ความปลอดภัยความต้องการทางสังคม การยกย่อง และประสบความสำเร็จสูงสุด เพราะต้องการความมั่นคงในการทำงาน และผู้นำที่ให้ความอุปถัมภ์ช่วยเหลือให้สามารถทำงานไปด้วยกันให้ประสบความสำเร็จสูงสุดนอกจากนี้รูปแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารหน่วยงานธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการดำเนินงานในองค์กรที่สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบภาวะผู้นำแบบมุ่งงาน และภาวะผู้นำแบบมุ่งคน เป็นภาวะผู้นำที่มุ่งการทำงานที่มุ่งมั่น ชัดเจน มีการตรวจสอบได้ และมุ่งคนเพื่อให้การประสานงานกับบุคลากรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งบุคลากรเห็นวาระระยะเวลาเป็นส่วนสำคัญเพราะทำให้วาระการทำงานทำให้เกิดความ

สัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับบุคลากร ระยะเวลา ทำให้เกิดประสพการณ์การทำงานได้ดียิ่งขึ้นสอดคล้องกับ Samkham (2007) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสินสังกัดเขตเชียงราย การเปลี่ยนผู้นำเพื่อการปรับเป็นลักษณะของการมุ่งงานเป็นหลัก ซึ่งธนาคารพาณิชย์มีการเปลี่ยนแปลงผู้จัดการตามวาระ 4 ปี ทำให้การทำงานปรับเปลี่ยนทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นพนักงานจึงต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาเพื่อรับรูปแบบการทำงานใหม่ๆ ต้องเรียนรู้ลักษณะแบบแผนการทำงานของผู้จัดการแต่ละคน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ จากการศึกษาของผู้วิจัยจะเห็นได้ว่ารูปแบบของผู้นำจะต้องเป็นผู้นำแบบมุ่งงานและมุ่งคน ทั้งสองแบบเพราะเป็นส่วนที่สามารถนำมาเกื้อกูลกันให้เกิดความสมดุลในการปฏิบัติงาน อย่างมีกฎระเบียบ การทำงานที่มุ่งมั่นชัดเจน มีการตรวจสอบได้ และมุ่งคนเพื่อให้การ

ประสานงานกับบุคลากรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่ไม่เน้นการใช้อำนาจและการบังคับใช้เพราะการทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งสำคัญทำให้งานสามารถขับเคลื่อนไปได้เร็วกว่าการปฏิบัติงานเพียงคนเดียวความมีวุฒิภาวะ ความยืดหยุ่น ความเป็นผู้นำ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความมั่นใจในตนเอง

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะรูปแบบผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานในองค์กรเท่านั้น ซึ่งการศึกษาพบว่าพนักงานส่วนใหญ่ต้องการผู้บริหารทั้งเป็นผู้นำแบบมุ่งงานและมุ่งคน เพราะผู้บริหารที่สนับสนุน เกี่ยวกับการบริหารจัดการ การจัดสรรให้เกิดการทำงานเป็นทีม เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน ส่วนพนักงาน สิ่งที่สำคัญที่จะทำให้เกิดการสร้างสรรค์คือ ความเป็นอิสระ ในการปฏิบัติงาน และการสนับสนุนจากผู้บริหาร และปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการยับยั้ง การเกิดความคิดสร้างสรรค์ คือ การขาดแหล่งสนับสนุนทรัพยากรที่เหมาะสม

การอ้างอิง

- เจนจิราพร รอนไพริน. (2558). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาอัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว*. งานนิพนธ์ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพมหานคร: ธนัชการพิมพ์.
- นิพร สามคำ. (2550). *การศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สังกัดเขตเชียงราย*. การศึกษาอิสระธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ปราการ กองแก้ว. (2546). *การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ผลิตสุขภัณฑ์รายใหญ่: กรณีศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2550). *พฤติกรรมองค์กร: ทฤษฎีและการประยุกต์*. สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

References

- Attamana S. (2007). *Organizational behavior Theory and Application* (4th ed). Thammasat Printing House. [In Thai]
- Blake, R., & Mouton, J. (1964). *The Managerial Grid: The Key to*. Gulf.
- Kongkaew, P. (2003). *Comparison of consumer satisfaction on marketing mix factors of major sanitary ware manufacturers: A case study in Bangkok*. Master of Business Administration Thesis Business Administration Program, Graduate School, Sukhothai Thammathirat Open University. [In Thai]
- Maslow, A. M. (1954). *Motivation and Personality*. Harper and Row.
- Ronphairin, J. (2015). *Job Satisfaction of Employees of Krungthai Bank Public Company Limited Aranyaprathet Branch, Sakaeo Province*. Thesis in Political Governance. Burapha University. [In Thai]
- Samkham N. (2007). *A study of job satisfaction of the Government Savings Bank employees*. Independent Education Master of Business Administration, General Management, Graduate School, Chiang Rai Rajabhat University. [In Thai]
- Shelly, D. F. (1995). Tackling family member compensation. *American Printer*. 215. p. 2
- Tangsinsiri, T. (2007). *Organizational behavior*. Thanatach Printing. [In Thai]
- Vroom, H. V. (1964). *Work and Motivation*. Wiley and Sons.

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการบริหาร ทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย

ระเด่น แทนประชา¹ พงษ์เทพ ศรีโสภาคี²
ณัชชา กริมใจ³ ชนิตาภา ตีสุขอนันต์⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการบริหารทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรด้วยแบบสอบถาม จำนวน 395 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM)

ผลการวิจัย พบว่า ผลการวิเคราะห์ที่ได้ครั้งนี้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดัชนีทุกตัวผ่านเกณฑ์มาตรฐาน และจากผลการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต ปัจจัยการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรจึงสามารถนำผลการวิเคราะห์ใช้เป็นแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจให้มีศักยภาพอันจะส่งผลให้มีผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น และการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ เพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนาและแข่งขันได้ทั้งภายในประเทศและตลาดโลก

คำสำคัญ: ความสามารถเชิงพลวัต; แรงกดดันทางการแข่งขัน; กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง; การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์; การยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม; ผลการดำเนินงานทางการเงิน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ระเด่น แทนประชา, พงษ์เทพ ศรีโสภาคี, ณัชชา กริมใจ และ ชนิตาภา ตีสุขอนันต์. (2563). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการบริหารทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(1), 282-296

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

^{2,3,4}อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Causal Relationship of Factors Influencing Financial Management Capability of Small and Medium Enterprises: A Case Study of Agricultural Machinery Business in Thailand

Raden Tanpracha¹ Phongthep Srisopachit²

Natcha krimjai³ Chanidapa Deesukanan⁴

Abstract

This research aimed at developing factors that influence the financial management capability of small and medium enterprises. Quantitative research method is used. Data were collected from 395 agricultural machinery entrepreneurs. The statistical analysis used to analyze the data was Structural Equation Model (SEM).

The results showed that the analysis result received was consistent with the empirical data, with the accepted homogeneity index. And from the route analysis it is found that dynamic ability factor, strategic cost management factor, differentiation strategic factor and factor on acceptance of technology and innovation have a direct influence on the financial performance with statistical significance. The agricultural machinery business therefore can use the analysis results as a guideline to manage the business to raise their potential which will result in increased operating results, creating potential products for the business to be able to develop and compete both within the country and the world market.

Keywords: Dynamic Capabilities; Competitive Forces; Differentiation Strategy; Strategic Cost Management; Technology and Innovation Acceptance; Financial Performance

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Tanpracha, R., Srisopachit, P., krimjai, N., & Deesukanan, C. (2020). Causal relationship of factors influencing financial management capability of small and medium enterprises: A case study of agricultural machinery business in Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(1), 282-296.

¹ Doctor of Business Administration Faculty of Business Bangkokthongburi University
16/10 Thawiwatthana Rd., Thawiwatthana District Bangkok 10170, Thailand
E-mail: Acc_academy.two@hotmail.com

^{2,3,4} Thesis Adviser Faculty of Business Bangkokthongburi University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาคการผลิตของประเทศไทยตั้งแต่ปี 2550-2559 มีการปรับตัวที่ค่อนข้างช้า เมื่อเปรียบเทียบกับภาวะที่โลกปรับเปลี่ยน ประสิทธิภาพการผลิตทั้งในภาคเกษตรและอุตสาหกรรมยังอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง นอกจากนี้ยังมีจุดอ่อนในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคการผลิต อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังอ่อนแอ และขาดกลไกที่จะประสานเชื่อมโยงธุรกิจข้ามชาติในการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อยกระดับทักษะ ฝีมือแรงงาน รวมทั้งผู้ประกอบการของไทยส่วนใหญ่ยังไม่สามารถปรับตัวเพื่อการแข่งขันในตลาดที่มีพลวัตและผันผวนสูงขึ้นได้ (Fiscal Policy Office, 2016) ความสามารถในการแข่งขันนั้นเน้นที่ปัจจัยที่กำหนดขีดความสามารถในการแข่งขันคือประสิทธิภาพการผลิต ของประเทศขึ้นอยู่กับทั้งราคาของสินค้าและบริการที่ประเทศจะขายได้และประสิทธิภาพในการใช้ปัจจัยการผลิต เช่นเดียวกับประเทศไทยที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยสินค้าเกษตรแต่เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตร ทั้งการแปรรูป การเก็บรักษา และการเพิ่มปริมาณการผลิตยังมีสัดส่วนที่น้อยกว่า (Office of Agricultural Economics, 2015) หากพิจารณาการบริโภคและการผลิตเครื่องมือการเกษตร ระหว่างปี พ.ศ. 2554-2557 การบริโภคเครื่องจักรกลการเกษตรภายในประเทศเพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.22 ต่อปี และการผลิตเครื่องจักรกลการเกษตรภายในประเทศเพิ่มขึ้น ร้อยละ 16.68 ต่อปี ด้านการส่งออกเครื่องจักรกลการเกษตร ส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน ร้อยละ 57.11 เห็นได้ว่า เครื่องจักรกลการเกษตรจึงเป็นสินค้าที่ตอบสนองทางนโยบายรัฐที่สามารถสร้างความได้เปรียบให้กับสินค้าเกษตรของประเทศไทยซึ่งเป็นที่ต้องการของเกษตรกรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้ผลิตเครื่องจักรกลทางการเกษตรส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีข้อจำกัด

เรื่องความรู้และงบประมาณในการพัฒนาสินค้าและบริการ (Office of Small & Medium Enterprise Promotion, 2016)

ปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย คือ คุณภาพ มาตรฐานการผลิต ความร่วมมือระหว่างผู้ผลิต การสนับสนุนจากภาครัฐ การพัฒนาที่เป็นไปอย่างไม่มีระบบและขาดประสิทธิภาพและการขาดความเชื่อถือในสายตาของผู้ใช้ภายในประเทศ จึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าที่ควร และหากอยู่ภายใต้สภาวะข้อตกลงเสรีทางการค้าระหว่างประเทศ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรจะมีศักยภาพในการแข่งขันด้านการตลาดที่ต่ำลงเรื่อยๆ และอาจจะประสบปัญหาในอนาคต อีกทั้งยังพบปัญหาที่ยังต้องนำเข้าชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่มีมาตรฐานเทคโนโลยี (high-end technology) จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง มีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรที่ชัดเจน เพื่อเพิ่มผลิตภาพด้านการผลิตและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันรวมทั้งยกระดับเทคโนโลยีการผลิตเครื่องจักรกลการเกษตรให้สูงขึ้น เพื่อสนองตอบความต้องการทั้ง ภายใน และต่างประเทศ (Office of Industrial Economics, 2015) จากที่มาและความสำคัญข้างต้นจะเห็นได้ว่าแรงกดดันทางการแข่งขันในด้านต่างๆ จากสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นพลวัตล้วนเป็นปัจจัยในการกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอันจะนำไปสู่การเลือกใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาบริหารจัดการเพื่อสร้างความแตกต่างในด้านสินค้าภาพลักษณ์ของธุรกิจและการบริหารจัดการต้นทุนอันจะเป็นแนวทางใการเพิ่มผลการดำเนินงานของกิจการให้สูงขึ้นในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบันจึงเป็นที่มาให้ผู้วิจัยต้องการหารูปแบบการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย เพื่อนำผลจากการศึกษาที่ได้ใช้แนวทางในการเพิ่มผลการดำเนินงาน

ของธุรกิจ เพื่อพัฒนาวงการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล การเกษตรของประเทศไทย รวมถึงเพื่อสร้างเครือข่าย และสร้างโอกาสทางธุรกิจในการบุกเจาะตลาดของ สินค้าไทยสู่ตลาดโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบ กับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการบริหารทางการเงินของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษา อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และ อิทธิพลรวม ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการบริหารทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

1) ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สังเคราะห์จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสรุปเป็นตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัย ดังต่อไปนี้ตัวแปรแฝงภายนอก ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านแรงกดดันทางการแข่งขัน และ 2) ปัจจัยด้านความสามารถเชิงพลวัต ตัวแปรแฝงภายใน ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง 2) ปัจจัยด้านการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ และ 3) ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตัวแปรตาม คือ ความสามารถในการบริหารทางการเงิน

2) ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ศึกษาคือผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตร จำนวนทั้งสิ้น 870 กิจการทั่วประเทศจากฐานข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยมีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน ไม่เกิน 200 ล้านบาท อีกทั้งมีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน (Department of Business Development, 2016)

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์เป็นฐานข้อมูลด้านการศึกษาวิจัย การกำหนดนโยบาย และการวางแผนงานในอนาคตต่อไป ด้านผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องที่ต้องการสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบในการวางแผนการตัดสินใจส่งเสริม ปรับปรุง แก้ไขการบริหารจัดการ ในองค์การในการสร้างความสามารถทางนวัตกรรมได้ ด้านหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ใช้เป็นแนวทาง นำไปสู่การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันในตลาดทั้งในและต่างประเทศ ต่อไปรวมถึงสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการส่งเสริมธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรได้ถูกทิศทาง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance : Perform)

ผลการดำเนินงานทางการเงิน เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญและเป็นที่ยอมรับใช้ในการชี้วัดในการทำวิจัยที่เกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์การเป็นอย่างมาก การวัดผลการดำเนินงานทางการเงินจะเกิดขึ้นได้จากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ซึ่งประกอบไปด้วยอัตราส่วนที่หลากหลาย แล้วแต่ความเหมาะสมและจุดประสงค์ในการเลือกใช้ Wild, Subramanyam and Halsey (2007) กล่าวว่า การวิเคราะห์ประสิทธิภาพทางการเงินเป็นสิ่งที่จะแสดงให้เห็นถึงการประเมินความสำเร็จของการตัดสินใจ และการวางกลยุทธ์และการจัดการของฝ่ายบริหาร โดย การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุล (Balanced scorecard: BSC) ของ Kaplan and Norton (1992) โดยมุ่งวัดจากมุมมองทางการเงิน

(financial perspective) เนื่องจากเป็นจุดร่วมหรือผลสำเร็จในภาพรวมของการวัดผลในมุมมองอื่นๆ โดยวัดจากอัตราส่วนทางการเงินทั้ง 4 ด้าน ประกอบไปด้วย มิติในการวัด ดังนี้ 1) อัตราส่วนวิเคราะห์สภาพคล่อง (liquidity ratio) 2) อัตราส่วนวิเคราะห์ความสามารถในการใช้สินทรัพย์ (activity ratio) 3) อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (leverage ratio) และ 4) อัตราส่วนวิเคราะห์ความสามารถในการหากำไร (profitability ratio)

แรงกดดันทางการแข่งขัน (Competitive Forces : EC)

ในการวิเคราะห์ คู่แข่งขันนั้นทำให้ทราบสถานการณ์ของอุตสาหกรรมที่องค์กรแข่งขันอยู่ เพื่อดูศักยภาพ จุดแข็ง จุดอ่อนของคู่แข่ง ซึ่งจะต้องพิจารณาให้ลึกซึ้ง จะได้เห็นพฤติกรรมของคู่แข่ง (Piyawongwattana, 2012) การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันแต่ละอุตสาหกรรม ทำให้ทราบแรงกดดันทางการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากภาวะการแข่งขัน ซึ่ง Porter (1990) ได้กล่าวถึงแรงกดดัน 5 ประการที่จะต้องวิเคราะห์เพื่อดูความน่าสนใจของอุตสาหกรรมและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจของเราประกอบด้วย 1) การแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (industry rivalry หรือ rivalry among current competitors) 2) ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ (threat of new entrance) 3) อำนาจต่อรองของผู้ขาย (bargaining power of suppliers) 4) อำนาจการต่อรองของลูกค้า (bargaining power of customers) และ 5) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (threat of substitute products or services)

ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities : ED)

ความสามารถเชิงพลวัตจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยทรัพยากรของกิจการที่มีอยู่ (Griffith, Noble & Chen, 2006) ในการขับเคลื่อนให้ทันต่อสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจ Rindova and Kotha (2000) ซึ่งภายใต้สภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วองค์กรต้องเผชิญกับสิ่งที่ไม่สามารถทราบได้ล่วงหน้าความสามารถเชิงพลวัตจึงถือเป็นสิ่งสำคัญที่มีบทบาทในการจัดการด้านกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับองค์กรภายใต้สภาวะการแข่งขันที่มีความเป็นพลวัต Teece (2007) สำหรับบริบทของธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยนั้น โอกาสทางธุรกิจเกิดขึ้นใหม่อยู่เสมอ แต่การที่กิจการจะแสวงหาและใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นนั้น ต้องอาศัยความสามารถในการปรับตัว การสร้างการเรียนรู้ให้เกิดขึ้น โดยการดูดซับความรู้ภายนอก การนำความรู้มาสร้างและพัฒนาเพื่อให้กิจการมีศักยภาพในการตอบสนองโอกาสที่เกิดขึ้น Andrew and León-Cázares (2015) ได้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตที่สร้างความสำเร็จให้กับกิจการทั้งทางด้านที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบของตัวแปรความสามารถเชิงพลวัตเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดเพื่อการวิจัย 3 องค์ประกอบคือ 1) ความสามารถในการปรับตัว (adaptive capability) 2) ความสามารถในการดูดซับ (absorptive capability) และ 3) ความสามารถด้านนวัตกรรม (innovative capability)

การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Cost Management : CS)

แนวคิดในการบริหารต้นทุนเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย เพื่อให้องค์กรสามารถแข่งขันได้และ

ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ องค์กรส่วนใหญ่มีกำหนดกลยุทธ์หลังจากได้ศึกษาโอกาสและอุปสรรค รวมถึงข้อกำหนดที่องค์กรจะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมและการแข่งขัน (Quattrone & Hopper, 2005) กลยุทธ์การบริหารต้นทุนสามารถจำแนกได้หลายประเภท ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้งาน รวมถึงการสร้างความสำเร็จและเหตุผลการนำมาใช้ ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เปลี่ยนแนวคิดให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันในตลาดที่มีเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงเป็นที่มาของการพัฒนากลยุทธ์การบริหารต้นทุนยุคใหม่การกำหนดแนวทางการลดต้นทุนเพื่อให้ได้ตามเป้าหมาย (Kouvelis, Chambers & Wang, 2006) ผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบของตัวแปรการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (development of strategic cost management) ดังนี้ 1) การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า (customer satisfaction) 2) การมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง (low-cost) 3) จัดให้มีกระบวนการวิเคราะห์คุณค่า (value chain analysis) และ 4) มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (continuous improvement)

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง(Differentiation Strategy: DS)

กลยุทธ์สร้างความแตกต่างนั้นเป็นกลยุทธ์ที่นำเสนอสินค้าและบริการที่มุ่งเน้นให้ผู้บริโภครู้สึกถึงคุณค่าและความแตกต่างที่ไม่มีในผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน สร้างความภักดีในตราสินค้าให้เกิดขึ้นและทำให้สามารถตั้งราคาได้ค่อนข้างสูงกว่า เนื่องจากไม่สามารถหาสินค้าและบริการแบบนี้ได้จากที่อื่น ซึ่งความแตกต่างที่ว่าจะต้องแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจึงจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเลือกใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ Roongruangpol (2015) เชื่อว่าความมั่งคั่งในระยะยาว และคุณภาพชีวิต

ของประชาชนจะถูกกำหนดจากความสามารถในการใช้ทรัพยากรมนุษย์ เงินทุน และทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อเพิ่มผลิตภาพ ความแตกต่างเป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินกลยุทธ์เพื่อให้เหนือคู่แข่งขั้นภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นความหลากหลายที่ประสบความสำเร็จสามารถทำให้กิจการสามารถเพิ่มยอดขายเนื่องจากผู้ซื้อจะซื้อเพิ่มเพราะสินค้ามีลักษณะที่หลากหลาย ตลอดจนการได้รับความซื้อสัตย์ต่อผู้ซื้อ (Boonkwan, 2010) ผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบของตัวแปรดังกล่าวเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดเพื่อการวิจัย 4 องค์ประกอบ คือ 1) ความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์ (product differentiation) 2) ความแตกต่างในด้านบริการ (service differentiation) 3) ความแตกต่างในด้านบุคลากร (people differentiation) และ 4) ความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์ (image differentiation)

การยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology and Innovation Acceptance : AT)

นวัตกรรมทางเทคโนโลยีคือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการทำงานร่วมกันของทรัพยากรที่แตกต่างกันและเป็นแนวคิดที่มีความซับซ้อน มีหลากหลายมิติ (Guan & Ma, 2003) และเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้เทคโนโลยี ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับโอกาสที่มีอยู่ขององค์กรอันเป็นผลมาจากความได้เปรียบในเทคโนโลยี (Damanpour, 1991) โดย Aggelidis and Chatzoglou (2016) กล่าวว่า บุคคลหนึ่งจะมีการยอมรับเทคโนโลยีได้เกิดจากปัจจัยหลัก 2 ประการ ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ และ 2) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานเนื่องจากการรับรู้ประโยชน์ และมีอิทธิพลต่อความ ตั้งใจใช้เทคโนโลยีนั้น นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมทางเทคโนโลยียังจะส่งผลต่อรูปแบบและระดับของการแข่งขันในเชิงธุรกิจได้อีกด้วย (Utterback & Suarez, 1993) ผู้วิจัยใช้

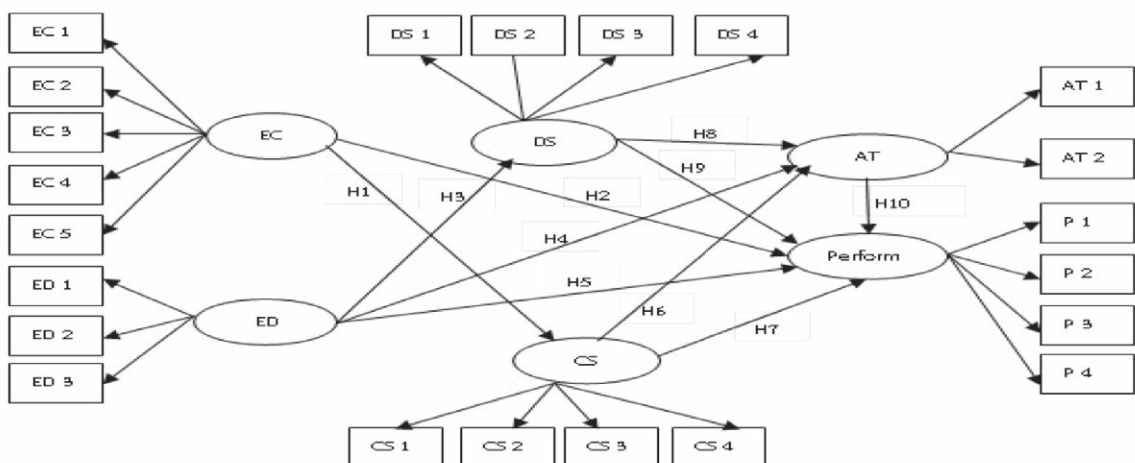
แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ศึกษาความสัมพันธ์ของการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ประกอบด้วย 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ (perceived usefulness resources) และ 2) การรับรู้ความง่ายต่อการใช้ (perceive ease of use) จากการศึกษา

แนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยเกี่ยวข้องสามารถพัฒนาขึ้นเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยดังภาพ 1 และได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย ทั้งหมด 10 สมมติฐานด้วยกัน สรุปได้ดังตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1

สมมติฐานการวิจัยและคำอธิบายความสัมพันธ์

สมมติฐาน	คำอธิบายความสัมพันธ์ของสมมติฐานการวิจัย
H_1	แรงกดดันทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์
H_2	แรงกดดันทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลเชิงทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน
H_3	ความสามารถเชิงพลวัตที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง
H_4	ความสามารถเชิงพลวัตที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม
H_5	ความสามารถเชิงพลวัตที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน
H_6	การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม
H_7	การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน
H_8	กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม
H_9	กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน
H_{10}	การยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1) ประชากรที่ศึกษาคือผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตร จำนวนทั้งสิ้น 870 กิจการ ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (rule of thumb) ขั้นต่ำจำนวน 220 ตัวอย่าง จากการศึกษาในอดีตเพื่อให้ข้อมูลเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามจำนวน 847 ตัวอย่าง (Styles & Ambler, 1995) และในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้รับแบบสอบถามกลับจำนวน 395 ตัวอย่าง

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม (questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการศึกษารอบแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งข้อคำถามเป็นมาตรวัด 5 ระดับ จากนั้นทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Item-Objective Congruence : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยผลจากการวิเคราะห์แต่ละข้อคำถามพบว่ามีความสอดคล้อง 0.6 ถึง 1.00 แสดงว่าข้อคำถามในการศึกษาครั้งนี้มีคุณภาพที่เหมาะสม มีความถูกต้องด้านโครงสร้างเนื้อหา ภาษา และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ หลังจากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 แห่ง แล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อดำเนินการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการตรวจสอบความสัมพันธ์ของแต่ละข้อคำถามกับคะแนนรวมของแบบสอบถาม (item-total correlation) และค่าความสอดคล้องภายใน (internal consistency) โดยเกณฑ์มาตรฐานกำหนดค่า Item-total Correlation ควรมากกว่า 0.3 (Field, 2005) และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแต่ละตัวแปรควรมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010) ซึ่งผลการทดสอบพบว่าตัวแปร

ทุกตัวล้วนมีค่าสัมประสิทธิ์ที่อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ทั้งสิ้น และค่าสัมประสิทธิ์كرونบาค แอลฟาของตัวแปรทั้งหมดอยู่ที่ 0.8674 แสดงว่าแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพและมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในวิเคราะห์ 2 ประเภทได้แก่สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) และ สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) สำหรับสถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ (percentage), ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สำหรับสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปร (path analysis) จากนั้นจึงนำมาพัฒนาเป็นสมการเชิงโครงสร้าง เพื่อทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์มาตรฐานดังนี้ $P\text{-Value} > 0.05$, $GFI \geq 0.90$, $AGFI \geq 0.90$, $CFI \geq 0.90$, $RMR < 0.05$ และ $RMSEA < 0.05$ (Hair et al., 2010)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการบริหารทางการเงินที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลอง พบว่าแบบจำลองที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือค่าดัชนีคือ $P\text{-value} = 0.145$, $\text{Chi-square/df} = 1.107$, $CFI = 0.992$, $GFI = 0.953$, $AGFI = 0.940$, $RMR = 0.026$, $RMSEA = 0.016$ ดังนั้น

จึงสรุปได้ว่าแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เกณฑ์ และผลการพิจารณาดัชนีแสดงความกลมกลืน โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) และนอกจากนี้ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อศึกษาขนาดของอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสามารถในการบริหารทางการเงิน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 โดยการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของตัวแปรต่างๆ ภายในโมเดล พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการบริหารทางการเงิน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านแรงกดดันทางการแข่งขัน ปัจจัยด้านความสามารถเชิงพลวัต

ปัจจัยด้านการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.412, 0.435, 0.377, 0.355 และ 0.349 ตามลำดับ และพบว่า ปัจจัยด้านแรงกดดันทางการแข่งขัน ปัจจัยด้านความสามารถเชิงพลวัต ปัจจัยด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ปัจจัยด้านการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมสามารถร่วมกันอธิบายความสามารถในการบริหารทางการเงินได้ร้อยละ 69.4 ($R^2 = 0.694$) จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางยังสามารถสรุปผลการวิจัย ตามสมมติฐานในการวิจัยตั้งตาราง 2 ดังต่อไปนี้

ตาราง 2

การทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน		
	อิทธิพล	ผลทดสอบ	สรุปผล
H_1	DE=0.513 **	ยอมรับ	แรงกดดันทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์
H_2	DE=0.218** IE=0.194** TE=0.412**	ยอมรับ	แรงกดดันทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินตามสมมติฐาน และพบว่าสามารถเกิดอิทธิพลทางอ้อมผ่านการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ได้
H_3	DE=0.435**	ยอมรับ	ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง
H_4	DE=0.358** IE=0.132** TE=0.490**	ยอมรับ	ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีตามสมมติฐาน และพบว่าสามารถเกิดอิทธิพลทางอ้อมผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างได้
H_5	DE=0.155* IE=0.280* TE=0.435*	ยอมรับ	ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินตามสมมติฐาน และพบว่าสามารถเกิดอิทธิพลทางอ้อมผ่านการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้
H_6	DE=0.343 **	ยอมรับ	การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ตาราง 2

การทดสอบสมมติฐานในการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน		
	อิทธิพล	ผลทดสอบ	สรุปผล
H_7	DE=0.258** IE=0.120** TE=0.377**	ยอมรับ	การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางด้านการเงินตามสมมติฐาน และพบว่าสามารถเกิดอิทธิพลทางอ้อมผ่านการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้
H_8	DE=0.343 **	ยอมรับ	กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม
H_9	DE=0.249** IE=0.106** TE= 0.355**	ยอมรับ	กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางด้านการเงินตามสมมติฐาน และพบว่าสามารถเกิดอิทธิพลทางอ้อมผ่านการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้
H_{10}	DE=0.349 **	ยอมรับ	การยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางด้านการเงิน

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

DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, TE = อิทธิพลรวม

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

(1) แรงกดดันทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานทางด้านการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 และข้อที่ 2 แสดงว่าถ้าธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยแรงกดดันทางการแข่งขัน ย่อมส่งผลให้การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีประสิทธิภาพที่เพิ่มสูงขึ้น และส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานทางด้านการเงินเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ Radas and Matovac (2006) ที่ได้กำหนดเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาว่าองค์กรมีความได้เปรียบหรือเสียเปรียบคู่แข่งในการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ต้นทุนการผลิต การลงทุนในนวัตกรรม การลงทุนในการวิจัยและ

พัฒนา ทักษะของพนักงาน ความยืดหยุ่นในการตอบสนองความพึงพอใจลูกค้า คุณภาพและขอบเขตเครือข่ายการขาย ระดับการแข่งขันจะรุนแรงหรือไม่เพิ่มขึ้นอยู่กับจำนวนคู่แข่งภายในอุตสาหกรรม เมื่อต้องเผชิญกับแรงกดดันทางการแข่งขันสูง องค์กรจะต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ด้วยการกำหนดราคาการตัดราคากันจนเกิดเป็นสงครามราคาอย่าทำให้กำไรขององค์กรลดลง (Auh & Menguc, 2005) อย่างไรก็ตามในการปรับตัวขององค์กรนั้นไม่จำเป็นต้องใช้การลดราคาเสมอไป องค์กรยังสามารถใช้กิจกรรมการจัดการต้นทุน จัดการความรู้ซึ่งเป็นแรงผลักดันก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป และปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานภายในองค์กรให้มีความยืดหยุ่น

(2) ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง การยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ข้อที่ 4 และข้อที่ 5 แสดงว่าเมื่อธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยความสามารถเชิงพลวัตย่อมส่งผลให้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีประสิทธิภาพที่เพิ่มสูงขึ้น แนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมของธุรกิจก็จะมากขึ้นและส่งผลให้แนวโน้มผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ Johannesssen and Olsen (2003) ที่ได้เสนอว่าการพัฒนาความสามารถของกิจการให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสามารถของกิจการที่จะได้มาซึ่งแนวคิดใหม่ๆ และข้อมูลที่สำคัญต่างๆ ถือเป็นสิ่งที่สร้างให้เกิดโอกาสให้กับกิจการ ในขณะที่ Andrew and León-Cázares, (2015) ได้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตที่สร้างความสำเร็จให้กับกิจการทั้งทางด้านที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ความสามารถเชิงพลวัตมีบทบาทต่อการขยายขีดความสามารถในการแข่งขันของกิจการ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กร อันนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งและความสำเร็จได้ในระยะยาว

(3) การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 และข้อที่ 7 แสดงว่าถ้าธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ย่อมส่งผลให้ธุรกิจมีการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพิ่มสูงขึ้นและส่งผลให้แนวโน้มผลการดำเนินงานทางการเงิน

การเงินของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับ Mallhotra, Heine and Grover (2001) ที่กล่าวว่ากลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำเหมาะสมกับองค์กรที่ต้องการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำเน้นการดำเนินการเพื่อผลิตสินค้าด้วยคุณลักษณะที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้ ณ ระดับต้นทุนที่ต่ำ เพื่อเสนอราคาสินค้าที่จะขายให้แก่ลูกค้าให้ต่ำกว่าคู่แข่งโดยควบคุมต้นทุนการผลิตและเพิ่มขีดความสามารถในการใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบ Prajogo et al. (2007) ดังนั้นองค์กรจึงต้องหาเทคโนโลยีและวิธีการผลิตใหม่ๆ ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีระบบข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยทำให้ผู้บริหารต้องติดตามข้อมูลต้นทุนที่ถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์ เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจปรับเปลี่ยนแนวคิดให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันในตลาดที่มีเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงเป็นที่มาของการพัฒนากลยุทธ์การบริหารต้นทุนยุคใหม่การกำหนดแนวทางการลดต้นทุนเพื่อให้ได้ตามเป้าหมาย

(4) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 และข้อที่ 9 แสดงว่าเมื่อธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างย่อมส่งผลให้ธุรกิจมีการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพิ่มสูงขึ้นและส่งผลให้แนวโน้มผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งผลจากการวิจัยมีความสอดคล้องกับ Porter (2003) ที่เชื่อว่าความมั่งคั่งในระยะยาว จะถูกกำหนดจากความสามารถในการใช้ทรัพยากร เพื่อเพิ่มผลิตภาพ ความแตกต่างเป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินกลยุทธ์เพื่อให้เหนือคู่แข่งภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงขึ้น รูปแบบจะบ่งบอกถึงมุมมองและความรู้สึกของผู้ซื้อต่อสินค้า รูปแบบทำให้

สินค้ามีความแตกต่างที่ยากต่อการลอกเลียน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรและทำให้ธุรกิจเจริญเติบโต (Laursen, Mahnke & Vejrup - Hansen, 1999) ความหลากหลายที่ประสบความสำเร็จสามารถทำให้กิจการสามารถเพิ่มยอดขายเนื่องจากผู้ซื้อจะซื้อเพิ่มเพราะสินค้ามีลักษณะที่หลากหลาย ตลอดจนการได้รับความซื่อสัตย์ต่อผู้ซื้อ (Boonkwan, 2010)

(5) การยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10 แสดงว่าเมื่อธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม ย่อมส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานทางการเงินเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับ Sigala (2003) ที่กล่าวว่า การที่จะทำให้อุตสาหกรรมมีความสามารถในการทำกำไรและลูกค้ามีความจงรักภักดี ธุรกิจต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการปรับปรุงความสามารถของธุรกิจให้ดีขึ้น หากธุรกิจสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมจะนำไปสู่ความได้เปรียบที่เหนือกว่าคู่แข่งและช่วยส่งเสริมให้เกิดความสามารถในการดำเนินงานที่ยั่งยืน (Arndt & Schoegel, 2009) รวมถึงมีความสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการไปปฏิบัติในธุรกิจและพัฒนาประสิทธิภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (Sigala, 2003)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

เพื่อให้ธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรสามารถเพิ่มโอกาสในการแข่งขันด้วยการเพิ่มผลผลิตให้มีความ

หลากหลายมากขึ้น จึงควรเร่งขยายธุรกิจด้วยการเพิ่มผลผลิตให้มีความหลากหลายมากขึ้นรวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตให้มีศักยภาพต่อไป ทั้งนี้ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหตุด้านแรงกดดันทางการแข่งขัน ความสามารถเชิงพลวัตกลยุทธ์การสร้างแตกต่างการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับผลการดำเนินงานให้สูงขึ้น ในส่วนหน่วยงานภาครัฐ สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรให้มีศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจอันจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ส่งเสริมการลงทุนและการสร้างผลผลิตที่มีศักยภาพ เพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนาและแข่งขันได้ทั้งภายในประเทศและตลาดโลก

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการนำแบบจำลองและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ไปทำการวิจัยซ้ำในธุรกิจอื่นในบริบทของประเทศไทยหรือในประเทศอื่นเพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

2) ควรมีการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุด้านอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสามารถในการบริหารทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น วัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำ และความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

3) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย และค้นหาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ผู้บริหารระดับสูงควรให้ความสำคัญในการพิจารณาและใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

การอ้างอิง

- ทรศนะ บุญขวัญ. (2553). *มองโลกให้บวก*. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา (2555). *การจัดการเชิงกลยุทธ์เทคโนโลยีและนวัตกรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล, (2558). *หลักการตลาด Principles of Marketing* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: มาร์เก็ตติ้งมูฟ.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (2559). *รายงานเศรษฐกิจ, รายงานสภาวะเศรษฐกิจประจำวัน*. ค้นเมื่อ 4 กันยายน 2560, September 4, จาก <http://www.fpo.go.th>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2558). *ข้อมูลธุรกิจ*. ค้นเมื่อ 4 กันยายน 2560, จาก <http://www.oae.go.th..>
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2558). *ดัชนีอุตสาหกรรม*. ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2560, จาก <http://www.oie.go.th/academic/index>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). *บทความองค์ความรู้ 155 บทความ ภายใต้โครงการ ศูนย์บริการธุรกิจ SMEs (Front Service SMEs)*, ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2560, จาก http://www.sme.go.th/upload/mod_download/pdf.

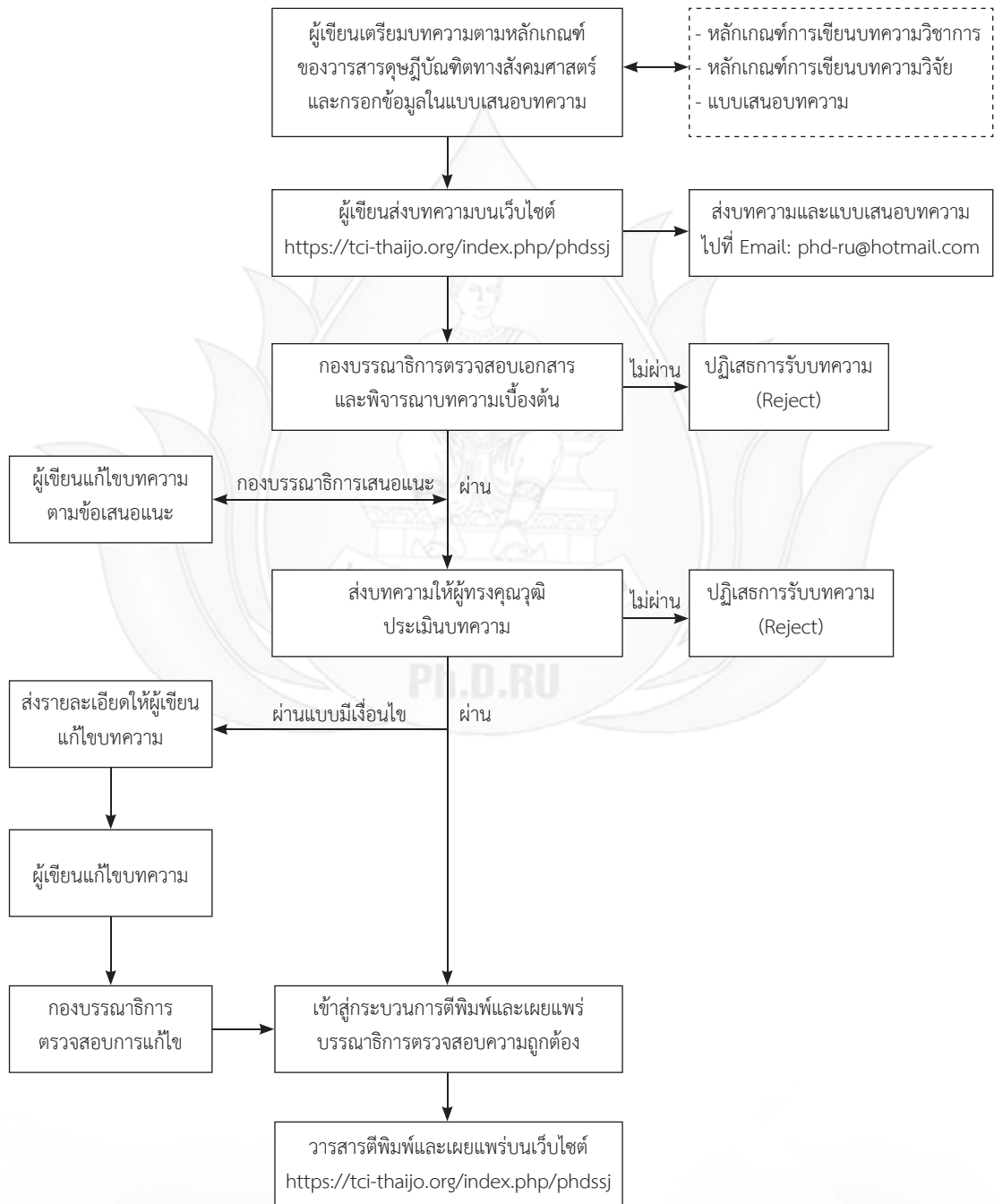
References

- Aggelidis, P., &Chatzoglou, D. (2016). Using a modified technology acceptance model in hospitals. *International Journal of Medical Informatics*, 78(2), 115-126.
- Andrew, S. A., & León-Cázares, F. (2015). Mediating effects of organizational citizenship behavior on organizational performance: Empirical analysis of public employees in Guadalajara. *EconoQuantum*, 12(2), 71-92.
- Arndt, O. H., & Schoegel, M. (2009). Customer relationship management capability: Antecedents and ITS impact on CRM performance. *American Marketing Association*, 20, 162-163.
- Auh, S., & Menguc, B. (2005). Balancing Exploration and Exploitation: The Moderating Role of Competitive Intensity. *Journal of Business Research*, 58(12) 1652-1661.
- Boonkwan, T. (2010). *Looking at the world to positive*. McCraw-Hill. [In Thai]
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- Department of business development, Ministry of commerce. (2016). *Business data warehouse*, from <http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/home/login.html>.
- Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS* (2nd edition). Thousand.

- Fiscal Policy Office. (2016). *Economic report, Daily economic condition*, Retrieved September 4, 2017, from <http://www.fpo.go.th>. [In Thai]
- Griffith, D. A., Noble, S. M., & Chen, Q. (2006). The performance implications of entrepreneurial proclivity: A dynamic capabilities approach. *Journal of Retailing*, 82(1), 51-62.
- Guan, J., & Ma, N. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation*, 23(9), 737-747.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th Edition) Pearson Education, Upper Saddle River.
- Johanessen, J. A., & Olsen, B. (2003). Knowledge management and sustainable competitive advantages: The impact of dynamic contextual training. *International Journal of Information Management*, 23(4), 277-289.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard-Measures that Drive Performance. *Harvard Business Review*, 83(7-8), 172-180.
- Kouvelis, P. C., Chambers, C., & Wang, H. (2006). Supply chain management research and production and operations management: Review, trends, and opportunities. *Production and Operations Management*, 15(3), 449-469
- Laursen, K.V., Mahnke, V., & Vejrup-Hansen, P. (1999). *Firm growth from a knowledge structure perspective*: DRUID working paper 99-11.
- Malhotra, M. K., Heine, M. L., & Grover, V. (2001). An evaluation of the relationship between management practices and computer aided design technology. *Journal of Operations Management*, 19(3), 307-333
- Office of Agricultural Economics. (2015). *Business data*. Retrieved September 4, 2017, from <http://www.oae.go.th>. [In Thai]
- Office of Industrial Economics, (2015). *Industrial index*. Retrieved September 14, 2017, from <http://www.oie.go.th/academic/index> [In Thai]
- Office of Small & Medium Enterprise Promotion, (2016). *155 articles of knowledge under the SMEs Service Center Project (Front Service SMEs)*, Retrieved September 14, 2017, from http://www.sme.go.th/upload/mod_download/pdf. [In Thai]
- Piyawongwattana, P. (2012). *Strategic Management: Technology and Innovation* (1st edition), Chulalongkorn University. [In Thai]
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press.
- Porter, M. E. (2003). *Determinants of regional economic performance*, Harvard Business School, Harvard University (mimeo).

- Prajogo, D.L., Losirihongthong, T., Sohal, A., & Boon-itt, S. (2007). Manufacturing strategies and innovation performance in newly industrialised countries. *Industrial Management & Data Systems*, 107(1), 52-68.
- Quattrone, P., & Hopper, T. (2005). A 'time' space odyssey': Management control systems in two multinational organisations. *Accounting, Organizations and Society*, 30(7-8), 735-764.
- Radas, S., & Matovac, V. A. (2006). Competitive Position and Its Relationship to Innovation. In L. Galetic (Ed.), *Proceedings of the 3rd international conference on an enterprise odyssey: Integration and distintegration* (pp. 1378-1391). Zagreb, Croatia: n.p.
- Rindova, V., & Kotha, S. (2000). *Building reputational stocks through strategic action flows: Lessons from amazon.com and its competitors in Internet retailing*. Working paper, University of Maryland and University of Washington.
- Roongruangpol, W. (2015). *Principles of Marketing* (1st edition) Marketing Move. [In Thai]
- Sigala, M. (2003). *Implementing customer relationship management in the hotel sector: Does "IT" always matter?*. 11th European Conference on Information Systems.
- Styles, C., & Ambler, T. (1995). Brand Management. In S. Cramer (ed.), *Financial Times Handbook of Management* (pp. 581-593). Pitman.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and micro foundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350
- Utterback, J. M., & Suárez, F. F. (1993). Innovation, competition, and industry structure. *Research policy*, 22(1), 1-21.
- Wild, J. J., Halsey, R. F., & Subramanyam, K. R.. (2007). *Financial statement analysis* (9th edition). McGraw-Hill.

ขั้นตอนการส่งบทความตีพิมพ์ วารสารดุष्ฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์



จริยธรรมการตีพิมพ์วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

บทบาท หน้าที่ และจริยธรรมของผู้เขียน

1. ผู้เขียนต้องรับรองว่าบทความที่ส่งตีพิมพ์เป็นบทความใหม่ ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์มาก่อนแล้ว หรืออยู่ในระหว่างขั้นตอนการพิจารณาจากวารสารอื่นหรือสิ่งพิมพ์อื่นๆ
2. ผู้เขียนบทความต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบที่วารสารกำหนด
3. ผู้เขียนต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่นและต้องอ้างอิงทุกครั้งเมื่อนำผลงานของผู้อื่นมาเสนอโดยอ้างอิงในเนื้อหาของบทความของตน และจัดทำเอกสารอ้างอิงไว้ท้ายบทความให้ชัดเจน
4. ผู้เขียนทุกคนที่มีรายชื่อในบทความต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการวิจัยจริง
5. ผู้เขียนบทความที่คัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) หรือละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความโดยตรง
6. หากเป็นการวิจัยในมนุษย์ หรือสัตว์ทดลอง ผู้เขียนต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการใช้สัตว์ทดลองตามแต่กรณี และต้องระบุในบทความด้วย
7. ในกรณีที่ผู้เขียนทำผิดจริยธรรมจะถูกตัดสิทธิ์การตีพิมพ์เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 3 ปีโดยแจ้งผู้เขียนและหน่วยงานสังกัดของผู้เขียน
8. บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารถือเป็นผลงานของผู้เขียน ผู้เขียนและคณะต้องรับผิดชอบต่อบทความของตน
9. การพิจารณาอนุญาตให้ลงตีพิมพ์ในวารสารขึ้นอยู่กับ การพิจารณาจากบรรณาธิการและให้ถือเป็นที่สุด

บทบาท หน้าที่ และจริยธรรมของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความต้องตระหนักว่าตนเองมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของผลงานทางวิชาการที่ประเมินอย่างแท้จริง
2. ผู้ประเมินบทความต้องคำนึงถึงคุณภาพของบทความเป็นหลัก พิจารณาบทความภายใต้หลักการและเหตุผลทางวิชาการโดยปราศจากอคติ หรือความคิดเห็นส่วนตัว
3. ผู้ประเมินบทความควรให้ข้อเสนอแนะที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์แก่ผู้เขียนบทความ
4. ผู้ประเมินบทความจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใดๆ กับวารสาร บรรณาธิการ และผู้เขียน
5. ผู้ประเมินบทความจะต้องรักษาความลับ ไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความแก่บุคคลอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง
6. ผู้ประเมินบทความ เมื่อตรวจพบว่าบทความที่พิจารณาอยู่มีความเหมือนหรือความซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่น ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบ
7. ผู้ประเมินบทความจะต้องส่งผลประเมินตรงตามกำหนดเวลาที่วารสารกำหนดไว้

บทบาท หน้าที่ และจริยธรรมของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณากลับกรองคุณภาพของบทความเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารโดยคัดเลือกผลงานที่มีการควบคุมคุณภาพ ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านนั้นๆ รวมถึงผลงานต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร
2. บรรณาธิการมีหน้าที่ในการตรวจสอบการตีพิมพ์ซ้ำ (Duplications) หรือการคัดลอกผลงาน (Plagiarism) อย่างเคร่งครัดหากตรวจพบว่า บทความมีการคัดลอก ลอกเลียนแบบจากบทความอื่นโดยมิชอบ หรือมีการปลอมแปลงข้อมูล บรรณาธิการสามารถดำเนินการถอนบทความได้โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้เขียน ซึ่งถือเป็นสิทธิและความรับผิดชอบต่อบทความของบรรณาธิการ
3. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียน ผู้ประเมิน และต้องมีความรับผิดชอบในการรักษาข้อมูลได้เป็นอย่างดี
4. บรรณาธิการต้องปฏิบัติโดยใช้เหตุผลทางวิชาการ ในการพิจารณาบทความทุกครั้งด้วยความเป็นธรรม ปราศจากอคติหรือความลำเอียงต่อบทความและผู้เขียน ทั้งในด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ วัฒนธรรม การเมือง อุดมคติ และสังกัดของผู้เขียน
5. บรรณาธิการมีหน้าที่ตรวจสอบหลักฐานเพื่อให้มีความมั่นใจได้ว่างานวิจัยทุกชนิดที่จะตีพิมพ์หากเป็นการวิจัยในมนุษย์ หรือสัตว์ทดลอง ผู้เขียนต้องแสดงหลักฐานการได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการใช้สัตว์ทดลองตามแต่กรณี และต้องระบุในบทความด้วย
6. บรรณาธิการต้องไม่ร้องขอให้มีการอ้างอิงผลงานใดเพื่อเพิ่มจำนวนการอ้างอิง (Citation) หรือค่า Impact Factor ของวารสาร หรือเพื่อเพิ่มจำนวนการอ้างอิงของผลงานของตนหรือพวกพ้อง
7. บรรณาธิการต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียน หรือผู้ประเมิน และต้องไม่นำบทความหรือวารสารไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ หรือนำไปเป็นผลงานของตน
8. บรรณาธิการไม่ควรเขียนบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารของตน



หลักเกณฑ์การเขียนบทความวิชาการ วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มีนโยบายจัดพิมพ์ปีละ 3 ฉบับ (ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน, ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม และ ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริม เผยแพร่ ผลงานวิจัยและผลงานวิชาการด้านสังคมศาสตร์

ข้อกำหนดในการส่งบทความ

บทความจัดทำขึ้นโดยใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น บทความที่นำมาลงในวารสารต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างตีพิมพ์ในหนังสือหรือวารสารใดมาก่อนกระบวนการคัดเลือกบทความโดยใช้วิธีการประเมินแบบ Double-Blind Review บทความจะถูกส่งไปยังนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้น ๆ เพื่อเป็นผู้อ่านประเมินบทความ

แนวทางการเขียนบทความวิชาการ ประกอบด้วย

- มีประเด็นหรือความแนวคิดที่ชัดเจน มีเนื้อหาทางวิชาการที่ถูกต้อง สมบูรณ์ และทันสมัย
- วิเคราะห์ประเด็นตามหลักวิชาการ มีการสังเคราะห์ความรู้จากแหล่งต่างๆ และเสนอความรู้ หรือวิธีการที่เป็นประโยชน์
- สอดแทรกความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ หรือแสดงทัศนะทางวิชาการของผู้เขียนอย่างชัดเจนและเที่ยงตรง
- มีการค้นคว้าอ้างอิงจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ทันสมัย และครอบคลุม
- มีการนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่ายและเป็นระบบ ใช้ภาษาทางวิชาการอย่างเหมาะสม

การส่งต้นฉบับ

1. การตั้งค่านำกระดาษ ใช้แบบอักษร TH Sarabun New พิมพ์แบบหน้าเดียวในกระดาษขนาด A4 ตั้งขอบกระดาษทุกด้าน 1 นิ้ว (2.54 เซนติเมตร) ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้าที่มุมขวาด้านบน ความยาวของบทความ 12-15 หน้า

2. ชื่อเรื่อง (Title) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3. ชื่อผู้เขียน (Author) ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล หน่วยงานที่สังกัด ที่อยู่ และอีเมลที่ติดต่อได้

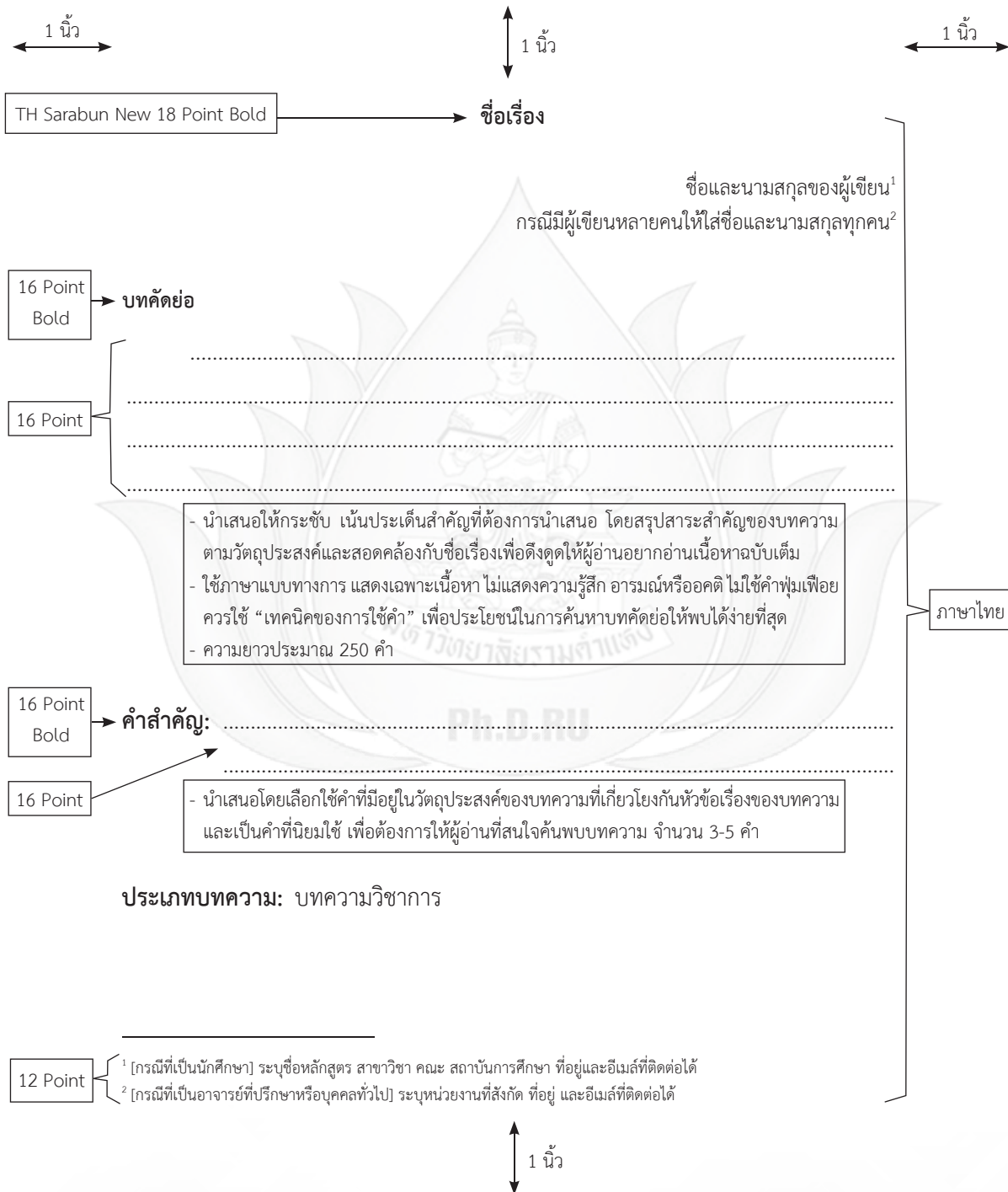
4. เนื้อหา (Text) ควรใช้ภาษาแบบทางการที่ผู้อ่านเข้าใจง่ายและมีความชัดเจน ประกอบด้วย

4.1 บทคัดย่อ (Abstract) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สรุปสาระสำคัญของบทความไว้อย่างครบถ้วน

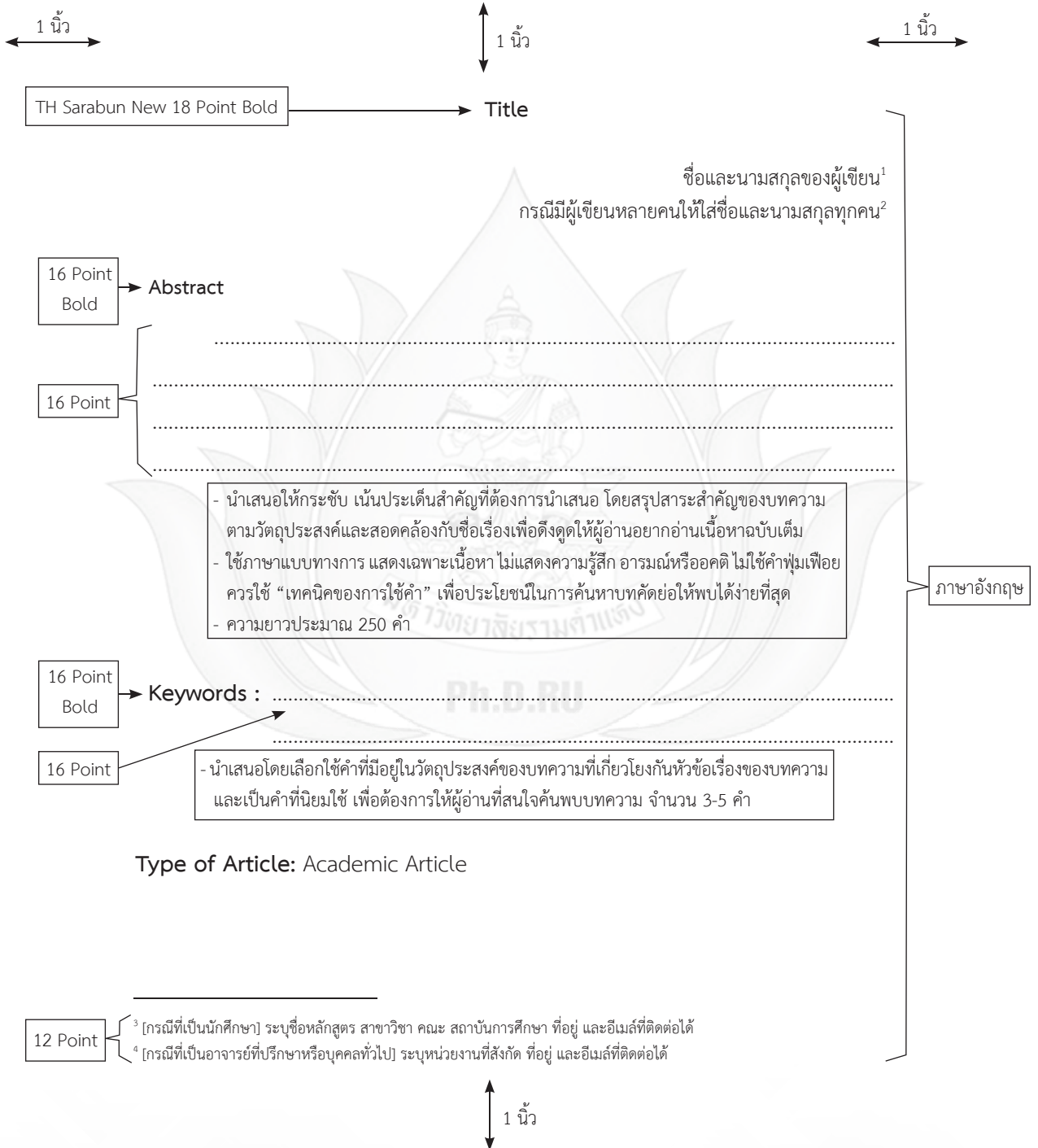
- 4.2 คำสำคัญ (Keywords) จำนวน 3-5 คำ
 - 4.3 บทนำ (Introduction) อธิบายที่มาและความสำคัญ โดยเขียนให้สอดคล้องกับชื่อเรื่อง
 - 4.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Concept and Theory) อธิบายแนวคิดและทฤษฎีเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล
 - 4.5 กรอบในการวิเคราะห์ (Analysis Framework) นำเสนอกรอบสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
 - 4.6 ผลการวิเคราะห์ (Result) เป็นการอภิปรายผลตามกรอบในการวิเคราะห์ โดยเขียนข้อมูลให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้
 - 4.7 บทสรุป (Conclusion) เป็นการสรุปเชิงอภิปรายและมีการนำเสนอแนวคิดของผู้เขียนด้วย
 - 4.8 ข้อเสนอแนะ (Recommendation) เป็นข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ และข้อเสนอแนะสำหรับนำไปใช้ประโยชน์
 - 4.9 การอ้างอิง (References) ใช้รูปแบบ APA Style(7th ed.) ดังนี้
 - 4.9.1 การเรียงลำดับ ให้เรียงลำดับจากภาษาไทยก่อนภาษาอังกฤษ ก-ฮ และ A-Z
 - 4.9.2 ชื่อผู้เขียน เอกสารภาษาไทยใช้ชื่อ นามสกุล เอกสารภาษาอังกฤษใช้นามสกุล และอักษรย่อตัวแรกของชื่อ
 - 4.9.3 ปีที่พิมพ์ เอกสารภาษาไทยใช้ปี พ.ศ. เอกสารภาษาอังกฤษใช้ปี ค.ศ. ใส่ในวงเล็บ หากผู้เขียนคนเดียวกันเขียนเอกสารหลายเล่ม ให้เรียงลำดับปีที่พิมพ์จากน้อยไปหามาก
 - 4.9.4 ชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวเอน กรณีเป็นเรื่องย่อในหนังสือให้ระบุ “ใน หรือ In” ตามด้วยผู้แต่ง และชื่อหนังสือ
 - 4.9.5 สถานที่พิมพ์และสำนักพิมพ์ เป็นรูปแบบของเอกสารประเภทหนังสือ หรือตำรา กรณีประเภทบทความในวารสาร ให้ระบุชื่อบทความ ชื่อวารสาร ปีที่ ฉบับที่ และหมายเลขหน้าของบทความตั้งแต่นำหน้าแรกถึงหน้าสุดท้าย (การอ้างอิงในเนื้อหาให้ระบุเฉพาะหน้าที่ใช้อ้างอิง)
 - 4.9.6 การอ้างอิง Website ให้ระบุชื่อผู้เขียน ชื่อเรื่อง วัน เดือน ปีที่ค้น และ Website
5. การส่งบทความให้ส่งต้นฉบับบทความออนไลน์ (ไฟล์ Word) ไปที่<https://www.tci-thaijo.org/index.php/phdssj>
6. ค่าธรรมเนียมการส่งบทความ ค่าธรรมเนียมบทความละ 5,000 บาท (ห้าพันบาทถ้วน) โดยโอนเงินไปที่ชื่อบัญชี สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่บัญชี 020036297552 ธนาคารออมสิน สาขารามคำแหง

หมายเหตุ วารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตีพิมพ์

ตัวอย่างการเขียนบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์



ตัวอย่างการเขียนบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์



ตัวอย่างการเขียนบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

16 Point
Bold

บทนำ

16 Point

นำเสนอเนื้อหาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่านสู่เนื้อเรื่องให้เห็นความสำคัญ และสร้างบรรยากาศให้น่าติดตามต่อไป ควรเขียนให้กระชับตรงประเด็น ไม่ยืดเยื้อ สอดคล้องกับชื่อเรื่อง โดยจับประเด็นจากชื่อเรื่องแล้วนำสู่บริบท เนื้อหา ในส่วนนี้สามารถกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของบทความ ที่มาของบทความ ขอบเขตของบทความ อาจมีคำจำกัดความหรือนิยามที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน

16 Point
Bold

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

16 Point

นำเสนอให้สอดคล้องกับชื่อเรื่องหรือประเด็นที่เขียน จัดวางโครงสร้างเนื้อหาและจัดลำดับให้เหมาะสม เนื้อหาสาระควรมีความต่อเนื่องกัน เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูล และอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้

16 Point
Bold

กรอบในการวิเคราะห์

16 Point

นำเสนอกรอบในการวิเคราะห์ที่ได้จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในรูปแบบภาพ หรือข้อความอันเป็นใจความสำคัญที่จะนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูล

16 Point
Bold

ผลการวิเคราะห์

16 Point

นำเสนอให้เป็นไปตามหลักการ ทฤษฎี ตามกรอบในการวิเคราะห์ มีหลักฐานการอ้างอิงอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ มีความเป็นเหตุเป็นผล

ตัวอย่างการเขียนบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

16 Point
Bold → **บทสรุป**

16 Point

นำเสนอสรุปประเด็นสำคัญของบทความ โดยการเลือกประเด็นสำคัญของบทความนั้นมาเขียนรวมไว้อย่างสั้นๆท้ายบท หรืออาจใช้วิธีการบอกผลลัพธ์ว่า สิ่งที่กำลังกล่าวมาทั้งหมดมีความสำคัญอย่างไร สามารถนำไปใช้อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป หรือ อาจใช้วิธีการตั้งคำถามหรือให้ประเด็นทิ้งท้ายกระตุ้นให้ผู้อ่านไปแสวงหาความรู้เพื่อคิดค้นพัฒนาเรื่องนั้นต่อไป

16 Point
Bold → **ข้อเสนอแนะ**

16 Point

นำเสนอข้อเสนอนแนะที่ได้จากผลการวิเคราะห์สำหรับนำไปใช้ในเชิงทฤษฎีและการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้

16 Point
Bold → **References**

เอกสารอ้างอิงใช้ภาษาอังกฤษตามรูปแบบ APA Style (7th ed.) มีวิธีการ ดังนี้

- การเรียงลำดับ ให้เรียงลำดับตามตัวอักษร ตั้งแต่ ก-ฮ แล้วตามด้วย A-Z

- การเขียนอ้างอิงประเภทหนังสือ (Book)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

- การเขียนอ้างอิงประเภทวารสาร (Journal)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้าแรกถึงหน้าสุดท้ายของบทความ.

- การเขียนอ้างอิงประเภท ดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ (Dissertation/Thesis)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. หลักสูตรปริญญา, มหาวิทยาลัย.

ตัวอย่างการแปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

ชัยฤทธิ์ ทองรอด และวราภรณ์ สารอินมูล. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 21(3), 197-210.

Thongrawd, C., & Saninmool. (2016). Consumers' buying behaviors of products in night markets in Bangkok Metropolitan. *Journal of the Association of Researchers*, 21(3), 197-210. [In Thai]



หลักเกณฑ์การเขียนบทความวิจัย วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มีนโยบายจัดพิมพ์ปีละ 3 ฉบับ (ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน, ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม และ ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริม เผยแพร่ ผลงานวิจัยและผลงานวิชาการด้านสังคมศาสตร์

ข้อกำหนดในการส่งบทความ

บทความจัดทำขึ้นโดยใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น บทความที่นำมาลงในวารสารต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างตีพิมพ์ในหนังสือหรือวารสารใดมาก่อนกระบวนการคัดเลือกบทความโดยใช้วิธีการประเมินแบบ Double-Blind Review บทความจะถูกส่งไปยังนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้นๆ เพื่อเป็นผู้อ่านประเมินบทความ

การส่งต้นฉบับ

1. การตั้งค่านำกระดาษ ใช้แบบอักษร TH Sarabun New พิมพ์แบบหน้าเดียวในกระดาษขนาด A4 ตั้งขอบกระดาษทุกด้าน 1 นิ้ว (2.54 เซนติเมตร) ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้าที่มุมขวาด้านบน ความยาวของบทความ 12-15 หน้า

2. ชื่อเรื่อง (Title) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3. ชื่อผู้เขียน (Author) ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล หน่วยงานที่สังกัด ที่อยู่ และอีเมลที่ติดต่อได้

4. เนื้อหา (Text) ควรใช้ภาษาแบบทางการที่ผู้อ่านเข้าใจง่ายและมีความชัดเจน ประกอบด้วย

4.1 บทคัดย่อ (Abstract) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สรุปสาระสำคัญของบทความไว้อย่างครบถ้วน

4.2 คำสำคัญ (Keywords) จำนวน 3-5 คำ

4.3 บทนำ (Introduction) อธิบายที่มาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยสมมุติฐานของการวิจัย (ถ้ามี) แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

4.4 ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology) อธิบายวิธีดำเนินการวิจัย ประชากรและตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

4.5 ผลการวิจัย (Result) นำเสนอผลที่ได้จากการวิจัยเป็นขั้นตอนโดยสรุป

4.6 การอภิปรายผล (Discussion) เป็นการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ หรือสมมุติฐานที่ตั้งไว้



4.7 ข้อเสนอแนะ (Recommendation) เป็นข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ และข้อเสนอแนะสำหรับนำไปใช้ประโยชน์

4.8 การอ้างอิง (References) ใช้รูปแบบ APA Style(7th ed.) ดังนี้

4.8.1 การเรียงลำดับ ให้เรียงลำดับจากภาษาไทยก่อนภาษาอังกฤษ ก-ฮ และ A-Z

4.8.2 ชื่อผู้เขียน เอกสารภาษาไทยใช้ชื่อ นามสกุล เอกสารภาษาอังกฤษใช้นามสกุล และอักษรย่อตัวแรกของชื่อ

4.8.3 ปีที่พิมพ์ เอกสารภาษาไทยใช้ปี พ.ศ. เอกสารภาษาอังกฤษใช้ปี ค.ศ. ใส่ในวงเล็บ หากผู้เขียนคนเดียวเขียนเอกสารหลายเล่ม ให้เรียงลำดับปีที่พิมพ์จากน้อยไปหามาก

4.8.4 ชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวเอน กรณีเป็นเรื่องย่อในหนังสือให้ระบุ “ใน หรือ In” ตามด้วยผู้แต่ง และชื่อหนังสือ

4.8.5 สถานที่พิมพ์และสำนักพิมพ์ เป็นรูปแบบของเอกสารประเภทหนังสือ หรือตำรา กรณีประเภทบทความในวารสาร ให้ระบุชื่อบทความ ชื่อวารสาร ปีที่ ฉบับที่ และหมายเลขหน้าของบทความตั้งแต่นำหน้าแรกถึงหน้าสุดท้าย (การอ้างอิงในเนื้อหาให้ระบุเฉพาะหน้าที่ใช้อ้างอิง)

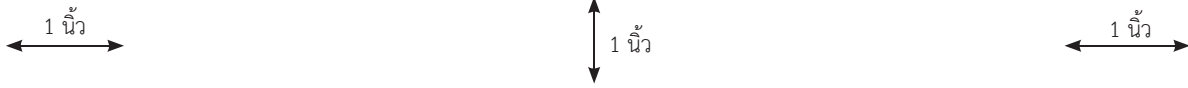
4.8.6 การอ้างอิง Website ให้ระบุชื่อผู้เขียน ชื่อเรื่อง วัน เดือน ปีที่ค้น และ Website

5. การส่งบทความ ให้ส่งต้นฉบับบทความออนไลน์ (ไฟล์ Word) ไปที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/phdssj>

6. ค่าธรรมเนียมการส่งบทความ ชำระค่าธรรมเนียมบทความละ 5,000 บาท (ห้าพันบาทถ้วน) โดยการโอนเงินไปที่ ชื่อบัญชี สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่บัญชี 020036297552 ธนาคารออมสิน สาขารามคำแหง

หมายเหตุ วารสารดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ทางสังคมศาสตร์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตีพิมพ์

ตัวอย่างการเขียนบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์



TH Sarabun New 18 Point Bold

ชื่อเรื่อง

ชื่อและนามสกุลของผู้เขียน¹
กรณีมีผู้เขียนหลายคนให้ใส่ชื่อและนามสกุลทุกคน²

16 Point Bold → **บทคัดย่อ**

16 Point

- นำเสนอภาพรวมของเนื้อหาทั้งหมด ครอบคลุมสาระสำคัญของผลการวิจัย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการอ้างอิง และดึงดูดให้ผู้อ่านอยากอ่านเนื้อหาฉบับเต็ม ใช้ข้อเท็จจริง ไม่ใช่เนื้อหาเกินจริงหรือไม่อยู่ในเนื้อหาการวิจัย
- ระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย ผลการวิจัยและคุณค่าของการวิจัย
- ใช้ภาษาแบบทางการ แสดงเฉพาะเนื้อหา ไม่แสดงความรู้สึก อารมณ์หรืออคติ ไม่ใช่คำฟุ่มเฟือย ควรใช้ “เทคนิคของการใช้คำ” เพื่อประโยชน์ในการค้นหาบทคัดย่อให้พบได้ง่ายที่สุด
- ความยาวประมาณ 250 คำ

ภาษาไทย

16 Point Bold → **คำสำคัญ:**

16 Point

- นำเสนอโดยเลือกใช้ตัวแปรที่ศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย หรือคำที่เป็นชื่อเรื่องการวิจัย เป็นคำที่นิยมใช้ เพื่อให้ผู้สนใจงานวิจัยสืบค้นเจอจำนวน 3-5 คำ

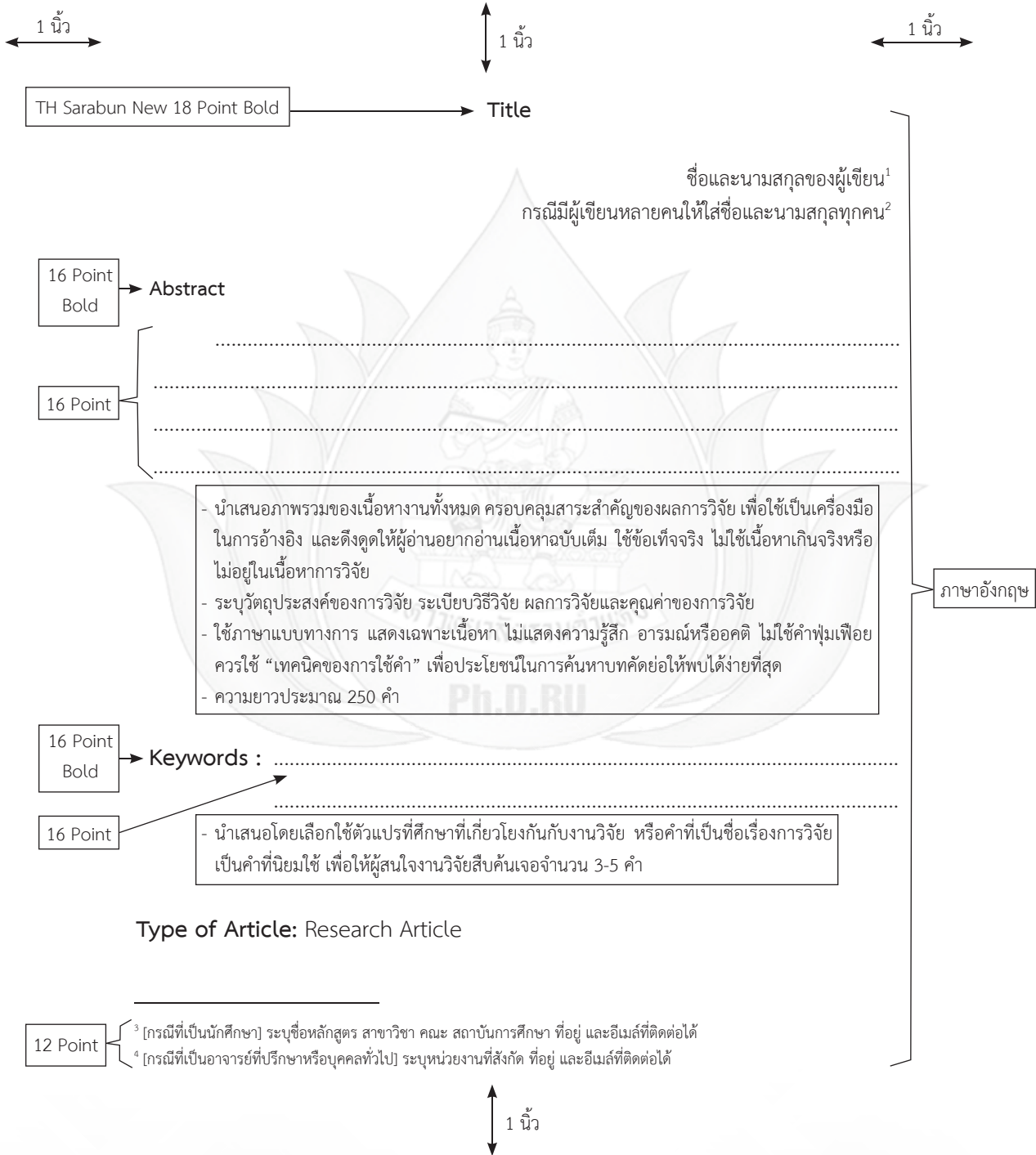
ประเภทบทความ: บทความวิจัย

12 Point

¹ [กรณีที่เป็นนักศึกษา] ระบุชื่อหลักสูตร สาขาวิชา คณะ สถาบันการศึกษา ที่อยู่และอีเมลที่ติดต่อได้
² [กรณีที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหรือบุคคลทั่วไป] ระบุหน่วยงานที่สังกัด ที่อยู่ และอีเมลที่ติดต่อได้



ตัวอย่างการเขียนบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารคหฤภัณฑ์บัณฑิตทางสังคมศาสตร์



ตัวอย่างการเขียนบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

16 Point
Bold

→ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

16 Point

.....

.....

.....

นำเสนอโดยใช้ภาษาแบบทางการ เป็นแบบแผน เลือกใช้คำที่ถูกต้องตามหลักภาษาและความนิยมของคำ ใช้คำให้เกิดความหมายตรงประเด็น ไม่ซับซ้อน อ่านแล้วเข้าใจทันที การแปลคำศัพท์จากต่างประเทศควรตรวจสอบความนิยมและใช้ความหมายเดียวกันตลอดบทความ เช่น Organization พบแปลเป็นไทยว่าองค์กรหรือองค์การ เป็นต้น และภายในหนึ่งย่อหน้าควรมีใจความสำคัญประเด็นเดียวเป็นเอกภาพ และต้องอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้

16 Point
Bold

→ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

16 Point

.....

.....

.....

16 Point
Bold

→ ขอบเขตของการวิจัย

16 Point

.....

.....

.....

นำเสนอให้ครอบคลุมเนื้อหา ลักษณะประชากร จำนวนประชากร การเลือกตัวอย่าง วิธีเลือกตัวอย่างขนาดตัวอย่าง และตัวแปรที่ศึกษา โดยอาจจะระบุช่วงระยะเวลาที่ศึกษาด้วย

16 Point
Bold

→ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

16 Point

.....

.....

.....

ตัวอย่างการเขียนบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารศษฎบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

16 Point
Bold

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

16 Point

- นำเสนอแนวคิดและทฤษฎีให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัยพอสังเขปของตัวแปรทุกตัว และจำเป็นต้องอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ หลีกเลี่ยงการ"อ้างอิงใน" หรือหลีกเลี่ยงการอ้างอิงต่อกันมา ควรใช้ต้นฉบับมาอ้างอิง
- นำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการอภิปรายผล
- นำเสนอให้มีความสัมพันธ์กันทั้งแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

16 Point
Bold

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

16 Point
Bold

สมมุติฐานของการวิจัย (ถ้ามี)

16 Point

16 Point
Bold

ระเบียบวิธีวิจัย

16 Point

นำเสนอโดยอธิบายวิธีดำเนินการวิจัย ประชากรและตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล ควรอ้างอิงเจ้าของทฤษฎีที่ผู้เขียนอ้างอิงถึงโดยตรง หลีกเลี่ยงการอ้างอิงต่อกันมา เขียนให้กระชับ นำเสนอเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของบทความ



Doctor of Philosophy in Social Sciences Association
Ramkhamhaeng University

ตัวอย่างการเขียนบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

16 Point
Bold

ผลการวิจัย

16 Point

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

นำเสนอข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์โดยอาจจะมีการนำเสนอในรูปแบบตารางและการแปลความหมายอย่างกะทัดรัดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ตัวอย่างการนำเสนอในรูปแบบตาราง

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ข้อความ	\bar{X}	SD	แปลความหมาย

16 Point
Bold

การอภิปรายผล

16 Point

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

- สรุปสาระประเด็นสำคัญ และอภิปรายผลในแง่มุมต่างๆที่เกี่ยวกับงานวิจัยให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ หากมีสมมุติฐานของการวิจัยควรอภิปรายรายข้อ ข้อค้นพบที่ขัดแย้งหรือสอดคล้องกับงานวิจัยของงาน
- อภิปรายข้อจำกัดและข้อบกพร่องในการวิจัย รวมถึงการอภิปรายคุณประโยชน์ของงานวิจัย

16 Point
Bold

ข้อเสนอแนะ

16 Point

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

นำเสนอข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิเคราะห์สำหรับนำไปใช้ในเชิงทฤษฎีและการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้

ตัวอย่างการเขียนบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

16 Point
Bold

→ **References**

เอกสารอ้างอิงใช้ภาษาอังกฤษตามรูปแบบ APA Style (7th ed.) มีวิธีการ ดังนี้

- การเรียงลำดับ ให้เรียงลำดับตามตัวอักษร ตั้งแต่ ก-ฮ แล้วตามด้วย A-Z

- การเขียนอ้างอิงประเภทหนังสือ (Book)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

- การเขียนอ้างอิงประเภทวารสาร (Journal)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้าแรกถึงหน้าสุดท้ายของบทความ.

- การเขียนอ้างอิงประเภท ดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ (Dissertation/Thesis)

ชื่อ นามสกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. หลักสูตรปริญญา, มหาวิทยาลัย.

ตัวอย่างการแปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

ชัยฤทธิ์ ทองรอด และวารภรณ์ สารอินมุล. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภค เขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 21(3), 197-210.

Thongrawd, C., & Saninmool. (2016). Consumers' buying behaviors of products in night markets in Bangkok Metropolitan. *Journal of the Association of Researchers*, 21(3), 197-210. [In Thai]



แบบเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

เรียน บรรณาธิการวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

ข้าพเจ้า นาย นาง นางสาว อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย).....

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ)

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน.....

หน่วยงานที่สังกัด.....

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้.....

หมายเลขโทรศัพท์..... Email.....

มีความประสงค์ขอส่งบทความ เรื่อง :

ชื่อบทความ (ภาษาไทย).....

.....

ชื่อบทความ (ภาษาอังกฤษ).....

.....

ประเภทของบทความ บทความวิชาการ บทความวิจัย บทความหนึ่งหนังสือ

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ เป็นผลงานของข้าพเจ้า เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ที่ระบุชื่อในผลงาน

บทความนี้ยังไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และจะไม่นำไปเพื่อพิจารณาลงตีพิมพ์ในวารสารอื่นอีก นับ
จากวันที่ข้าพเจ้าได้ส่งผลงานต้นฉบับนี้มายังบรรณาธิการวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

พร้อมนี้ ข้าพเจ้าได้ส่งเอกสารต่างๆ ให้บรรณาธิการวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ ดังต่อไปนี้

ต้นฉบับบทความออนไลน์ (ไฟล์ Word) ส่งไปที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/phdssj>

สำเนาต้นฉบับ (ไฟล์ Word) ส่งไปที่ Email: phd-ru@hotmail.com

แบบเสนอบทความส่งไปที่ Email: phd-ru@hotmail.com

ลงชื่อ.....เจ้าของบทความ

(.....)

วันที่.....เดือน.....ปี.....

กรณีบทความวิจัยของนักศึกษา ต้องผ่านการพิจารณาจากประธานที่ปรึกษาว่าถูกต้องตามหลักวิชาการเป็นที่
เรียบร้อยแล้ว และยินดีให้ตีพิมพ์ในวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ได้

ลงชื่อ.....

(.....)

ประธานที่ปรึกษาดุสิตบัณฑิต/วิทยานิพนธ์

วันที่.....เดือน.....ปี.....



Doctor of Philosophy in Social Sciences Association
Ramkhamhaeng University

ผู้จัดพิมพ์ สมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง