



**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 ดร.สีบพงษ์ ปราบใหญ่
ศาสตราจารย์ ดร.ปิยะฉัตร จารุธีรสานต์
ดร.อัมพร เพ็ชรราช

ดร.สมศักดิ์ ไตรรักษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้อำนวยการโครงการปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
อดีตนายกสมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
อดีตนายกสมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด

มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

รองบรรณาธิการ

ดร.ดารารพร คงจา

สมาคมศิษย์เก่าพยาบาล กระทรวงสาธารณสุข

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ลักขมี งามมีศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล รัตน์ไพจิตร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ดร.รุจิภาญจน์ สานนท์
ดร.สิทธิชัย จันทร์านนท์
ดร.ฐานรินทร์ หาญเกียรติวงศ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ดร.กัญจนรัตน์ ศรีเพชรสุพรรณ

สมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ดร.ศฤงคาร คล้ายแขก

สมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นายปัญญา ศรีเพชรสุพรรณ

สมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นายวรวิฐ สีสานภาคคีดี

สมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สถานที่พิมพ์

สำนักพิมพ์ บัดดี ศรีเอชเอ็น

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

บทบรรณาธิการ

สวัสดีครับเพื่อนสมาชิกสมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตฯ วารสารฉบับนี้ขึ้นปีที่ 12 ซึ่งเป็นฉบับแรกที่เริ่มต้นการเพิ่มผู้ทรงคุณวุฒิเป็น 3 ท่านเพื่อคุณภาพของบทความที่เข้มข้นขึ้น และรองรับหลักเกณฑ์ของ ก.พ.อ. ที่กำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ กองบรรณาธิการคงต้องทำงานเพิ่มขึ้นใช้เวลานานขึ้นเพื่อให้ทันต่อกำหนดเวลา ในปีที่ผ่านมาการทำงานของกองบรรณาธิการแม้การประชุมกองบรรณาธิการยังต้องใช้ออนไลน์เป็นหลัก เนื่องจากต้องอยู่ในมาตรการ การเว้นระยะห่างทางสังคม แต่คงต้องทำให้วารสารออกตรงเวลาเหมือนเดิม

วารสารฉบับนี้กองวารสารจะมีการปรับปรุงรูปแบบวารสารให้มีมาตรฐานดียิ่งขึ้น โดยเป้าหมายของวารสารฯ ต้องผ่านการรับรองคุณภาพวารสารกลุ่มที่ 1 (TCI 1) ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย ซึ่งกองบรรณาธิการต้องทำงานมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความให้มีมาตรฐานสูงขึ้นต่อไปอีก สมาชิกฯ นักวิจัย และผู้ที่สนใจ ที่ต้องการส่งบทความต้องคัดเลือกบทความให้ดีที่สุดเพื่อให้บทความนั้นมีคุณภาพดีพอที่จะตีพิมพ์ เพื่อประโยชน์ของเจ้าของบทความ และกองบรรณาธิการ ขอให้ส่งบทความที่มีคุณภาพเข้ามาเพื่อยกระดับมาตรฐานวารสารดียิ่งขึ้น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด

บรรณาธิการวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

สารบัญ

บทความวิชาการ

สื่อใหม่กับการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน551

สิริโยธยา ณ นคร, สุพจน์ อิงอาจ

กลยุทธ์การบริหารของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนที่ส่งผล

ต่อคุณภาพของโรงเรียน564

อิสรพงษ์ อดทน, อำนวย ทองโปร่ง

การจัดการวัดของคณะสงฆ์ ภาค 15576

พระครูโสภณธำรงกิตติ์ (กิตติศักดิ์ แจ่มสว่าง), วรสิทธิ์ เจริญพุ่ม, พ้าใส สามารถ

การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ

ของกรมสรรพากรยุคใหม่588

ธนิดา ยอดทอง

บทความวิจัย

อิทธิพลเชิงสาเหตุของบรรยากาศองค์การและคุณภาพชีวิตในการทำงาน

ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

แห่งหนึ่ง603

กฤษฎดา เขียววัฒนสุข, วรณวิชนี ถนอมชาติ

การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงาน

ด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย618

ทิปดี ทัพทกรณ์, อีระวัฒน์ จันทิก, พิทักษ์ ศิริวงศ์

ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ

ความยึดมั่นต่อองค์การ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ

ของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง636

ธัชพร ทาขมภู

อิทธิพลของความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวและความคุ้มค่าที่มีต่อความตั้งใจ

ในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพเมื่อกำกับความสัมพันธ์ด้วยการซื้อสินค้า

ด้วยเงื่อนไขพิเศษและความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความตั้งใจ

ในการใช้ที่มีต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินและเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล649

ดำรงศักดิ์ โรจนะนาค, ประยงค์ มีใจซื่อ, มนตรี พิริยะกุล, นรพล จินันท์เดช

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันที่มีต่อองค์การและความมุ่งมั่นในการทำงาน

ของพนักงานในอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนในประเทศไทย665

ปิยะมาศ สือสวัสดิ์วินิชย์, ปิยะฉัตร จารุธีรคานต์, เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย

สารบัญ

การประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร.....	680
<i>จริยา สนามทอง, วิสาชา ภูจินดา, อาวีวรรณ ปัญญาโกเมศ</i>	
ผลกระทบของความเครียดในการทำงานต่อความตั้งใจลาออก: กรณีศึกษาในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.....	693
<i>พลิชฐ์ จิตินาร์คมี, ประยงค์ มีใจซื่อ, วิรัช สงวนวงค์วาน, นรพล จินันท์เดช</i>	
อิทธิพลคั่นกลางอนุกรมของการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก และการให้อำนาจหน้าที่เชื่อมโยงอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม สู่การแสดงความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน.....	707
<i>ณิชาภา ศิริวัฒน์, นรพล จินันท์เดช, มนตรี พิริยะกุล</i>	
การพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้.....	721
<i>ธนพร ไชยมงคล, วุฒิพล สกลเกียรติ, วรณวิภา จิตุชัย, สาธิษฐ์ นากกระแสน์</i>	
ยุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเชียงรายประเทศไทย และแขวงบ่อแก้วสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน.....	734
<i>ปิ่นอนงค์ ชัยแก้ว, ปิยะนุช เงินคล้าย, สุรชัย ศิริไกร, ธัญญาทิพย์ ศรีพนา</i>	
การสื่อสารความเชื่อเพื่อการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ละครชาตรีเท่งต๊ก จังหวัดจันทบุรี.....	746
<i>รัชนีชีวาต์ ต้นตีกุลวรา, โยธิน แสงดี, สุกัญญา บุรณเดชาชัย</i>	
สมรรถนะชาวนาไทยที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพการทำนา.....	760
<i>ภิญญาพร โชชัยยะ, นุจรี ภาคาสัตย์</i>	
ปัจจัยขับเคลื่อนส่วนประสมการตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อ ผลการดำเนินงานของธุรกิจปายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย.....	775
<i>กฤษดา จันทรดี, นรพล จินันท์เดช, ณัฐลพันธ์ เผ่าพันธ์, ธันยมัย เจียรกุล</i>	
ความสำเร็จที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลในประเทศไทย.....	789
<i>ฐิตาภา ณ ระนอง, ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์, ชนงกรณ์ ภูมทลบุตร</i>	
ผลกระทบของการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนและบุพปัจจัย ต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมในเมืองพัทยา.....	804
<i>ทิพชญา พึ่งชาญชัยกุล, ประยงค์ มีใจซื่อ, วิรัช สงวนวงค์วาน, นรพล จินันท์เดช</i>	
ผลกระทบของคุณภาพงบการเงินและบุพปัจจัยต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงาน ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย.....	818
<i>อนุชา บุญเกษม, ประยงค์ มีใจซื่อ, วิรัช สงวนวงค์วาน, นรพล จินันท์เดช</i>	



สื่อใหม่กับการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน

สิริโยธยา ณ นคร¹ สุพจน์ อิงอาจ²

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งวิเคราะห์สื่อใหม่กับการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน จากการเจริญเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งของเทคโนโลยีสมัยใหม่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในฐานะนวัตกรรมการสื่อสาร ที่มีระบบเครือข่ายขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อครอบคลุมระหว่างกันทั่วโลกและได้เข้ามามีบทบาทในประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น นักศึกษา เป็นสาเหตุให้ภาครัฐเล็งเห็นความสำคัญของการใช้ประโยชน์ในการเชื่อมโยงเพื่อฝึกทักษะการเรียนรู้ให้เด็ก เพื่อความสนใจให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (new media) ที่หลอมรวมระหว่างพัฒนาการด้านคอมพิวเตอร์และนวัตกรรมการสื่อสาร 3 ประเภท คือ รูปแบบอุปกรณ์ รูปแบบโปรแกรมซอฟต์แวร์ รูปแบบของเครือข่ายการสื่อสาร และทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง (constructivist theory) ที่เชื่อว่า การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในของผู้เรียน โดยที่ผู้เรียนเป็นผู้สร้างความรู้โดยการนำประสบการณ์หรือสิ่งที่พบเห็นในสิ่งแวดล้อมหรือสารสนเทศใหม่ที่ได้รับมาเชื่อมโยงกับความรู้ความเข้าใจที่มีอยู่เดิม

ผลการวิเคราะห์ พบว่า (1) สื่อใหม่ มีผลต่อปัจจัยการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของทางการเรียนการสอนในยุคปัจจุบันที่มีการใช้แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมาประกอบการเรียนการสอนที่มีระบบเสียง ระบบภาพเคลื่อนไหว เพื่อเพิ่มแรงจูงใจที่มาจากภายในตัวผู้เรียน ส่งเสริมการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ส่งเสริมการเรียนรู้ที่หลากหลาย สนับสนุนการเสาะแสวงหาความรู้ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (2) สื่อใหม่ มีความสัมพันธ์ต่อการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทางการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน ที่มีการฝึกปฏิบัติให้เกิดการเรียนรู้การผสมผสานความรู้ต่างๆ และส่งเสริมสนับสนุน การคิดวิเคราะห์สิ่งต่างๆ ได้มากขึ้น และ (3) สื่อใหม่ มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทางการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน สื่อใหม่ทำให้สามารถสร้างความรู้ด้วยตนเองและพัฒนาความคิดพัฒนาทักษะในการสืบค้น วิเคราะห์และประเมินค่า ตามจุดมุ่งหมายของการใช้งาน

คำสำคัญ: สื่อใหม่; การสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง; ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ประเภทบทความ: บทความวิชาการ

การอ้างอิง:

สิริโยธยา ณ นคร และสุพจน์ อิงอาจ. (2564). สื่อใหม่กับการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 551-563.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: siriyothaya@hotmail.com

² คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

New Media in Thai Modern Education

Siriyothaya Na Nagara¹ Supot Ingard²

Abstract

This academic article aims to analyze the new media and the modern education. The continually growth of new communication technology is highly important as the communication innovation which involves the vast global networking. This innovation also effects Thailand especially to young generation and students. This convinces the government to use new media to link all the information to support the students to increase studying skills and increase their learning achievement by integrating the “New Media” idea with the new computer technology and the communication innovation in 3 types which are tool format, software format and networking format and the constructivist theory toward learning achievement in the modern education with the belief that the learning is the procedure which proceeds inside the learner. The learner will build up all their new knowledge by analyzing their new experience in new environment or information linking to their existing knowledge.

The analysis has found that: (1) New Media effects the constructivist theory toward learning achievement in the modern education in a way that the learners’ curiosity motivate themselves to use the information from internet such as video and sound to analyze, judge and construct their own knowledge. (2) New Media relates to the constructivist theory toward learning achievement in the modern education in a way that it enhances the learners to practice and integrate their knowledge which make them think and analyze better. (3) New Media relates to the constructivist theory toward learning achievement in the modern education in a way that new media enhances the learner to develop their searching skills to analyze and evaluate information according to the learner’s aim.

Keywords: New Media; Constructivist; Learning Achievement

Type of Article: Academic Article

Cite this article as:

Na Nagara, S., & Ingard, S. (2021). New media in Thai modern education. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 551-563.

¹ Doctor of Philosophy Program in Education, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand

E-mail: siriyothaya@hotmail.com

² Faculty of Education, Ramkhamhaeng University

บทนำ

มนุษย์พยายามพัฒนาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสารมวลชนตลอดมา นับตั้งแต่สื่อแบบดั้งเดิม (traditional media) อันได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ซึ่งมีรูปแบบการสื่อสารจากผู้ส่งสารต้นทางไปยังผู้รับสารปลายทางในลักษณะการสื่อสารแบบทางเดียว (one-way communication) โดยมีกระบวนการสื่อสารที่เริ่มต้นจากผู้ส่งสารเป็นผู้คัดเลือกหรือจัดทำเนื้อหาสาร (message) ส่งผ่านช่องทางนำสาร (channel) ไปยังผู้รับสารที่เป็นมวลชนในสังคม ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่คนในสังคมคุ้นเคยมานานนับศตวรรษ

กระทั่งปลายศตวรรษที่ 20 สื่อแบบดั้งเดิมที่มนุษย์ในสังคมคุ้นเคยมาเนิ่นนาน ก็ได้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ภาษาดิจิทัล (digital language) เป็นกลไกสำคัญในกระบวนการทำงาน ซึ่งแต่เดิมมีระบบการทำงานในลักษณะปฏิบัติการเดี่ยว (standalone computer) ให้สามารถเชื่อมต่อการทำงานระหว่างเครื่องหนึ่งไปยังอีกเครื่องอื่นๆ ในลักษณะเครือข่าย (network) ที่สามารถเชื่อมต่อและครอบคลุมถึงกันทั่วโลกโดยมีโครงข่ายการสื่อสารโทรคมนาคม ทั้งการสื่อสารผ่านโทรศัพท์ และการสื่อสารผ่านดาวเทียม เป็นช่องทางในการเชื่อมต่อข้อมูล เอื้อโอกาสให้ผู้ใช้สื่อสามารถสื่อสารตอบกลับไปยังผู้ส่งสารในลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) เรียกสื่อดังกล่าวว่า “อินเทอร์เน็ต” (Internet) ซึ่งถูกนับเป็นสื่อสารมวลชนประเภท “สื่อใหม่” (new media) ในเวลาต่อมา

ปรากฏการณ์ของการสื่อสารในลักษณะเครือข่ายด้วยกลไกของระบบดิจิทัลดังกล่าวถูกเรียกขานว่าเป็น “การปฏิวัติแห่งระบบดิจิทัล หรือ การปฏิวัติแห่งระบบตัวเลข” (digital revolution) กล่าวคือ ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าอยู่ในรูปข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหว

รูปภาพ ถูกแปลงให้ภาษารูปแบบเดียวกัน นั่นคือ ภาษาดิจิทัล (digital language) และสามารถนำเสนอให้ปรากฏในลักษณะที่ตรงตามความต้องการใช้งาน และส่งผ่านได้อย่างรวดเร็วด้วยกลไกการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งรูปแบบของการแปลงข้อมูลข่าวสารลักษณะต่างๆ ให้อยู่ในรูปภาษาดิจิทัล เรียกว่า “การทำให้เป็นภาษาระบบตัวเลข” (digitization) (Phe-wruangnont, 2016)

สื่อ สารสนเทศ และการสื่อสารเกิดการหลอมรวมเข้าด้วยกันโดยเริ่มประมาณช่วง ปี ค.ศ.1990-ค.ศ. 2000 โดยการเริ่มต้นของการทำธุรกิจ ดอท คอม (dot com) ที่สร้างธุรกิจที่มีการเติบโตโดยฐานของระบบอินเทอร์เน็ต ที่เดิมเคยถูกควบคุมโดยโครงการ ARPA (Advanced Research Project Agency) และต่อมาได้ย้ายไปอยู่ในการดูแลของ NFS (National Science Foundation) ทำให้ การพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการขยายตัวอย่างมาก โดยเกิด ธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาล เช่น e-Bay, Amazon, Yahoo, Google, YouTube และ Facebook เป็นต้น มีคนถามธุรกิจอะไรจะเกิดได้อีกต่อไป คำตอบคงไม่ได้จำกัด แค่รูปแบบที่เคยเกิดขึ้นเท่านั้น การพัฒนา Web 2.0 และเครือข่ายสังคม ก็ได้สร้างธุรกิจต่างๆ ขึ้นอีกมากมายโลกเสมือน หรือ Cyber World นั้นสามารถขยายออกไปและมีรูปแบบต่างๆ ได้ไม่จำกัด จะเห็นได้ว่ามีการสร้างอุปกรณ์และสื่อต่างๆ ในรูปแบบต่างๆ มากมาย เช่น Smart Phone, Google Glass, Smart Watch, Hologram และAR(Augmented Reality) ออกมาขาย หรือ ทำเป็นเกม และยังมีบริการ เช่น YouTube Channel, Face book Live, Bike, และ เกมส์ต่างๆ มากมายให้บริการและมีโครงการ Start Up ทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ อีกมากมาย เช่น UBER, Grab Taxi และอื่นๆ อีกมากมายทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งทางฮาร์ดแวร์ และ เครือข่ายทั้งแบบมีสายและไร้สาย ตลอดจนเครือข่าย

มือถือ 3G, 4G และ 5G ปัจจุบันนี้มีการจัดสรรเลขหมาย โทรศัพท์เคลื่อนที่ไปใช้แล้วประมาณ สองร้อยล้าน เลขหมาย จะเห็นได้ว่าโลกพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งทำให้เกิดความต้องการใหม่ๆ อีกมากมาย (New Media Toward in Thai Society, 2017)

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 47 เคลื่อนความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะให้มืองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระองค์กรหนึ่งทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่ง และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ การดำเนินการตามวรรคสองต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับท้องถิ่น ทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ ประโยชน์สาธารณะอื่น และการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม รวมทั้งต้องจัดให้ ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการสื่อสารมวลชนสาธารณะการกำกับการประกอบกิจการตามวรรคสองต้องมีมาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการรวบรวม การครองสิทธิข้ามสื่อ หรือ การครอบงำ ระหว่างสื่อสารมวลชนด้วยกันเองหรือ โดยบุคคลอื่นใดซึ่งจะมีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือปิดกั้นการได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายของประชาชน (Sritanon, 2011)

ผู้อำนวยการสำนักเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ กล่าวว่า เนื้อหาภายในแท็บเล็ตจะประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่เป็นหนังสือเรียนที่เรียกว่า อีบุ๊ก โดยมีเนื้อหาตามหนังสือเรียน 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ ประกอบด้วย วิชาภาษาไทย คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และสังคมศึกษาโดยจัดทำเป็น พีดีเอฟ ไฟล์ ส่วนต่อมาเป็นที่เรียกว่า อีเลิร์นนิ่งหรือหน่วยการเรียนรู้ จัดแบ่งเป็นเรื่องต่างๆ ของ 5 วิชา ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์

และสังคม โดยส่วนนี้ ควรเลือกนำไปใช้กับนักเรียนเพื่อนำไปฝึกฝน นอกจากนี้ยังมีส่วนมัลติมีเดีย ซึ่งเป็นความรู้เกี่ยวกับพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว บทเพลงคุณธรรม ฯลฯ และส่วนสุดท้ายเป็นแอปพลิเคชันต่างๆ ที่จะช่วยเสริมทักษะการเรียนรู้ของเด็ก

อย่างไรก็ตามในกลุ่มสาระการเรียนรู้หนังสือเรียนชั้นประถม 1 ยังมีวิชาสุขศึกษาพลศึกษา การงานอาชีพ และศิลปะรวมอยู่ แต่ที่ไม่ได้นำมาบรรจุไว้ ทั้งนี้บางรายวิชาหลักสูตรกำหนดให้ต้องฝึกปฏิบัติ อาทิ ออกกำลังกาย เพาะปลูก ฯลฯ ก็จะต้องฝึกหัดเรียนรู้จริง ส่วนวิชาภาษาไทย ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และสังคม ที่นำมาบรรจุไว้ในส่วนของอีบุ๊ก จะเหมือนกับหนังสือเรียน สื่อการเรียนรู้สมัยใหม่ เป็นเสมือนหนึ่งเครื่องมือช่วยการเรียนการสอน อย่างเช่น ในระหว่างการเรียนการสอนของครูอาจหยิบนำอีบุ๊ก ที่บรรจุแท็บเล็ตเปิดให้เด็กๆ ได้อ่านทบทวนนำบทเรียนส่วนที่เป็นอีเลิร์นนิ่งมาสอนการอ่านสระ กะ-กา หรือสอนการบวกลบจำนวนเลขมาประกอบการเรียนให้เด็กได้เรียนรู้ การเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของสื่อสมัยใหม่ เป็นสาเหตุให้สถาบันการศึกษาในประเทศไทยเห็นถึงความสำคัญของการปรับระบบการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของนักเรียนมากขึ้น เพื่อดึงดูดให้นักเรียนสนใจการเรียนและเป็นกระบวนการเรียนรู้ด้วยตัวเองที่ไม่จำกัดเวลาและสถานที่แบบการเรียนการสอนแบบดั้งเดิมอีกต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (new media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารได้พร้อมกัน เป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมเข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยี

สัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (multimedia) (Burnett & Marshall, 2003)

การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชนส่งผลให้รูปแบบและคุณสมบัติของสื่อในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลง นับจากการสื่อสารระหว่างบุคคลสู่การสื่อสารผ่านสื่อในแต่ละยุคสมัย อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ และโทรทัศน์ พัฒนาการด้านเทคโนโลยีสื่อในยุคปัจจุบันอันเป็นผลจากการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตและการพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารระบบดิจิทัล ส่งผลให้ศักยภาพของสื่อได้รับการพัฒนาและปรับเปลี่ยนไปทั้งในด้านรูปแบบ คุณสมบัติในการทำงาน คุณสมบัติและคุณลักษณะของตัวสื่อ

อาจกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้สามารถแบ่งประเภทของสื่อออกได้เป็น 2 ประเภท คือ สื่อแบบดั้งเดิม (traditional media) และสื่อใหม่ (new media) โดยสื่อดั้งเดิม (traditional media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียว และที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ เช่น หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อภาพยนตร์ ส่วนสื่อใหม่ (new media) หรือชื่อเต็มว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media--NDM) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง นอกจากนี้ สื่อใหม่ยังมีคุณสมบัติพิเศษในการส่งสารได้หลายรูปแบบ คือ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ข้อความ และสื่อแบบประสม

ความหมายของสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media--NDM) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ความหมายและคำจำกัดความของคำว่า สื่อใหม่ (new media) หรือที่มีชื่อเต็มว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media--NDM) ยังเป็นเรื่องที่ไม่มีคำนิยามชัดเจน ด้วยคำว่า สื่อใหม่ ที่กล่าวถึงในบริบทที่

เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาจะมีความหมายและคุณลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ในอดีตเมื่อมีสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทสื่อวิทยุและโทรทัศน์เกิดขึ้น วิทยุและโทรทัศน์ก็ถูกเรียกว่า สื่อใหม่ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเพณีดั้งเดิมในยุคนั้น เช่น สื่อสิ่งพิมพ์และภาพยนตร์ ต่อมาเมื่อมีการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ต วิทยุและโทรทัศน์ก็จึงถูกเปลี่ยนสถานะมาเป็นสื่อประเพณีดั้งเดิม (traditional media) และมอบตำแหน่งของสื่อใหม่ (new media) ให้แก่สื่ออินเทอร์เน็ตแทน

สื่อใหม่ในยุคปัจจุบันได้พัฒนาไปอย่างมาก สื่อใหม่เช่นสื่ออินเทอร์เน็ตมีอายุราว 40 ปีแล้วและได้รับการพัฒนาจากเว็บไซต์ 1.0 แบบธรรมดา ไปสู่เว็บไซต์แบบ 2.0 ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถเป็นผู้ออกแบบและกำหนดเนื้อหาข้อมูลเองได้ (user-generated content) การเกิดขึ้นของโซเชียลเน็ตเวิร์ก รวมทั้งเว็บไซต์แบบที่ให้ผู้ใช้เป็นผู้สร้างข้อมูลได้ส่งผลต่อรูปแบบการสื่อสารในหลายด้าน และส่งผลให้บทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสารถูกหลอมรวมไว้ด้วยกัน นอกจากนี้ อุปกรณ์การสื่อสารในยุคของสื่อใหม่ยังได้รับการพัฒนาและออกแบบให้อำนวยความสะดวกใช้งานที่หลากหลายประโยชน์ เช่น สามารถใช้เป็นโทรศัพท์พูดคุยสื่อสาร ได้ยินเสียงและเห็นหน้าตา บันทึกและรับส่งข้อความ ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว รวมทั้งยังสามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและโทรคมนาคมอื่นๆ ดังนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องของสื่อใหม่ (New Media) จึงมีความจำเป็นต้องทำความเข้าใจสื่อใหม่ทั้งในด้านของตัวอุปกรณ์ (hardware) เทคโนโลยีการสื่อสาร (technology) และซอฟต์แวร์ หรือ แอปพลิเคชัน (software/ application) ต่างๆ ประกอบไปด้วย คำว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media--NDM) บ่งบอกถึงรูปแบบสื่อที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งหมายถึงเป็นสื่อที่มีลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในระบบตัวเลขฐานสอง คือ เลขศูนย์และเลขหนึ่ง

โดยสื่อดิจิทัลสมัยใหม่มีรูปแบบและคุณลักษณะที่แตกต่างออกไปจากรูปแบบของสื่อประเพณีดั้งเดิมใน 4 ประการ ดังนี้ (Siapera, 2012)

1. เนื้อหาของสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ไม่ผูกติดกับอุปกรณ์ที่ใช้ แต่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเนื้อหาอันได้จากอุปกรณ์ที่หลากหลาย เช่น การอ่านหนังสือจากสื่ออินเทอร์เน็ตดูภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์รวมทั้งเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์ ซึ่งคุณสมบัติข้อนี้เป็นผลมาจากการหลอมรวมของสื่อ (media convergence)

2. ข้อมูลที่ส่งผ่านสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ มีทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และข้อความ ซึ่งถูกบีบอัดไว้ใช้พื้นที่ในการจัดเก็บข้อมูลน้อย จึงสามารถเก็บเนื้อหาและข้อมูลไว้ได้ในอุปกรณ์ที่มีขนาดเล็ก เช่น โทรศัพท์มือถือ (smart phone) และยูเอสบี (USB) ขนาดเล็ก

3. การเข้าถึงสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ในรูปแบบที่ไม่เป็นเส้นตรง (Non-linear) คือเข้าถึงได้ทุกช่วงของเนื้อหาและสามารถข้ามไปยังช่วงต่างๆ ได้ เช่น การดูภาพยนตร์ไม่จำเป็นต้องดูจากต้นจนจบเรื่อง แต่สามารถเลือกดูในตอนและฉากที่ผู้ชมต้องการ

4. การจัดการข้อมูลและเนื้อหาในสื่อดิจิทัลสมัยใหม่สามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วกว่าระบบอนาล็อก (Analogue) ทั้งการลบ การบันทึก การตกแต่ง การจัดระเบียบเนื้อหาและข้อมูลของสื่อใหม่ “สื่อดิจิทัลสมัยใหม่” หรือชื่อสั้นๆ ว่า “สื่อใหม่” ไม่ใช่เป็นเพียงผลผลิตของนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังเป็นพัฒนาการด้านนวัตกรรมการสื่อสาร โดย Manovich (2001) กล่าวว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ถือเป็นผลของการหลอมรวมระหว่างพัฒนาการด้านคอมพิวเตอร์และนวัตกรรมการสื่อสาร โดยรูปแบบของสื่อใหม่มีอยู่ 3 ประเภท คือ (1) รูปแบบของตัวอุปกรณ์ (hardware) เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ เครื่องเล่นดีวีดี มัลติมีเดีย

คอมพิวเตอร์เกม (2) รูปแบบของโปรแกรมซอฟต์แวร์ (Software) เช่น โซเชียลมีเดีย เกมออนไลน์ รวมทั้งแอปพลิเคชัน (Application) ต่างๆ ที่ใช้งานในอุปกรณ์มือถือและคอมพิวเตอร์แท็บเล็ต และ (3) รูปแบบของเครือข่ายการสื่อสาร (communication network) เช่น ระบบสื่อสารดาวเทียมเคเบิลใยแก้ว เครือข่ายอินเทอร์เน็ต โทรคมนาคม

ลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ โดยทั่วไปจะประกอบไปด้วย (1) ความเป็นดิจิทัล (digitalization) ที่มีการทำงานที่หลากหลาย รวดเร็วและแม่นยำ ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ จะมีการประมวลผลที่รวดเร็วและไร้พรมแดน ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนของโลกก็สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว (2) การหลอมรวมสื่อ (media convergence) ซึ่งจากเดิมแต่ละสื่อมีคุณสมบัติและหน้าที่คนละด้าน สื่อใหม่นำเอาลักษณะต่างๆ มารวมกันเพื่อให้ผู้ใช้สื่อใหม่มีความสะดวกในการใช้สื่อเพียงสื่อเดียว (3) การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) กล่าวคือ สื่อกับผู้ใช้สื่อสามารถโต้ตอบกันแบบทันทีทันใด ซึ่งหากนำสื่อใหม่มาใช้ในการเรียนการสอน จะสามารถทำให้ผู้เรียนสามารถซักถามข้อสงสัย หรือเกิดการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และความคิดเห็นเกี่ยวกับบทเรียนผ่านสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (4) การสื่อสารจากหน่วยเดียว บุคคลเดียว การกระจายสารไปยังกลุ่มคนหมู่มาก (one-to-many) ซึ่งเป็นการกระจายข้อมูลข่าวสารจากผู้สอนไปยังผู้เรียนที่มีจำนวนหลายคนได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเรียกว่า “สังคมของสื่อสาร” (social presence) คือ การที่ผู้เรียนสามารถสร้างกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ในประเภทความชอบเหมือนกัน หรือที่เรียกว่า กลุ่มแฟนรายการเดียวกัน ซึ่ง Pinterest เป็นสื่อสังคมออนไลน์ภายใต้ “สื่อใหม่” ที่แบ่งกลุ่มความสนใจออกเป็นแต่ละประเภทเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล และแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นกับสิ่งที่อยู่ในความสนใจเดียวกันกับเพื่อนได้แบบทันทีทันใด และ (5) สื่อใหม่กระจายไปยัง

กลุ่มคนอื่นๆ ได้ (many-to-many) กล่าวคือ นอกจากกระจายเฉพาะความสนใจในเรื่องเดียวกัน (ภายในกลุ่มเดียวกัน) แล้ว ยังสามารถกระจายไปยังกลุ่มคนอื่นๆ ที่มองหาความสนใจในเรื่องอื่นๆ ได้ด้วยเช่นใน Pinterest ผู้ส่งข้อมูลขึ้นไปเก็บไปที่สังคมออนไลน์ จะต้องเลือกประเภทกลุ่มข้อมูล และข้อมูลนี้จะถูกปักหมุด (pin) ไว้ที่หน้ารวม (all) และในหน้ากลุ่มด้วย เป็นต้น (Kaewthep & Chaikhunphon, 2012)

ผลกระทบด้านการเรียนกับสื่อใหม่ วัยรุ่นและวัยของการศึกษา มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาทางด้านสติปัญญาที่สูงขึ้นจนมีความคิดเป็นรูปธรรมและความสามารถในการคิดวิเคราะห์ที่สิ่งต่างๆ ได้มากขึ้นจึงเรียนรู้เทคโนโลยีต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และนำสื่อใหม่มาใช้ประโยชน์เพื่อให้รูปแบบดำเนินชีวิตประจำวันมีความทันสมัยและง่ายยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2559 ที่พบว่ากลุ่มอายุที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุดคือ อายุ 18-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 85.90 (National Statistical Office, 2016)

นอกจากนี้ยังนำสื่อใหม่มาช่วยในการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยออกไปท่องโลกกว้างแบบ World Wide Web แทนการจำกัดเฉพาะอยู่ในห้องเรียนห้องสมุดเท่านั้น ช่วยเตรียมตัวตามหัวข้อที่กำลังจะเรียนได้ล่วงหน้า ซึ่งทำให้มีความรู้ความเข้าใจได้รวดเร็วขึ้น สะดวกต่อการติดต่อสื่อสาร สามารถสร้างสรรค์งานหรือกิจกรรมได้หลากหลายรูปแบบสืบค้นความรู้และข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายขึ้น โดยมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทั้งแบบรายบุคคลและแบบรายกลุ่ม ทำให้สะดวกต่อการศึกษามากยิ่งขึ้น (Schmitt, Sims-Giddens, & Booth, 2012)

สื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นสามารถสร้างความรู้ด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาความคิดและพัฒนาทักษะในการสืบค้น วิเคราะห์และประเมินค่า ตลอดจนการเสริมสร้างความตระหนักในสิทธิของบุคคลและความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีจริยธรรม โดยใช้ความคิด

อย่างสร้างสรรค์ในการสื่อสาร โดยเลือกแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ และเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมทั่วไปตามจุดมุ่งหมายของการใช้งานไม่ว่าจะเป็นการสร้างสังคมเครือข่าย การสืบค้นข้อมูล การนำเสนอการจัดทำแฟ้มสะสมผลงานหรือแต่การฝึกภาษา (Phumpuang, 2015)

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นเห็นว่าปัจจุบันการสื่อสารเน้นเป็นแบบเฉพาะเจาะจงตัวบุคคลมากขึ้น แต่มีความหลากหลายได้ในเวลาเดียวกัน ด้วยศักยภาพของอินเทอร์เน็ต ที่เป็นช่องทางให้คนทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้อย่างรวดเร็วแล้วยังสามารถนำเสนอเนื้อหาสาระข้อมูลข่าวสารในลักษณะเดียวกันกับสื่อแบบดั้งเดิม จึงส่งผลให้ความสนใจในการนำเทคโนโลยีสื่อใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยกลไกการทำงานของภาษาดิจิทัลและสามารถส่งผ่านข้อมูลได้อย่างรวดเร็วที่เชื่อมต่อกันซึ่งเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองคอนสตรัคติวิสต์ (constructivist theory) ทฤษฎีนี้เชื่อว่า การเรียนรู้ หรือการสร้างความรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในของผู้เรียน โดยที่ผู้เรียนเป็นผู้สร้างความรู้ โดยการนำประสบการณ์หรือสิ่งที่พบเห็นในสิ่งแวดล้อมหรือสารสนเทศใหม่ที่ได้รับมาเชื่อมโยงกับ ความรู้ความเข้าใจที่มีอยู่เดิม มาสร้างเป็น ความเข้าใจของตนเอง หรือ เรียกว่า โครงสร้างทางปัญญา (cognitive structure) หรือที่เรียกว่า สกิม่า (schema) ซึ่งนั่นคือความรู้ นั่นเองซึ่งอาจมีใช่เป็นเพียงการจดจำสารสนเทศมาเท่านั้น แต่ละบุคคลนำประสบการณ์เดิม หรือความรู้ความเข้าใจเดิมที่ตนเองมีมาก่อน มาสร้างเป็นความรู้ความเข้าใจที่มีความหมายของตนเองเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ ซึ่งแต่ละบุคคลอาจสร้างความหมายที่แตกต่างกัน เพราะมีประสบการณ์ หรือความรู้ความเข้าใจแตกต่างกัน (Waythongkhum, 2017)

ความรู้และการเรียนรู้ตามทฤษฎีทฤษฎีการ
สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง Henrique (1997) ได้
 ศึกษาและตีความทฤษฎีนี้ โดยพิจารณามุมมองด้าน
 ปรัชญา ด้านจิตวิทยา ด้านญาณวิทยาและด้านการ
 เรียนการสอนและจำแนกทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ ได้
 4 แนวคิด ได้แก่ (1) แนวคิดคอนสตรัคติวิสต์ แบบ
 กระบวนการทางสมองในการประมวลผล (Informa-
 tion processing approach) หรือแนวคิดแบบการ
 ประมวลผลข้อมูลนั้น ใช้พื้นฐานที่ว่านักเรียนเรียนรู้สิ่ง
 เป็นความจริงไม่ว่าจะเรียนรู้โดยการประมวลผลข้อมูล
 นี้ใช้หลักว่า มีความจริงที่เป็นกลางที่สามารถวัดและทำ
 เป็นแบบได้ ตามหลักปรัชญาของพอลิทิวิสต์ (positivist
 philosophical tradition) (2) แนวคิดอินเตอร์แอคทีฟ
 คอนสตรัคติวิสต์ (interactive constructivist
 approach) แนวคิดแบบอินเทอร์แอคทีฟคอนสตรัคติวิสต์
 เป็นมุมมองที่ว่านักเรียนสร้างความรู้และเรียนรู้เมื่อมี
 ปฏิสัมพันธ์กับสิ่งที่จับต้องได้และผู้รอบข้าง (3) แนว
 คิดคอนสตรัคติวิสต์เชิงสังคม (social constructivist
 approach) ใช้หลักการว่าความรู้เกิดขึ้นในระดับชุมชน
 เมื่อผู้คนที่อยู่ในชุมชนนั้นมีปฏิสัมพันธ์กัน และ (4) แนว
 คิดเรดิคัลคอนสตรัคติวิสต์ (radical constructivist
 approach) ความคิดหลากหลายล้วนแต่มีทางที่จะ
 เป็นจริงได้ แนวคิดนี้จึงบอกว่าไม่มีความคิดใดเป็นจริง
 มากกว่ากัน

การจัดการเรียนการสอนตามแนวทฤษฎีการ
สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ตามแนวคอนสตรัคติวิ
 สต์ได้มีการนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการ
 สอนและจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ (1) การจัดการเรียน
 รู้ที่เป็นกระบวนการที่ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ (learning
 is active process) ประสบการณ์ตรงและค้นหาวิธี
 การแก้ปัญหาเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดูซึมและการปรับ
 เปลี่ยนข้อมูล วิธีการที่สารสนเทศนำเสนอเป็นสิ่งสำคัญ
 เมื่อสารสนเทศถูกเข้าไปในฐานะสิ่งที่ช่วยแก้ปัญหา
 อาจทำหน้าที่เป็นเครื่องมือมากกว่าเป็นข้อเท็จจริง

อย่างแท้จริง และ (2) การจัดการเรียนรู้ควรเป็นองค์
 รวมเน้นสภาพจริงและสิ่งที่เป็นจริงให้ห้องเรียน ผู้เรียน
 จะมีโอกาสสร้างความรู้ผ่านประสบการณ์ความรู้ของ
 ตนเองที่ไม่ได้มาจากการบอกหรือการสอนของครูจะมี
 การเน้นเกี่ยวกับการสอนทักษะเฉพาะน้อยลงแต่จะเพิ่ม
 เกี่ยวกับการเน้นการเรียนรู้ในบริบทที่มีความหมายใช้
 เทคโนโลยีที่ครูผู้สอนสามารถจัดหาสิ่งแวดล้อมทางการ
 เรียนรู้ที่จะช่วยขยายพื้นฐานของความคิดรวบยอดและ
 ประสบการณ์ (Chaicharoen, 2004)

คุณค่าของการนำทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้
ด้วยตนเองมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน สามารถ
 อธิบายได้ดังนี้ ภารกิจการเรียนการสอนตามแนวทฤษฎี
 คอนสตรัคติวิสต์ที่ให้ความสำคัญโดยเปลี่ยนจากครู
 มาเป็นผู้เรียนจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเหตุผลต่อ
 ไปนี้ เป็นสิ่งที่มุ่งเน้นผู้เรียนโดยตรง ได้แก่ (1) เพิ่มแรง
 จูงใจ กิจกรรมในการเรียนการสอนตามแนวทฤษฎีคอน
 สตรัคติวิสต์ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญต่อผู้เรียน
 และสภาพจริง ซึ่งถือว่าเกิดจากความสนใจที่มาจาก
 ภายใน ดังนั้นจึงต้องมีแรงจูงใจที่มาจากภายในตัวของ
 ผู้เรียน (2) ส่งเสริมการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ภารกิจ
 การเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ที่ผ่านการ
 ลงมือกระทำของผู้เรียนอย่างเต็มตัว ภารกิจการเรียนรู้
 ตามสภาพจริง และการจัดให้ผู้เรียนควบคุมการเรียน
 ของตนเอง และส่งเสริมการคิดอย่างมีวิจารณญาณ
 ตลอดจนการสร้างความรู้ด้วยตนเองให้มากกว่าเดิมมี
 การถ่ายโยงความรู้การสร้างความหมายในการเรียน
 รู้ของตนเอง (3) ส่งเสริมการเรียนรู้ที่หลากหลาย สิ่ง
 แวดล้อมทางการเรียนรู้ตามทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์
 โดยทั่วไปแล้วจะเปิดโอกาสให้ผู้เรียนรู้เป็นรายบุคคล
 สร้างความหมายจากแหล่งเรียนรู้ที่เป็นปัจเจกภายนอก
 ซึ่งอาจจัดให้ผู้เรียนทำการควบคุมการเรียนรู้ของตน
 เองมากขึ้น ดังนั้นผู้เรียนจะปรับเปลี่ยนการเรียนตาม
 ความสามารถหรือความต้องการได้มากยิ่งขึ้น และ (4)
 สนับสนุนการเสาะแสวงหาความรู้ ทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์

เป็นกระบวนการที่คนที่สามารถกล่าวได้ว่า เป็นกระบวนการพัฒนาการสร้างการเรียนรู้และประเมินผลที่เกิดจากการสร้างความรู้ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (Chaicharroen, 2004)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ทฤษฎีคอนสตรัคติวิสเป็นการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ (active learning) ประสบการณ์เดิม (prior knowledge) กิจกรรมตามสภาพตามการณัจริง (authentic activity) ปฏิสัมพันธ์ครูกับเด็ก (teacher-child interaction) และการไตร่ตรองการสอน (reflective teaching) ปัจจัยสำคัญเหล่านี้ครูสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบทบาทตนเองสำหรับวางแผน ให้เพื่อผู้เรียนได้เรียนรู้ที่มีความหมายสอดคล้องกับสนใจ ส่งผลให้เกิดการพัฒนากับผู้เรียนตามเป้าหมายที่วางไว้ และยังนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่อีกด้วย

สื่อใหม่ (new media) กับการเรียนการสอนตามทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตัวเอง สื่อใหม่มีเป้าหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้ที่มีประโยชน์มากในการเรียนรู้ของเยาวชน ผู้เรียนจะมีความสุขและความสนุกไปกับการใช้สื่อในการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์และบทเรียนที่ผู้สอน อีกทั้งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ สื่อการสอนที่ทำหน้าที่ผู้ส่งสารแทนครูผู้สอน และมีหน้าที่แสดงปฏิกริยาตอบสนองทั้งในเรื่องการเสนอเนื้อหาและการประเมินผลเพื่อพิสูจน์ผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนซึ่งวัตถุประสงค์โดยทั่วไปของสื่อใหม่เพื่อการเรียนรู้คือ เพื่อเป็นเครื่องมือทบทวนตนเองของผู้เรียนและใช้เพื่อให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง

หลักการที่ผู้เรียนได้สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองตามหลักการเรียนรู้ตามทฤษฎี Constructionism คือการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง โดยให้ผู้เรียนประกอบกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองหรือสร้างปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมภายนอกการเรียนรู้จะได้ผลดีถ้าหากว่าผู้เรียนเข้าใจในตนเอง มองเห็นความสำคัญในสิ่งที่เรียนรู้และสามารถเชื่อมโยงความรู้ระหว่างความรู้ใหม่กับ

ความรู้เก่า (รู้ว่าตนเองได้เรียนรู้อะไรบ้าง) และสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ขึ้นมาและเมื่อพิจารณาการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในการเรียนการสอนโดยปกติที่เกิดขึ้นในห้องเรียนนั้น

ผู้สอนต้องยึดหลักการที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ โดยผู้สอนควรพยายามจัดบรรยากาศการเรียนการสอน ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยมีทางเลือกในการเรียนรู้ที่หลากหลาย และเรียนรู้ได้อย่างมีความสุขสามารถเชื่อมโยงความรู้ระหว่างความรู้ใหม่กับความรู้เก่าได้ ส่วนผู้สอนเป็นผู้ช่วยเหลือและคอยอำนวยความสะดวกโดยเน้นให้เห็นความสำคัญของการเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้ผู้เรียนเห็นว่าคนเป็นแหล่งความรู้อีกแหล่งหนึ่งที่สำคัญ การใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือการเรียนรู้จักแสวงหาคำตอบจากแหล่งความรู้ต่างๆ ด้วยตนเองเป็นผลให้เกิดพฤติกรรมที่ฝังแน่นเมื่อผู้เรียน “เรียนรู้ว่าจะเรียนรู้ได้อย่างไร (learn how to learn)” ด้วย

สื่อใหม่ มีคุณลักษณะที่ทำให้ ผู้เรียนเกิดกระบวนการจดจำและเข้าใจในเนื้อหาบทเรียนได้รวดเร็ว อีกทั้งด้วยคุณลักษณะของสื่อใหม่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ผ่านเครื่องมือสื่อสารที่พกพาสะดวกสามารถหาได้ง่ายและใช้ประโยชน์ได้รวดเร็ว ทำให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์และวิเคราะห์เพื่อหาข้อมูลหรือเพื่อตอบข้อมูลสงสัยได้ด้วยการใช้สื่อใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ (Kaewthep & Chaikhunphon, 2012)

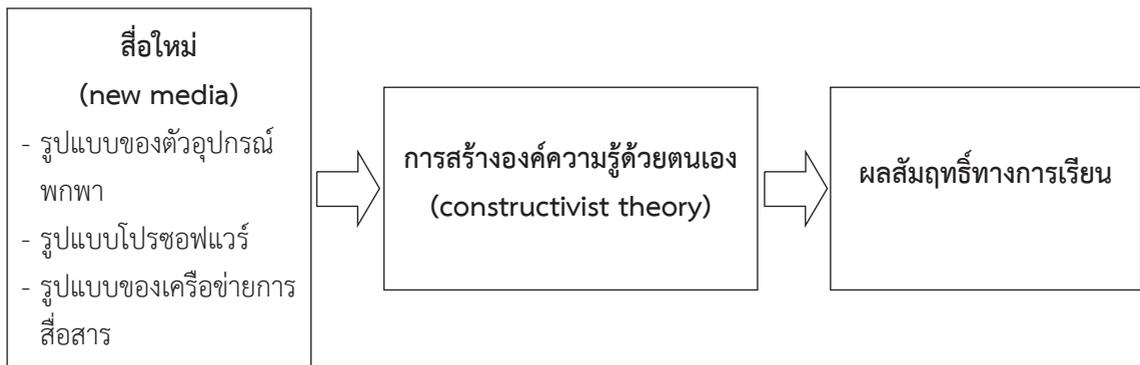
บทบาทของเทคโนโลยีในการจัดการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตัวเอง เทคโนโลยีสามารถที่จะสนับสนุนการเรียนรู้เป็นสิ่งที่เติมเต็มหรือสนับสนุนเกี่ยวกับการคิดและการสร้างความรู้ บทบาทที่แท้จริงสำหรับเทคโนโลยีการเรียนรู้มี ดังนี้ (1) เทคโนโลยีเสมือนเป็นเครื่องมือสำหรับการเข้าถึงข้อมูลสำหรับการนำเสนอแนวคิดใหม่และชุมชนการเรียนรู้สำหรับการสร้างผลิตผล (2) เทคโนโลยีเปรียบเสมือนเพื่อนทางปัญญาหรือเครื่องมือทางพุทธิปัญญา

สำหรับการแสดงให้เห็นว่าผู้เรียนทราบอะไร เช่น นำเสนอความรู้สำหรับการไตร่ตรองเกี่ยวกับอะไรที่ผู้เรียนเรียนรู้ และผู้เรียนรู้อย่างไร สำหรับการสนับสนุนการต่อรองภายในขณะที่มีการสร้างความหมายสำหรับสิ่งที่แทนความหมายเพื่อสนับสนุนการคิดอย่างรู้ตัว และ (3) เทคโนโลยีเป็นบริบท สำหรับนำเสนอและจำลองปัญหาในสภาพจริงตามสถานการณ์และบริบทอย่างมีความหมาย สำหรับนำเสนอความเชื่อ แนวความคิดที่หลากหลายข้อโต้แย้งและเรื่องราวอื่นๆ สำหรับนิยามช่องว่างของปัญหาที่สามารถควบคุมได้ สำหรับการคิดของผู้เรียนและสำหรับการสนับสนุนการสนทนา ระหว่างชุมชนการสร้างความรู้ของผู้เรียน (Chaichar-

roen, 2004)

จากแนวคิดและทฤษฎีคิดที่กล่าวมาข้างต้น เห็นได้ว่าสื่อใหม่เป็นนวัตกรรมหนึ่งที่สามารถนำไปประยุกต์สำหรับการเรียนการสอนได้อย่างน่าสนใจ เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพของอาจารย์ผู้สอน และระหว่างอาจารย์ผู้สอนกับผู้เรียน ใช้ในการค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปประกอบบทเรียน จนสามารถนำความรู้ใหม่ที่ได้ไปเชื่อมโยงกับความรู้เก่า และสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้แก่ผู้เรียนได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว รวมทั้งสามารถดึงดูดความสนใจของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี

กรอบในการวิเคราะห์



ภาพ 1 กรอบในการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์

สื่อใหม่มีบทบาทช่วยฝึกฝนทักษะการเรียนรู้ กระตุ้นความสนใจในบทเรียน และพัฒนากระบวนการจดจำเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว กล่าวคือ สื่อใหม่มีปัจจัยในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. สื่อใหม่ มีผลต่อปัจจัยการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของทางการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน แสดงให้เห็นว่าการเรียนการสอนในยุคปัจจุบันมีการใช้แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

มาประกอบการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอนมีวิธีการสอนที่หลากหลายประกอบการสอนทำให้ผู้เรียนสามารถปรึกษาเรื่องต่างๆ ร่วมกันผ่าน อุปกรณ์พจนานุกรม โปรซอฟต์แวร์ และเครือข่ายการสื่อสารร่วมกัน ซึ่งทำให้เกิดความสัมพันธ์กับเพื่อนในระดับสูงเป็นประโยชน์ต่อแหล่งข้อมูล การศึกษาค้นคว้าหนังสือ ตำรา อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เรียนผู้สอน เพื่อค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมและมีความพึงพอใจในการเรียนการสอน สามารถใช้สื่อใหม่มาประกอบการเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี มีระบบเสียง ระบบภาพเคลื่อนไหว เพื่อเพิ่มแรง

ตนเอง พร้อมสามารถทบทวนได้อย่างสะดวกเหมาะสม
ของตนเอง ผู้สอนสามารถพัฒนาการเรียนการสอน
ให้นำสนใจมากขึ้น โดยการ รู้ใช้ รู้เข้าใจ รู้สร้างสรรค์
การใช้สื่อใหม่มาประกอบการเรียนการสอนส่งผลต่อ
การเรียนรู้ที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. กระทรวงศึกษาธิการ ควรมีการกำหนดนโยบาย
ที่ช่วยส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี สื่อดิจิทัลสมัยใหม่เพื่อ
ประกอบการเรียนการสอน และกระบวนการส่งเสริม
การเรียนรู้เท่าทันสื่อ เพื่อเสริมทักษะ ทศนคติที่ดีและ

ทักษะการใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างปลอดภัย ซึ่งมีความ
สำคัญในการเรียนรู้ในยุคปัจจุบัน

2. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟสบุ๊ก
(Facebook) ของนักเรียนนักศึกษา ด้านสุขภาพโดย
รวมอยู่ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นข้อ พบผล
กระทบและอยู่ในระดับมากได้แก่ นักเรียนนักศึกษา
ปวดตา ปวดหัว เมื่อยมือ ปวดไหล่ เวลาเล่นนานๆ
ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมและรณรงค์ให้นักเรียน
นักศึกษาควรมีวิจารณญาณในการใช้บริการสื่อสังคม
ออนไลน์ มีระยะเวลาที่ใช้งานในแต่ละครั้งไม่มากจน
เกินไป โดยไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ

References

- Burnett, R., & Marshall, P. D. (2003). *Web theory: An introduction*. Routledge.
- Henrique, L. (1997). *A study to define and verify a model of interactive-constructive elementary school science teaching*. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Iowa.
- Kaewthep, K., & Chaikhunphon, N. (2012). *New media guide to study*. Parppim. [In Thai]
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. The MIT Press.
- Mayer, R. E. (1998). *Learning strategies: An overview*. Academic Press.
- National Statistical office. (2016). *Conclusion of survey for the using of household communication technology*. Author [In Thai]
- New Media Toward in Thai Society. (2017). *New media theory*. Naresuan University Press. [In Thai]
- Phewruangnont, C. (2016). *New media and technology for mass communication*. Ramkhamhaeng University Press. [In Thai]
- Phumpuang, K. (2015). Creating learning activities with connectivism through social media. *Liberal Arts Review*, 10(19), 1-13. [In Thai]
- Schmitt, T., Sims-Giddens, S., & Booth, R. (2012). *Social media use in nursing education*. Retrieved from <https://doi.org/10.3912/OJIN.Vol17No03Man02>
- Siapera, E. (2012). *Understanding new media*. Sage.
- Sritanon, N. (2011). *New media regulation in the convergence era*. Bangkok University Press. [In Thai]
- Sumalee Chaicharroen. (2004). *Constructivist theory*. Khon Kaen University, Division of Education Technology. [In Thai]
- Waythongkhum, Y. (2017). *Innovation and Information technology for education*. Ramkhamhaeng University Press. [In Thai]

กลยุทธ์การบริหารของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน ที่ส่งผลต่อคุณภาพของโรงเรียน

อิสรพงษ์ อดทน¹ อำนวย ทองโปรง²

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การบริหารของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนที่ส่งผลต่อคุณภาพของโรงเรียน โดยใช้แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์และแนวคิดการบริหารเชิงคุณภาพที่เกิดจากความร่วมมือของสมาชิกทุกคน ในองค์การเพื่อความสำเร็จในระยะยาวจากความพึงพอใจของลูกค้าและผลประโยชน์ของสมาชิกทุกคนในองค์การและสังคม ให้มีความสำคัญกับการบริหารการศึกษา ซึ่งการศึกษามีความมุ่งหมาย และมีหลักเพื่อพัฒนาคนไทยให้มีความสมบูรณ์ทั้ง ร่างกาย จิตใจ สติปัญญา มีความรู้ มีคุณธรรม จริยธรรม มีวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตที่สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข

ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลยุทธ์การบริหารของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนที่ส่งผลต่อคุณภาพของโรงเรียน โดยเฉพาะการพัฒนาโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนนั้นจะต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานและองค์กร จากภาครัฐ เอกชนทั้งภายใน และภายนอกประเทศ ซึ่งจะเป็นการยืนยันการประสพผลสำเร็จอย่างดียิ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชนในถิ่นทุรกันดารต่อไป

คำสำคัญ: การวางแผนกลยุทธ์; การพัฒนาทรัพยากรบุคคล; โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน

ประเภทบทความ: บทความวิชาการ

การอ้างอิง:

อิสรพงษ์ อดทน และอำนวย ทองโปรง. (2564). กลยุทธ์การบริหารของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนที่ส่งผลต่อคุณภาพของโรงเรียน. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 564-575.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: issaraisara2504@gmail.com

² คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

The Strategic Management of the Border Patrol Police School That Affects the Quality of the School

Issarapong Odton¹ Amnuay Thongprong²

Abstract

This academic article aims to analyze the management strategy of the Border Patrol Police School that affects the quality of the school by using the concept of strategic management and the concept of qualitative management arising from the cooperation of all members in the organization for long-term success from customer satisfaction and the interests of all members of the organization and society focusing on educational administration which the study aims and has principles to develop Thai people to be complete in body, mind, intelligence, knowledge, morality, ethics, and a culture of living in which they can live happily with others.

The results of the management strategy of the border patrol police school that affects the quality of the school, in particular, the development of the Border Patrol Police School requires cooperation from agencies and organizations, from the public and private sectors, both inside and outside the country. This will confirm the great success in improving the quality of life of children and youth in the wilderness.

Keywords: Strategic Planning; Human Resource Development; Border Patrol Police School

Type of Article: Academic Article

Cite this article as:

Odton, I., & Thongprong, A. (2021). The strategic management of the Border Patrol Police School that affects the quality of the school. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 564-575.

¹ Doctor of Philosophy Program in Education, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: issaraissara2504@gmail.com

² Faculty of Education, Ramkhamhaeng University

บทนำ

กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน (บช.ตชด.) เป็นหน่วยงานในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (สตช.) แม้ว่าตำรวจตระเวนชายแดนจะเป็นตำรวจประเภทหนึ่ง แต่การปฏิบัติหน้าที่นั้น มีความแตกต่างไปจากตำรวจทั่วไปอยู่หลายประการ เพียงแต่ชื่อก็เป็นการขีดแจ้งแล้วว่า ตำรวจตระเวนชายแดนจะไม่อยู่นิ่ง แต่จะต้องตระเวนตรวจตราพื้นที่ชายแดนในความรับผิดชอบ ทำหน้าที่เสมือนรั้วของชาติหรือเป็นแนวระวางป้องกันด่านแรกในการป้องกันประเทศชาติ มีภารกิจในการรักษาความปลอดภัย ความสงบเรียบร้อยตามแนวชายแดน นอกจากนี้แล้ว ภารกิจสำคัญที่แตกต่างจากหน่วยตำรวจทั่วไปนั่นก็คือการจัดตั้งโรงเรียนสอนหนังสือที่เรียกว่า “โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน” ซึ่งการตั้งโรงเรียนโดยปกติย่อมเป็นภารกิจหรือหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงของกระทรวงศึกษาธิการ

ซึ่งจากภารกิจการจัดตั้งโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนดังกล่าว มีที่มาจากการปฏิบัติภารกิจตามแนวชายแดน ซึ่งผู้บังคับบัญชาในอดีตของตำรวจตระเวนชายแดนหลายท่านได้กล่าวถึงกำเนิดโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนไว้ในหนังสือที่ กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดนได้จัดทำหนังสือที่ระลึกในโอกาสต่างๆ ว่า “หมู่ลาดตระเวนจะถูกส่งออกไปจากที่ตั้งปกติเพื่อตรวจตรารักษาชายแดน เมื่อพบประชาชนผู้เดือดร้อนก็ให้ความช่วยเหลือตามกำลังความสามารถ เป็นต้นว่าให้การรักษาพยาบาลประชาชนผู้เจ็บป่วย ให้คำแนะนำในการประกอบอาชีพเหล่านี้ เป็นต้น สิ่งหนึ่งที่หมู่ลาดตระเวนชายแดนได้พบเห็นก็คือ ตามหมู่บ้านชาวเขาหรือประชาชนไกลคมนาคมนั้น ถึงแม้ว่าจะมีเด็กอยู่ในวัยเรียนเป็นจำนวนมาก แต่ไม่มีผู้ใดสามารถจะไปจัดตั้งโรงเรียนสอนหนังสือเด็กเหล่านี้เป็นการประจำตามหมู่บ้านได้ ดังนั้นเมื่อ 40 ปีผ่านมาแล้ว เมื่อหมู่ลาดตระเวนเข้าไปในหมู่บ้านชาวเขา การพูดจาติดต่อก็เป็นไปโดยยากลำบาก เพราะความแตกต่างทางภาษา

ซ้ำร้ายยิ่งกว่านั้นชาวเขาบางหมู่บ้านเห็นว่าตำรวจตระเวนชายแดนเป็นคนแปลกหน้าไม่ยอมพบปะ สิ่งเหล่านี้หากปล่อยทิ้งไว้จะไม่ก่อผลดีให้แก่ประเทศชาติแต่อย่างใด ดังนั้น ตำรวจตระเวนชายแดนจึงได้ให้การรักษาพยาบาล แก่ประชาชนผู้เจ็บไข้ได้ป่วย และงานที่สำคัญยิ่งก็คือ การให้การศึกษแก่เยาวชนชาวเขาและประชาชนไกลคมนาคมเพื่อให้รู้ภาษาไทย สามารถติดต่อดีสะดวก และเป็นสื่อในการเผยแพร่ความเจริญเข้าสู่หมู่บ้านในถิ่นทุรกันดาร สืบต่อไปในอนาคต”

ผลจากการดำเนินงานจนถึงปัจจุบันโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนถูกจัดตั้งมาแล้ว 719 โรงเรียน และเมื่อโรงเรียนมีอาคารถาวรมีเด็กนักเรียนมากพอสมควร ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจึงได้มอบโอนโรงเรียนไปให้แก่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) หรือองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นรับไปดำเนินการต่อทั้งสิ้น 489 โรงเรียนยุบเลิกเนื่องจากภัยธรรมชาติภัยความไม่สงบตามแนวชายแดนและจำนวนนักเรียนน้อยกว่า 25 คน จำนวน 53 โรงเรียน ในปีการศึกษา 2556 มีโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนเปิดทำการสอน 177 โรงเรียนสอนในระดับประถมศึกษา 175 โรงเรียน ระดับมัธยมศึกษา 2 โรงเรียน (โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนระดับประถมศึกษาทั้ง 175 โรงเรียน มีที่เป็นศูนย์การเรียนตำรวจตระเวนชายแดนจำนวน 12 แห่ง และขยายโอกาสถึงมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 2 โรงเรียนได้แก่โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านหม่องก๊วะ และศูนย์การเรียน ม.ร.ว.เฉลิมลักษณ์ จันทระเสน จังหวัดตาก มีนักเรียนทั้งสิ้น 22,895 คน ครูผู้สอนรวมทั้งสิ้น 1,628 คน (ครูตำรวจตระเวนชายแดน 1,222 คน, ครูพลเรือน 6 คน ผู้ดูแลเด็ก 219 คน ครูอัตราจ้างจากงบประมาณของสำนักงานโครงการส่วนพระองค์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี 57 คน, องค์การบริหารส่วนตำบล 24 คน องค์การบริหารส่วนจังหวัด 72 คน และอื่นๆ 28 คน) ตั้งแต่ พ.ศ.2525-2554 มีนักเรียนจบการศึกษาจาก

โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนจำนวน 68,777 คน ใน
ห้วง 5 ปีที่ผ่านมา มีนักเรียนจบการศึกษาจากโรงเรียน
ตำรวจตระเวนชายแดน 13,851 คน สามารถส่งเสริม
ให้นักเรียนศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาได้ 12,618 คน
คิดเป็นร้อยละ 91.09 (Loei Rajabhat University,
Research and Development Institute, 2020)

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการ
เรียนการสอนของครู พบปัญหาที่สำคัญ ได้แก่ (1) ขาด
การวางแผนในการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการเรียน
การสอนของครู (2) ครูขาดความรู้ความสามารถใน
การปฏิบัติงาน ขาดทักษะและเทคนิคในการถ่ายทอด
ความรู้ให้แก่เด็กนักเรียน (3) เกิดความซ้ำซ้อนและ
ขาดความชัดเจนในการสั่งการ ต้องรอการสั่งการจาก
หน่วยงานต้นสังกัด (4) โรงเรียนอยู่ห่างไกล การติดต่อ
ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เกิดการล่าช้า อุปสรรค
อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารไม่เอื้อต่อการ
ติดต่อประสานงาน (5) ครูขาดความรู้ในเรื่องการเขียน
รายงานผลการปฏิบัติงาน และขาดการรายงานผลการ
ปฏิบัติงานที่เป็นลักษณะลายลักษณ์อักษร และ
(6) ขาดงบประมาณสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรม
พัฒนาประสิทธิภาพการจัดการเรียนการสอนของครู
ดังนั้น ผู้เขียนจึงเห็นความสำคัญในการมุ่งวิเคราะห์
กลยุทธ์การบริหารของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน
ที่ส่งผลต่อคุณภาพของโรงเรียนต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การจัดการคุณภาพการศึกษา Rowley (1997)
ให้ความหมายของคุณภาพการศึกษาว่าหมายถึง
กระบวนการที่สถาบันการศึกษาได้ดำเนินการอย่างมี
ประสิทธิภาพ ทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และบรรลุสัมฤทธิ์
ผลตามจุดมุ่งหมายของการศึกษา รวมทั้งเป็นไปตาม
มาตรฐานทางวิชาการ ในขณะที่ Cheng and Tam
(1997) ให้ความหมายคุณภาพการศึกษาไว้ว่า เป็นการ
จัดการศึกษาที่สนองความต้องการความคาดหวัง และ

ความพึงพอใจของผู้เรียนและตลาดแรงงาน การจัดการ
ศึกษาที่มีคุณภาพจะต้องครอบคลุมทั้งด้านปัจจัยนำเข้า
กระบวนการ และผลผลิต ส่วน Owlia and Aspinwall
(1996) ได้เสนอมุมมองคุณภาพการศึกษาเป็น 8 มิติ
ได้แก่ (1) ด้านสมรรถนะ การจัดการศึกษาที่มีคุณภาพ
บัณฑิตจะต้องมีสมรรถนะในการปฏิบัติงานในสาขา
วิชาชีพที่สำเร็จการศึกษา (2) ด้านคุณลักษณะพิเศษ
การจัดการศึกษาที่มีคุณภาพไม่ใช่เป็นการจัดการศึกษา
เพียงเพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ในเนื้อหาพื้นฐานเฉพาะ
สาขาวิชานั้น แต่จะต้องจัดการศึกษาให้ผู้เรียนได้เกิด
ทักษะที่เป็นคุณลักษณะพิเศษของสาขาวิชานั้น
(3) ด้านความเที่ยงตรง การจัดการศึกษาที่มีคุณภาพจะ
ต้องเป็นการจัดการศึกษาที่ให้ผู้เรียนได้รับความรู้และ
ได้เรียนรู้ทักษะที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริงและมี
ความทันสมัย (4) ด้านความตรงตามข้อกำหนดตาม
มาตรฐานที่กำหนดไว้ การจัดการศึกษาที่มีคุณภาพ
สถาบันจะต้องจัดการศึกษาได้ตรงตามข้อกำหนดตาม
มาตรฐานที่ได้กำหนดไว้และเป็นไปตามคำมั่นสัญญา
ที่ได้ไว้ไว้กับผู้เรียนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (5) ด้านความ
จริงจัง ยืน การจัดการศึกษาที่มีคุณภาพจะต้องทำให้
ผู้เรียนมีความรู้และทักษะที่ติดตัวอย่างคงทนถาวรด้วย
การมีทั้งความรู้และทักษะที่ลึกซึ้งเพียงพอ (6) ด้าน
ความสามารถในการทำประโยชน์ การจัดการศึกษาที่มี
คุณภาพจะต้องทำให้ผู้เรียนมีความสามารถในการใช้ให้
เกิดประโยชน์กับสังคมในสาขาวิชาที่ศึกษา และสนอง
ตามความต้องการของสังคม (7) ด้านความรู้สึที่ดี การ
จัดการศึกษาที่มีคุณภาพจะต้องสร้างให้เกิดภาพพจน์
ที่ดีในสายตาของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และ (8) ด้านการ
รับรู้ในคุณภาพ การจัดการศึกษาที่มีคุณภาพจะต้อง
ตรงตามการรับรู้ในเรื่องคุณภาพของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

**การบริหารเชิงกลยุทธ์ (strategic manage-
ment)** เป็นแนวทางการบริหารที่เป็นระบบโดยแต่
ละส่วนจะมีความสัมพันธ์ระหว่างกันในการสร้าง
มูลค่าเพิ่มสู่เป้าหมายที่มีการกำหนดไว้ในกรอบของ

ทิศทางเชิงกลยุทธ์ หรือที่เรียกว่าภารกิจ การบริหารเชิงกลยุทธ์นั้นมียุทธศาสตร์ประกอบสำคัญ 2 ส่วน คือ ส่วนที่ว่าด้วยการวางแผนกลยุทธ์ (strategic planning) และส่วนที่ว่าด้วยการดำเนินการ (implementation) เพื่อให้แผนดังกล่าวสำเร็จลุล่วงในการดำเนินการดังกล่าว ทรัพยากรจะถูกจัดสรรเพื่อให้มีการใช้กรอบที่มีทิศทางแน่นอน ทั้งเรื่องเวลาในทุกอย่างก็จะถูกกำหนด เพื่อให้มีความสัมพันธ์กันในการผลักดันองค์กรไปสู่ทิศทางที่มีการวางกรอบไว้ Glueck and Lawrence (1984) กล่าวว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์ คือ กระบวนการของผู้บริหารที่ใช้ในการตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่ประสบบอยู่ในขณะนั้น โดยพิจารณาจากกลยุทธ์นั้นสามารถทำให้องค์กรบรรลุถึงวัตถุประสงค์ของกิจการได้ ขณะที่ Cetro and Peter (1990) กล่าวว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์ คือ กระบวนการทำซ้ำอย่างต่อเนื่องที่จะบรรลุผล เพื่อให้้องค์กรมีการดำเนินงานสอดคล้องสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมต่างๆ นอกจากนี้ Wright, Kroll, and Parnell (1998) กล่าวว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์คือกระบวนการที่จะทำให้ผู้บริหารระดับสูงบรรลุผลตามภารกิจ และเป้าหมายขององค์กร ดังนั้น การบริหารเชิงกลยุทธ์จึงเป็นการจัดการในลักษณะที่มีการวิเคราะห์ถึง การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคมและธุรกิจ ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ให้มีความสอดคล้องกับจุดอ่อนและจุดแข็งของธุรกิจ ใช้โอกาสและทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นหัวใจของงานบริหาร โดยผู้บริหารจะต้องวางแผนกลยุทธ์ที่ชาญฉลาด กำหนดกลยุทธ์ที่แตกต่างไปจากคนอื่น แต่เป็นความแตกต่างเชิงสร้างสรรค์ เพื่อใช้เป็นแนวทางให้องค์กรปฏิบัติงานได้เหนือคู่แข่ง และเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้ ถ้าปราศจากกลยุทธ์ องค์กรจะไม่มีแนวทางที่ชัดเจนในการดำเนินงาน ไม่มีแผนที่จะสามารถโต้ตอบหรือเอาชนะการแข่งขันและไม่มีแผนที่จะปฏิบัติให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่

เปลี่ยนแปลงไป การบริหารเชิงกลยุทธ์มีองค์ประกอบ 5 กระบวนการ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เป็นพื้นฐานของกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ (1) เป้าหมาย (goal) เป็นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (strategy goal) เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และวัตถุประสงค์ ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายในการใช้ความพยายามขององค์กรเพื่อให้เป็นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นการนำไปกำหนดกลยุทธ์ และ (2) การวิเคราะห์ SWOT (SWOT analysis) การบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ประสบผลสำเร็จขึ้นอยู่กับจุดแข็ง (strengths) และจุดอ่อน (weakness) ภายในโรงเรียนให้เหมาะสมกับโอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threat) จากสภาพแวดล้อมภายนอกประกอบด้วย การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค สภาพแวดล้อมภายในประกอบด้วย จุดแข็งและจุดอ่อน (Dess & Miller, 1993)

2. การกำหนดทิศทาง เป็นการกำหนดข้อความวิสัยทัศน์ ข้อความพันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ เป็นการกำหนดจุดมุ่งหมาย 5 ประการ ดังนี้ (1) การกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร (organization's vision) เป็นข้อความทั่วไป ซึ่งกำหนดทิศทาง ข้อความภารกิจ เป็นข้อความที่กำหนดส่วนประกอบของวิสัยทัศน์ ควรจะอธิบายถึงรายละเอียดขององค์กร ขอบเขตของการปฏิบัติ ความต้องการ (need) และค่านิยมเบื้องต้นขององค์กร (2) การกำหนดข้อความภารกิจ (mission statement) เป็นขอบเขตของงานในองค์กรซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อเป็นภาพรวม และดำเนินการวินิจฉัยออกมาเขียนเป็นเฉพาะที่เป็นเป้าหมายขององค์กรออกมา (3) การกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (goal and objective) เป็นข้อความอย่างกว้างของจุดมุ่งหมายของโรงเรียน ซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อให้บรรลุภารกิจ (mission) เป็นจุดมุ่งหมายหลักขององค์กร (4) การกำหนดเป้าหมาย (goal) เป็นการกำหนดสิ่งที่ต้องการในอนาคตซึ่งองค์กรต้องพยายามให้เกิดขึ้น โดยเป็น

ส่วนประกอบของการวางแผนที่สำคัญเกี่ยวกับเป้าหมายในอนาคตที่องค์กรต้องการให้บรรลุถึงจุดมุ่งหมาย และ (5) การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (strategic objective) วัตถุประสงค์ เชิงกลยุทธ์เป็นข้อความเฉพาะอย่างที่กำหนดหลักเกณฑ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ในสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่เป็นโอกาสภายใต้สภาพแวดล้อม (Thompson & Strickland, 1995)

3. การกำหนดกลยุทธ์หรือการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (strategy planning) เป็นการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกและเลือกจากทางเลือกซึ่งสามารถบรรลุจุดประสงค์เป็นแผนที่สำคัญและเป็นระยะยาว (Thompson & Strickland, 1995) ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์เป็นวิธีการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ระยะยาว การวิเคราะห์กลยุทธ์ที่สมเหตุสมผล ถือเป็นเกณฑ์ 3 ระดับ คือ (1) กลยุทธ์ระดับองค์กร (cooperate level strategy) เป็นกระบวนการกำหนดลักษณะทั้งหมดและจุดมุ่งหมายขององค์กร ประกอบด้วยการลงทุน การดำเนินการ การพัฒนาปรับปรุงองค์กร (2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (business level strategy) เป็นกลยุทธ์ที่พยายามหาวิธีการแข่งขันในแต่ละองค์กรที่พยายามจะสร้าง ข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การปรับตัวที่รวดเร็ว และการมุ่งที่ลูกค้ากลุ่มเล็ก และ (3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (function level strategy) เป็นการสร้างข้อได้เปรียบสำหรับการแข่งขัน ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จขึ้นอยู่กับคุณค่า (value chain) โดยคำนึงถึงคุณค่า (quality) ประสิทธิภาพ (efficiency) และการส่งมอบคุณค่า (value delivery) ให้กับผู้บริหาร (Dess & Miller, 1993)

4. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ เป็นการกำหนดแผนปฏิบัติการแปรกลยุทธ์ที่สามารถให้เป็นจริงได้ ส่วนนี้ผู้บริหารต้องคำนึง โครงสร้างองค์กร กลยุทธ์ความเป็นผู้นำ และการควบคุมเชิงกลยุทธ์ ทั้งนี้ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (strategy implementation) และการควบคุม

เชิงกลยุทธ์ (strategy control) เป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ให้เป็นกลยุทธ์ที่เป็นจริง ประกอบด้วย (1) การประสมประสาน (integration) หมายถึง การที่บุคคลในหน่วยงานทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ (2) โครงสร้างองค์กร (organization structure) การปฏิบัติตามกลยุทธ์ต้องการ ช่องทางการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรซึ่งความรับผิดชอบที่กำหนดไว้ มีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ซึ่งผู้บริหารจะกำหนดโครงสร้างขององค์กร (3) การควบคุมเชิงกลยุทธ์ (strategic control) เพื่อติดตามการปฏิบัติงานตามแผนและการปรับปรุงแผนการพัฒนาสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน และ (4) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (strategy leadership) หมายถึง ความสามารถมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นในด้านการกระทำ มีการจัดการ การประสมประสานและการเปลี่ยนแปลง (Dess & Miller, 1993)

5. การควบคุมและการประเมินผล เป็นการควบคุมเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการพิจารณาว่ากลยุทธ์ได้บรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ต่อการดำเนินงานหรือไม่ (Thompson & Strickland, 1995) การประเมินผลและการควบคุมเป็นหน้าที่ที่สำคัญของผู้บริหารระดับสูง ที่จะทำการประเมินถึงกลยุทธ์ต่างๆ ขององค์กรและกลยุทธ์ทางธุรกิจทั้งหลายที่พึงต้องการทราบว่าเมื่อได้จัดวางกลยุทธ์ไว้อย่างดีแล้วก็ต้องมีการวิเคราะห์ตรวจสอบโดยตลอด เกี่ยวกับผลที่ออกมาได้ของกลยุทธ์ที่กำลังใช้อยู่ในปัจจุบัน การเลือกรูปแบบของการควบคุมที่เหมาะสมของแต่ละองค์การนั้น ผู้บริหารจะต้องมีการเลือกเครื่องมือที่จะใช้ในการประเมินผล การดำเนินงานขององค์การ ซึ่งถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่งซึ่งผู้บริหารต้องให้ความสำคัญ แต่ละองค์การจะเลือกใช้วิธีการประเมินผลและเครื่องมือในการประเมินผลแตกต่างกัน เนื่องจากมีลักษณะโครงสร้างองค์การ และระบบในการควบคุมที่แตกต่างกัน เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละองค์การ

การบริหารเชิงคุณภาพ (quality management) Deming (2000) ได้ให้นิยามการบริหารงานคุณภาพทั่วทั้งองค์กรว่า เป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบ และต้องมีลักษณะบูรณาการ นับตั้งแต่การเรียนรู้ความต้องการความคาดหวังของผู้บริโภค นำมาออกแบบหรือวางแผนปรับปรุงสินค้าหรือบริการให้ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนการออกแบบกระบวนการผลิตและระบบประกันคุณภาพ ออกแบบวิธีการปฏิบัติงานในขั้นตอนต่างๆ ให้ถูกต้องตั้งแต่แรก อาทิ การจัดหาและทำงานร่วมกันกับผู้ส่งมอบวัตถุดิบและอุปกรณ์ การจัดซื้อ การตรวจรับและทดสอบคุณภาพของวัตถุดิบ การทดสอบความสามารถของกระบวนการ เครื่องจักรและกรรมวิธีการผลิต การผลิต การประกอบ การตรวจสอบ และการนำสินค้าไปส่งผู้บริโภค นอกจากนี้ Feigenbaum (1961) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารงานคุณภาพเป็นระบบอันทรงประสิทธิภาพเพื่อรวบรวมความพยายามของกลุ่มต่างๆ ในองค์กรเพื่อพัฒนาคุณภาพ ชำรงรักษาคุณภาพ และปรับปรุงคุณภาพ เพื่อให้เกิดการประหยัดมากที่สุดในการผลิต และการบริการโดยยังคงรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน จะเห็นได้ว่า Feigenbaum ได้เน้นความสำคัญของระบบบริหารที่มีประสิทธิภาพที่ประสานความร่วมมือของฝ่ายต่างๆ เข้าด้วยกัน และ Duncan (1995) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารงานคุณภาพเป็นระบบที่ทำให้เกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องของกระบวนการเพิ่มมูลค่าทุกกระบวนการที่ดำเนินการอยู่ในองค์กร ลูกค้าจะเป็นผู้ตัดสินบนพื้นฐานแห่งความพึงพอใจของพวกเขาว่ามูลค่าเพิ่มนั้นมีจริงหรือไม่ ความมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในองค์กร ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กระบวนการบริการ และวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ขาดเสียมิได้ในการบริหารงานคุณภาพ วิธีการทั้งหลายที่ใช้ในการบริหารงานคุณภาพต้องได้รับการพัฒนา

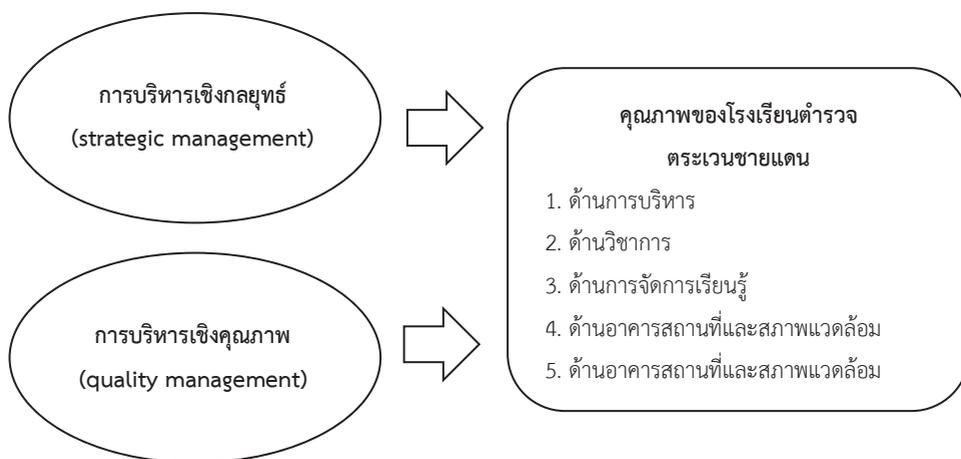
ระบบคุณภาพ (Total Quality Management--TQM) เป็นเครื่องมือในการบริหารคุณภาพหรือการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหาร เกิดขึ้นครั้งแรกในสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 1950 และมีการนำไปเผยแพร่ตลอดจนพัฒนาอย่างต่อเนื่องและอาจจริงเอาใจในประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ปีค.ศ. 1960 ในชื่อของ Total Quality Control (TQC) ซึ่งเครื่องมือนี้ ได้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมของประเทศญี่ปุ่น จนทำให้ประเทศญี่ปุ่นมีการพัฒนาเศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงปี ค.ศ. 1960-1980 ในช่วงแรกของการประยุกต์ใช้ TQC นั้น ในประเทศญี่ปุ่นมีการใช้ชื่อใหม่ว่า Company Wide Quality Control (CWQC) และได้แพร่หลายจากอุตสาหกรรมการผลิตเข้าสู่อุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมการก่อสร้าง และอุตสาหกรรมการบริการ เป็นต้น ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 เป็นต้นมา TQC หรือ Total Quality Management (TQM) ได้มีการแพร่จากประเทศญี่ปุ่นกลับไปสู่สหรัฐอเมริกา รวมทั้งประเทศอื่นๆ ในทวีปยุโรป และทวีปเอเชียในที่สุด ส่วนในประเทศไทยนั้น TQM ได้เริ่มมีการนำมาประยุกต์ใช้กันอย่างจริงจังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา ทั้งในกิจการต่างๆ ของภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ และภาคราชการ โดยอาจจะนำหลักการ TQM บางส่วนหรือทั้งหมดมาประยุกต์ใช้ในจำนวนที่มากขึ้นตามลำดับ

หลักการสำคัญของการบริหารแบบ Total Quality Management (TQM) ทุกส่วนงานขององค์กรจะต้องร่วมมือกันและดำเนินการควบคุมคุณภาพอย่างเป็นระบบ การบริหารแบบ TQM นี้ ประกอบด้วย หลักการที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้ (1) การให้ความสำคัญกับลูกค้า (customer oriented) โดยหลักการข้อนี้ ถือว่าลูกค้าเป็นสาเหตุที่สำคัญที่จะทำให้อุตสาหกรรมสามารถอยู่รอดได้ และจุดมุ่งหมายที่สำคัญของธุรกิจ คือ การสร้างและรักษาเรื่องของการให้ความสำคัญกับลูกค้า ซึ่งการให้ความสำคัญนั้นไม่ควร

จะถูกจำกัดเฉพาะที่ลูกค้าจริงๆ หรือที่เรียกว่า ลูกค้าภายนอก (external customer) ทั้งในด้านของการซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจเท่านั้น แต่ควรจะขยายให้ครอบคลุมไปถึงพนักงาน หรือหน่วยงานที่รองรับผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรนั้นๆ ที่เรียกว่าลูกค้าภายใน (internal customer) โดยองค์กรนั้นจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้ที่ส่งมอบภายใน (internal supplier) ในการส่งมอบผลงานรวมถึงการสร้าง ความพึงพอใจ ซึ่งจะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องกันที่เรียกว่าห่วงโซ่คุณภาพ (quality chain) ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า และผู้ส่งมอบ (2) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (continuous improvement) สืบเนื่องจากองค์กรที่จะทำการบริหารแบบ TQM นั้น จะต้องมีความกล้าในเรื่องการตัดสินใจ การแก้ไขปรับปรุง และการเปลี่ยนแปลง ซึ่งสามารถดำเนินงานได้โดยทำการศึกษา วิเคราะห์ และทบทวนข้อมูลการดำเนินงานและสภาพแวดล้อม เพื่อใช้ในการหาแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพของระบบและผลลัพธ์ได้อย่างสร้างสรรค์ และต่อเนื่อง พยายามหาวิธีในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาการดำเนินงานที่มีความเรียบ

ง่าย แต่ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และทำการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลงานอย่างเป็นระบบ โดยสิ่งที่สำคัญ คือ การตรวจสอบนั้นจะต้องไม่สร้างความสูญเสียต่อองค์กรนั้นๆ และ (3) สมาชิกทุกคนต้องมีส่วนร่วม (employees involvement) โดยสมาชิกในที่นี้ จะรวมถึงพนักงานระดับปฏิบัติการ จนถึงหัวหน้าคณะผู้บริหาร (Chief Executive Officers--CEO) ซึ่งจะไม่ใช่เพียงเป็นการปฏิบัติแบบทั่วๆ ไป แต่จะต้องมีความเข้าใจและยอมรับในการสร้างคุณภาพสูงสุดให้เกิดขึ้น ซึ่งจะไม่ใช่เฉพาะบุคคลในหน่วยงานนั้น แต่ทุกหน่วยงานจะต้องทำการร่วมมือกันในการพัฒนาคุณภาพขององค์กรอย่างสอดคล้อง และทุกคนต้องปฏิบัติงานในฐานะสมาชิกขององค์กรคุณภาพเดียวกัน เพื่อให้สมาชิกสามารถทำงานได้อย่างถูกต้องตั้งแต่เริ่มต้น โดยอาจจะมีการจัดตั้งทีมงานข้ามสายงาน (cross functional team) เข้ามาร่วมในการรับผิดชอบในเรื่องของการดำเนินงาน และการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะถือว่าทีมงานนั้น เปรียบได้กับกลจักรที่สำคัญในการผลักดันองค์กรให้มีความก้าวหน้าและนำไปสู่ความประสบความสำเร็จ (Feigenbaum (1961)

กรอบในการวิเคราะห์



ภาพ 1 กรอบในการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์กลยุทธ์การบริหารของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของโรงเรียน โดยใช้แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์ (strategic management) และแนวคิดการบริหารเชิงคุณภาพ (quality management) ปรากฏผลดังนี้

1. ด้านการบริหาร

แม้ว่าการบริหารงานแบบร่วมมือทุกส่วนจะสำคัญ แต่ผู้บริหารต้องไม่ละเลยที่จะพัฒนาสถานศึกษาในส่วน ของระบบงานต่างๆ ด้วย เนื่องจากแต่ละด้านย่อมมีความแตกต่างในบริบทการบริหารสถานศึกษา รวมถึงรายละเอียดที่ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านต่างๆ จะพิจารณา ผู้บริหารจะต้องเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของครู นักเรียน และชุมชน ผู้บริหารที่มีดีควรรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในองค์กรและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจ เน้นการมีส่วนร่วมทั้งทางความคิดและการปฏิบัติ ไม่ใช่เพียงคำสั่งให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติตามเท่านั้น โดยผู้บริหารจะต้องเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา โดยเริ่มจากทัศนคติของคนในสถานศึกษาก่อนต้องชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงสถานศึกษา ชี้ให้เห็นความสำคัญของการร่วมมือกันพัฒนาชี้ให้เห็นความสำคัญของการสร้างนักเรียนที่มีคุณภาพ ดังนั้นผู้บริหารยุคใหม่จะต้องเปิดกว้าง ยอมรับให้มีการวิพากษ์วิจารณ์ ยอมรับความคิดเห็นใหม่ๆ ที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กร และตระหนักเสมอว่า ทุกปัญหานั้นต้องให้ทุกฝ่ายได้ร่วมเสนอแนวทางแก้ไข

2. ด้านวิชาการ

ภารกิจหลักและสำคัญของสถานศึกษาคงหนีไม่พ้นด้านงานวิชาการหากแต่ผลงานทางวิชาการโดยเฉพาะผลการประเมินในรูปแบบต่างๆ กลับกลายเป็นปัญหาระดับชาติ ทุกครั้งที่มีการสอบวัดความรู้คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมจะอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ ผู้บริหาร

ต้องเรียนรู้ที่จะนำแนวทางของข้อสอบแต่ละครั้งมาสร้างเป็นคลังข้อสอบภายในสถานศึกษาเพื่อให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ อาจให้มีการร่วมเฉลยระหว่างครูและนักเรียนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน แต่ทั้งนี้ภาระงานของครูนั้นควรเน้นไปที่กิจกรรมการจัดการเรียนรู้มากกว่างานด้านอื่นๆ เพื่อให้ครูได้สามารถพัฒนานักเรียนได้อย่างเต็มที่ ให้ครูมีเวลาในการสืบค้นหาข้อมูลใหม่ๆ มากกว่าการที่ต้องพิจารณางานเอกสารของสถานศึกษา นอกจากนี้ การส่งนักเรียนเข้าร่วมแข่งขันทางวิชาการในรายการต่างๆ ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ครูและนักเรียนได้พัฒนาทักษะและกระบวนการในการเรียนรู้เพื่อยกระดับความรู้ความสามารถขององค์กรต่อไป

3. ด้านการจัดการเรียนรู้

การจัดการเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของงานด้านวิชาการ แต่กระนั้นก็เป็นหนึ่งในกระบวนการที่ทำให้ นักเรียนได้เกิดการเรียนรู้ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้คุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามที่สถานศึกษาต้องการอย่างแท้จริง ดังนั้นการจัดการเรียนรู้จะต้องมุ่งเน้นกระบวนการให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้อย่างแท้จริง ซึ่งองค์ความรู้ที่ครูถ่ายทอดควรเป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของนักเรียนได้ จะทำให้นักเรียนเห็นคุณค่าของการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น โดยผู้บริหารและครูควรมีบทบาทในการสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศการเรียนรู้ที่เหมาะสม ส่งเสริมให้นักเรียนสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันและกันทั้งในและนอกห้องเรียน ทั้งกิจกรรมวิชาการ กิจกรรมนันทนาการ รวมไปถึงกิจกรรมอื่นๆ ที่โรงเรียนหรือชุมชนจัดขึ้น

4. ด้านอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อม

อาคารสถานที่และสภาพแวดล้อม นับว่าเป็นอีกปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะต้องพัฒนา โดยอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมต้องมีความปลอดภัย และส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียน โดยอาคารสถาน

ที่สำหรับนักเรียนระดับปฐมวัย ต้องมีที่ที่เด็กได้ลงมือทำ มีพื้นที่วิ่งเล่น มีเครื่องเล่น มีของเล่น ที่ต้องมีมาตรฐานและปลอดภัย ลักษณะอาคารต้องน่าดึงดูด เป็นส่วนตัว มีส่วนที่เป็นที่รับรองผู้ปกครอง และส่วนที่ครูจะต้องดูแลนักเรียนโดยปราศจากบุคคลภายนอก ห้องน้ำต้องมีสุขภัณฑ์สำหรับเด็กเล็ก ห้องเรียนต้องเต็มไปด้วยผลงานนักเรียน ขณะที่ในระดับประถมศึกษา จะต้องเริ่มมีห้องสมุด มีห้องให้นักเรียนได้อ่านหนังสือมากขึ้น สถานที่ที่จะมุ่งเน้นการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นระเบียบมากขึ้น เริ่มมีมุมที่นักเรียนสามารถแสดงผลงานของตัวเองได้ด้วยการออกแบบ ส่วนระดับมัธยมศึกษาจะต้องเป็นทางการมากขึ้น ส่งเสริมให้นักเรียนเรียนรู้ได้อย่างดี มีอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่มากกว่าระดับชั้นอื่น มีห้องปฏิบัติการในบางรายวิชา มีห้องสมุดที่มากขึ้นเพื่อส่งเสริมนิสัยการค้นคว้าหาความรู้

5. ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

คนยังเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาในทุกด้าน อัตราค่าจ้าง รวมถึงคุณภาพในแต่ละคน ย่อมเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาสถานศึกษา ดังนั้นฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลจึงถือเป็นอีกหน่วยงานที่ต้องสร้างแนวคิดทุกเรื่องที่กำลังทำให้เกิดประโยชน์ เป้าหมายของการบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management--HRM) มีวัตถุประสงค์หลัก 4 วัตถุประสงค์ คือ การสรรหา การพัฒนา การรักษาไว้ และการใช้ประโยชน์ ทั้งสี่ข้อนี้จำเป็นต้องทำอย่างเป็นระบบ ต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างแท้จริง

จะเห็นได้ว่ามีความพยายามที่จะบริหารเชิงกลยุทธ์ในโรงเรียนขนาดเล็กมาโดยตลอดแต่เนื่องจากการบริหารเชิงกลยุทธ์จะเริ่มต้นและเน้นไปที่ธุรกิจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักที่แน่นอน คือ หน่วยธุรกิจต้องการกำไรสูงสุด (maximum profit) ดังนั้น เมื่อมีการนำการบริหารเชิงกลยุทธ์ไปดัดแปลงใช้กับโรงเรียนขนาดเล็กซึ่งต้องทำตามระบบราชการและมีการวัดผลงานไป

ที่การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายโดยเฉพาะของโรงเรียนขนาดเล็กจึงควรเป็นเรื่องที่ต้องทำการศึกษาผลที่ได้รับต่อไป

บทสรุป

กลยุทธ์การบริหารของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนที่ส่งผลต่อคุณภาพของโรงเรียน ในด้านการบริหารวิชาการมีลักษณะเด่นในเรื่องการบูรณาการระหว่างการเรียนรู้ภาควิชาการกับการพัฒนาทักษะชีวิต การบริหารตามแนวปฏิรูปการศึกษาและการบริหารแบบมีส่วนร่วมโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนมีการจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาไทยและภูมิปัญญาสากลมีการจัดการเรียนการสอนโดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญตามแนวการปฏิรูปการเรียนรู้ว่าเป็นระบบนักเรียนมีโครงการซึ่งบูรณาการและต่อยอดการเรียนรู้ในแต่ละกลุ่มสาระแผนงานโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนปฏิรูปการเรียนรู้มีการประเมินผลจากสภาพจริงในด้านสื่อการเรียนการสอนและแหล่งเรียนรู้โรงเรียนได้รับการสนับสนุนด้านสื่อการเรียนการสอนรวมทั้งสื่อเทคโนโลยีห้องสมุดมีการนิเทศการเรียนการสอนรวมทั้งการนิเทศงานจากหน่วยงานที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมและโครงการนอกจากการศึกษาในระบบโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนยังมีการฝึกวิชาชีพให้แก่ศิษย์เก่าและชาวบ้านในศูนย์ฝึกอาชีพของตำรวจตระเวนชายแดนโดยศิษย์เก่าสามารถเรียนวิชาสามัญจากหน่วยงานที่จัดการศึกษานอกระบบได้ด้วยในด้าน การประกันคุณภาพโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนมีการประเมินคุณภาพภายในและการประเมินคุณภาพภายนอกโดยใช้มาตรฐานตัวบ่งชี้และเกณฑ์เดียวกับโรงเรียนสังกัดอื่น

ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ของโรงเรียนในสังกัดโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน นั้นจะต้องมีการจัดทำแผน กลยุทธ์ของโรงเรียนด้วยเช่นกัน โดยหน่วยงาน

กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน มีการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อร่วมกันจัดทำแผน กลยุทธ์ของแต่ละโรงเรียนเป็นประจำทุกปี มีการใช้วิธีการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ครูใหญ่และครูในโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนได้จัดทำแผนร่วมกัน การเขียนข้อความกลยุทธ์ควรเขียนให้ กะทัดรัด ชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถนำไปปฏิบัติได้ โดยข้อมูลกลยุทธ์จะเป็นข้อมูลที่แสดงทิศทางหรือจุดเน้นการปฏิบัติงาน เป็นส่วนที่แสดงให้เห็นว่าจะทำอะไร และแสดงกิจกรรมคือบอกว่า “จะได้อย่างไร” ดังนั้น โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนทุกแห่งที่อยู่ในสังกัดของกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน จะต้องมีการจัดทำแผนกลยุทธ์และจะต้องมีการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ รวมทั้งมีการติดตามผลและประเมินผลของกลยุทธ์อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. การกำหนดกลยุทธ์สถานศึกษา ควรมุ่งเน้นการระดมความคิดของผู้มีส่วนกำหนดแนวทางในการดำเนินงาน กำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะและกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ ระบุความสำเร็จที่ต้องการ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของทางเลือกและระบุแผนงานโครงการ/กิจกรรม
2. การปฏิบัติตามกลยุทธ์สถานศึกษา ควรมุ่งเน้นการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบการจัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน จัดเตรียมข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน สร้างความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมความคิดในการดำเนินงานและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามกลยุทธ์
3. การควบคุมและประเมินกลยุทธ์สถานศึกษา จะต้องมีการแต่งตั้งคณะกรรมการติดตามและประเมิน กำหนดปฏิทินการประเมินผล สร้างเครื่องมือในการประเมินติดตามและประเมินกลยุทธ์ รายงานและปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์อยู่เสมอ

References

- Cetro, S. C., & Peter, J. P. (1990). *Strategic management a focus on process*. McGraw-Hill.
- Cheng, Y. C., & Tam, W. M. (1997). Multi-models of quality in education. *Quality Assurance in Education*, 5(1), 22-31.
- Deming, W. E. (2000). *The new economics for industry, government and education* (2nd ed.). MIT Press.
- Dess, G. G., & Miller, A. (1993). *Strategic management*. McGraw-Hill.
- Duncan, W. L. (1995). *Total quality: Key terms and concepts*. Amacon Book.
- Feigenbaum, A. V. (1961). *Total quality control engineering and management*. McGraw-Hill.
- Glueck, W. F., & Lawrenc, R. J. (1984). *Business policy and strategic*. McGraw-Hill.
- Loei Rajabhat University, Research and Development Institute. (2020). *Background of the Border Patrol Police School*. Retrieved from <https://www.research.lru.ac.th/th/ความเป็นมาโรงเรียนตำรวจ/> [In Thai]
- Owlia, M. S., & Aspinwall, E. M. (1996). A framework for the dimensions of quality in higher education. *Quality Assurance in Education*, 4(2), 12-20.
- Rowley, J. (1997). Beyond service quality dimensions in higher education and towards a service contract. *Quality Assurance in Education*, 5(1), 7-14.
- Thompson, A., & Strickland, A. J. (1995). *Strategic management concept and cases* (8th ed.). Business.
- Wright, P., Kroll, M. J., & Parnell, J. (1998). *Strategic management* (4th ed.). Prentice Hall.

การจัดการวัดของคณะสงฆ์ ภาค 15

พระครูโสภณธำรงกิตติ (กิตติศักดิ์ แจ่มสว่าง)¹
 วรสิทธิ์ เจริญพุ่ม² ฟ้าใส สามารถ³

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการจัดการวัดของคณะสงฆ์ ภาค 15 และนำเสนอแนวการจัดการวัดของคณะสงฆ์ ภาค 15 โดยใช้การศึกษาเอกสารและทำการวิเคราะห์ แก่นสาระ และการตีความเอกสารจากพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 หลักการจัดการวัดและภิกษุในพระพุทธศาสนา หลักการจัดการภาครัฐและองค์การไม่แสวงกำไร เอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง และหลักพุทธธรรม ประกอบด้วย สิกขา 3 พรหมวิหาร 4 สังคหวัตถุ 4 กาวนา 4 และอิทธิบาท 4 แล้วนำมาสังเคราะห์เพื่อนำเสนอเป็นการจัดการวัดของคณะสงฆ์ต่อไป

ผลการวิเคราะห์ พบว่า (1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดการวัด ได้แก่ การจัดการการเงินและการบัญชี การบริหารจัดการดูแลทรัพย์สินและศาสนสมบัติของวัด การจัดการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการปกครอง และ (2) แนวทางการจัดการวัดของคณะสงฆ์ ภาค 15 ประกอบด้วย การใช้การจัดการสมัยใหม่ที่เน้นหลักการจัดการภาครัฐสมัยใหม่ผสมผสานกับหลักการบริหารเชิงพุทธ และเน้นการพัฒนาภาวะผู้นำ เพื่อเตรียมการสำหรับการเข้าสู่ตำแหน่งเจ้าอาวาสที่เป็นกลไกสำคัญระดับปฏิบัติการในการจัดการวัด

คำสำคัญ: พระราชบัญญัติคณะสงฆ์; การจัดการวัด; คณะสงฆ์ไทย

ประเภทบทความ: บทความวิชาการ

การอ้างอิง:

พระครูโสภณธำรงกิตติ (กิตติศักดิ์ แจ่มสว่าง), วรสิทธิ์ เจริญพุ่ม และฟ้าใส สามารถ. (2564). การจัดการวัดของคณะสงฆ์ ภาค 15. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 576-587.

¹ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล ถนนเพชรเกษม (ก.ม. 242) ตำบลหนองแก อำเภอบางพลี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110, ประเทศไทย

อีเมลล์: preistsophon@outlook.com

^{2,3} วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชชมงคลรัตนโกสินทร์

Monastery Management of 15th Clergy of Thailand

Phrakrusoponthamrongkit (Kittisak Chaemsawang)¹

Vorsit Charernputh² Fashai Samarath³

Abstract

This academic paper aims to analyze the problems and obstacles of the Sangha's temple management, Part 15 and present guidelines for the Sangha's temple management, Part 15 by studying documents and analyzing the essence and interpretation of the documents from the Sangha Act B.E. 2505 and its amendments (No. 2), B.E. 2535 and (No. 3), B.E. 2560, principles of temple and monk management in Buddhism, principles of government and non-profit organization management, related academic documents and the principles of Buddha Dharma, consisting of the 3 Sikkha, Brahmawihan 4, Sangkhahavut 4, Phawana 4, and Itthibath 4. And then the studies were synthesized for presenting the Sangha's temple management.

The results of the analysis revealed that (1) problems and obstacles of temple management were finance and accounting, temple and religious properties, human resource development and administration, and (2) the principle for Sangha management of Temple in region 15 consists of the application of modern management emphasizing on modern government management principles combined with Buddhist management principle and focusing on leadership development to prepare for entering the position of abbot which is an important operational mechanism in temple management.

Keywords: Sangha Act; Monastery Management; Clergy of Thailand

Type of Article: Academic Article

Cite this article as:

Phrakrusoponthamrongkit (Kittisak Chaemsawang), Charernputh, V., & Samarath, F. (2021). Monastery management of 15th clergy of Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 576-587.

¹ Doctor of Public Administration Program, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Wang Klai Kangwon Campus
Phetkasem Road (242 km), Tambon Nong Kae, Hua Hin, Prachuap Khiri Khan 77110, Thailand
Email: preistsophon@outlook.com

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

บทนำ

วัดในพระพุทธศาสนามีสถานภาพหลายประการ เริ่มต้นจาก การเป็นที่อยู่อาศัยถาวรของพระภิกษุ สามเณร เป็นหน่วยงานบริหารกิจการคณะสงฆ์ และ กิจการสาธารณะเกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมไทย เช่น การปกครอง การศึกษา การศึกษาสงเคราะห์ การเผยแผ่ การสาธารณูปการ และการสาธารณสงเคราะห์รวมถึงเป็นสถานที่ประกอบกิจกรรมตาม ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณีเป็นแหล่งเรียนรู้ เป็นแหล่งนันทนาการ สำหรับวิธีการจัดการที่เกี่ยวข้อง กับวัด และพระสงฆ์สามเณรนั้น รัฐบาล ได้ทำการ ออกกฎหมายพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ ส่งผลให้วัดใน ประเทศไทยมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย ตาม ความในมาตรา 31 วรรคสอง และมาตรา 19 แห่ง พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 วัด จึงได้รับความคุ้มครองจากบทบัญญัติแห่งประมวล กฎหมายแพ่งและพาณิชย์รวมถึงกฎหมายอื่นๆ วัดโดย ทั่วไปไม่มีสิทธิและหน้าที่ตามกฎหมายดังเช่นบุคคล ธรรมดา เว้นแต่สิทธิและหน้าที่บางอย่างที่ตนเองมีได้ จำเป็นต้องมีผู้แทน เพื่อใช้สิทธิและหน้าที่หรือแสดง เจตนา ดังเช่นบทบัญญัติในพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ มาตรา 31 วรรคสามมีความว่า “เจ้าอาวาสเป็นผู้แทน ของวัดในกิจการทั่วไป” (Phratheppariyatsutee (Worawit Kongkapanyo), 2009)

การจัดการวัดในสมัยก่อน ขึ้นอยู่กับศรัทธาของ ชุมชนที่มีต่อพฤติกรรมจัดการและวัตรปฏิบัติของ พระภิกษุสงฆ์ แต่เมื่อความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้วัตร ปฏิบัติของพระเริ่มผิดเพี้ยนจากพระธรรมวินัยเนื่องจาก ไม่มีการควบคุมกำกับดูแลที่เหมาะสมจึงเป็นเหตุให้ พฤติกรรมการแสดงออกของพระภิกษุอาจมีวามอง อาทิเช่นการประพฤตินิดในกาม การแสวงประโยชน์ ด้วยอวิชาต่างๆ หลอกลวงให้ชาวบ้านที่ขาดความรู้ หลงเชื่อและรับอามิสสินจ้างต่างๆ สังคมไทยจึงเกิด

ความกังวลสงสัยในการจัดการวัดและบทบาทของพระ ภิกษุ ที่มีพฤติกรรมผิดเพี้ยนจากหลักธรรมวินัยโดย เฉพาะด้านการเงินและการสั่งสอน หลักพระธรรมรวม ถึงพฤติกรรมการครองตนของพระภิกษุ ถึงแม้ว่าคณะ สงฆ์จะมีการจัดการการปกครองคณะสงฆ์อย่างเป็นรูป ธรรมตั้งแต่ครั้งสมัยกรุงศรีอยุธยาจนปัจจุบันแต่ปัญหา ด้านการเงินและข้อสาวรวมถึงปัญหาด้านการสอนหลัก ธรรมที่ผิดไปจากหลักพุทธศาสนายังคงเกิดขึ้นให้เห็น ประจักษ์ในสื่อแทบทุกประเภท เมื่อทำการวิเคราะห์ อย่างเป็นระบบพบว่าปัญหาทุกอย่างมีรากฐานมาจาก ปัญหาด้านการจัดการวัดทั้งสิ้น (Phrakhruwisut- thanantakhun (Surasak Visuddhacaro), 2014)

การจัดการวัดในพระพุทธศาสนา ดำเนินการ ตามข้อกำหนดที่มหาเถรสมาคมกำหนดไว้ 6 ประการ ได้แก่ การปกครองคณะสงฆ์ การศาสนศึกษา การ ศึกษาสงเคราะห์ การเผยแผ่พระพุทธศาสนา การ สาธารณูปการ และการสาธารณสงเคราะห์ (Depart- ment of Religious Affairs, 1995) ตามพระราช บัญญัติคณะสงฆ์ โครงสร้างการจัดการวัด ประกอบด้วย เจ้าอาวาสเป็นผู้บริหารจัดการสูงสุดมีพันธกิจ ในการ จัดการคณะสงฆ์ภายในวัดต้นสังกัดให้เกิดประสิทธิผล สูงสุด ประกอบด้วย ความถูกต้อง มีความเหมาะสม มีความบริสุทธิ์ มีความยุติธรรม มีประสิทธิภาพและ เป็นไปตามพระธรรมวินัย และสำคัญที่สุดต้องทันต่อ การเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมยุคปัจจุบันที่ได้ผลกระท บจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและ คมนาคมความก้าวหน้าในเทคโนโลยีมีผลต่อการครอง ตนทั้งของฆราวาสและบรรพชิตโดยเฉพาะพฤติกรรม ของภิกษุ หลักสำคัญของการจัดการวัดประกอบด้วย การจัดการการเงิน และการจัดการปกครองการควบคุม ดูแลพระภิกษุวัดมิให้มีพฤติกรรมผิดพระวินัย รวมถึงการ การเผยแผ่ พระพุทธศาสนา การศึกษาสงเคราะห์ การ ศาสนศึกษา การสาธารณูปการ การสาธารณสงเคราะห์ และความสัมพันธ์ระหว่างวัดและชุมชน (Secretariat

of the Sangha Supreme Council, 1999) ปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการจัดการสมัยใหม่ทำให้พระภิกษุและเจ้าอาวาสที่ปกครองวัดจะต้องเกี่ยวข้องกับการเงินและการจัดการสมัยใหม่เพื่อพัฒนาวัดและภิกษุในสังกัด ประกอบด้วย การบริหารบุคคล (man) งานธุรการ (management) งานการเงิน (money) และงานอาคารสถานที่สิ่งแวดล้อม ศาสนนูปการ (material) เป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการวัดสมัยใหม่ (Phanaree, 2014) เพื่อควบคุมการพัฒนาวัดและพระลูกวัดให้พัฒนาไปในทางที่ถูกต้องในหลักการพัฒนาศาสนาพุทธเพื่อพัฒนาสังคมและประเทศชาติตาม วัตรปฏิบัติตามหลักพุทธธรรมที่สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงบัญญัติไว้เพื่อให้ภิกษุได้ยึดเป็นแนวทางในการครองตนและการประกอบกิจกรรมทั้งในด้านการจัดการวัด การจัดการความสัมพันธ์กับชุมชน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

วัดในพระพุทธศาสนา เป็นสถานที่สำหรับการประกอบกิจกรรมทางศาสนา ตามปกติจะประกอบด้วย โบสถ์ วิหาร และที่อยู่ของสงฆ์ หรือนักบวช (Royal Institute, 2011) ส่วนด้านเสนาสนะและอาคารวัดต่างๆ รวมทั้งที่ดินที่ตั้งวัดเป็นที่ธรณีสงฆ์ จัดเป็นศาสนสมบัติวัด ที่ตั้งวัดจะมีอาคารเสนาสนะ แบ่งเป็น เขตพุทธาวาส ได้แก่ บริเวณที่ตั้งอุโบสถ วิหาร เขตสังฆาวาส ได้แก่ บริเวณที่พำนักอาศัยศึกษาปฏิบัติธรรมวินัย และ ประกอบศาสนกิจของภิกษุ ตลอดจนเป็นที่บำเพ็ญกุศลต่างๆ ของพุทธบริษัทโดยทั่วไป ได้แก่ กุฏิ ศาลาการเปรียญต่างๆ เขตศาสนสงเคราะห์ ได้แก่ โรงเรียน พระปริยัติธรรม อาคาร ฌาปนสถานต่างๆ เป็นต้น ตามความในพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 และแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติ คณะสงฆ์ (ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2535) มาตรา 31 บัญญัติว่า วัดมีสองอย่าง (Chotihayangkul, 2007) ได้แก่ วัดที่ได้รับ

พระราชทานวิสุงคามสีมา และสำนักสงฆ์

การจัดการวัดและการปกครองคณะสงฆ์ ซึ่งการบริหารปกครองคณะสงฆ์มีการกำหนดวิธีการทางปกครองสามารถสืบค้นได้มาตั้งแต่สมัยสุโขทัยสืบทอดมา บทความนี้จะได้มีการนำเสนอวิธีการจัดการและปกครองสงฆ์ในสมัยปัจจุบัน

การปกครองคณะสงฆ์ตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ ตามความในพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 มาตรา 8 และ มาตรา 9 และที่แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 และฉบับที่ 4 พ.ศ. 2561 ที่มีสาระสำคัญเรื่องพระราชอำนาจของพระมหากษัตริย์ที่จะแต่งตั้ง สถาปนาและถอดถอนสมณศักดิ์ และแต่งตั้งคณะกรรมการมหาเถรสมาคม กำหนดให้ สมเด็จพระสังฆราชสกลมหาสังฆปริณายก ทรงเป็นพระประมุขของสงฆ์บริหารงานคณะสงฆ์โดยมหาเถรสมาคม ประกอบด้วย เพื่อออกกฎระเบียบโดยมีสมเด็จพระสังฆราชเป็นประธานมหาเถรสมาคมซึ่งประกอบด้วยสมเด็จพระสังฆราช ทรงดำรงตำแหน่งประธานกรรมการและกรรมการอื่นอีกไม่เกิน 20 รูป ซึ่งแต่งตั้งโดยพระมหากษัตริย์ ประกอบด้วย สมเด็จพระราชาคณะและพระราชาคณะ หรือพระภิกษุผู้มีพรรษาและจริยาวัตรในพระธรรมวินัยที่เหมาะสมแก่การปกครองคณะสงฆ์ ดำรงตำแหน่งกรรมการมหาเถรสมาคมที่มีวาระดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี และการพ้นตำแหน่งนอกเหนือการดำรงตำแหน่งตามวาระเมื่อ มรณภาพ พ้นจากความเป็นภิกษุ ลาออก พระมหากษัตริย์มีพระบรมราชองค์การให้ออก (มาตรา 12 มาตรา 14 มาตรา 15 พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ฉบับที่ 4) การปกครองคณะสงฆ์ต้องอยู่ภายใต้การปกครองของมหาเถรสมาคม การปกครองคณะสงฆ์ ส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้มีเจ้าคณะใหญ่ (หน) จำนวน 4 หน ได้แก่ เจ้าคณะใหญ่หนกลาง เจ้าคณะใหญ่หนตะวันออก เจ้าคณะเหนือและเจ้าคณะใหญ่หนใต้ ปกครองดูแลคณะสงฆ์ ทั้งใน ส่วนกลางและส่วนภูมิภาคตาม

ลำดับ โดยมีเจ้าคณะปกครองรองลงมาต่อจากเจ้าคณะใหญ่ คือ เจ้าคณะภาค เจ้าคณะจังหวัด เจ้าคณะอำเภอและเจ้าคณะตำบล มีเจ้าอาวาสเป็นส่วนปกครองระดับล่างสุด

สำหรับอำนาจหน้าที่ของเจ้าคณะปกครองต่างๆ ให้มหาเถรสมาคมเป็นผู้ออกกฎระเบียบในการบริหารจัดการ ส่วนอำนาจหน้าที่ของเจ้าอาวาสได้มีบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ ฉบับปัจจุบัน ลักษณะโครงสร้างองค์กรคณะสงฆ์ มีสายการบังคับบัญชาแบบแนวตั้ง รวมศูนย์อำนาจการ บริหารจัดการอยู่ที่มหาเถรสมาคม โดยมีเจ้าคณะระดับต่างๆ เป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการเป็นลำดับชั้น ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ระบบการบริหารจัดการมีลักษณะคล้ายการจัดการภาคราชการและมีระบบศักดินา โดยมีระบบอุปถัมภ์เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ด้วยในทุกขั้นตอนปฏิบัติ โดยมีกรมการศาสนาเป็นผู้รับสนองงาน และอธิบดีกรมการศาสนา เลขาธิการมหาเถรสมาคมโดยตำแหน่ง ดังนั้น เอกสารทางราชการคณะสงฆ์ส่วนใหญ่จะส่งผ่านจากเจ้าอาวาส โดยผ่านเจ้าคณะปกครองตามลำดับชั้น ได้แก่ เจ้าคณะตำบล เจ้าคณะอำเภอ เจ้าคณะภาค เจ้าคณะหน และมารวบรวมไว้ที่กรมการศาสนา เพื่อนำเสนอที่ประชุมมหาเถรสมาคมพิจารณา ในขั้นตอนสุดท้าย กรรมการมหาเถรสมาคม มีวาระการประชุมเดือนละหนึ่งครั้ง เพื่อบริหารกิจการ งานคณะสงฆ์ และพัฒนาความเจริญรุ่งเรืองด้านการศึกษา การเผยแผ่หลักพุทธธรรมและการสาธารณ สงเคราะห์ของพระพุทธศาสนาสืบไป

ถึงแม้ว่าการปกครองคณะสงฆ์ เมื่อว่าโดยบทบัญญัติที่ว่าด้วยการคณะสงฆ์แล้วจะไม่มีปรากฏหรือใช้คำว่า “องค์กร” ก็ตาม แต่เมื่อว่าโดยลักษณะการปกครองหรือการดำเนินกิจการคณะสงฆ์แล้วย่อมจัดเป็นองค์กรได้ เพราะการปกครองคณะสงฆ์นั้น โดยรูปแบบมีสมเด็จพระสังฆราชทรงดำรงตำแหน่ง สกลมหาสังฆปริณายก ทรงบัญชาการคณะสงฆ์ทุก

คณะ และมีหน่วยบัญชาการคณะสงฆ์หรือศูนย์รวมอำนาจการปกครอง คือ มหาเถรสมาคม เป็นสถาบันปกครองคณะสงฆ์สูงสุดจากนั้นมีหน่วยงานลดหลั่นกันตามสายงาน ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ซึ่งทุกหน่วยงานมีความสัมพันธ์กันและโยงเข้าสู่องค์กรส่วนกลาง (Phratheppariyatsutee (Worawit Kongkapanyo), 2009)

จากองค์กรปกครองคณะสงฆ์ดังกล่าวข้างต้น จะสังเกตได้ว่าอำนาจการบริหารงานของคณะสงฆ์นั้นรวมศูนย์อยู่ที่องค์กรส่วนกลางซึ่งมีคณะทำงานฝ่ายต่างๆ พอสมควร ทั้งที่ควรกำกับเชิงนโยบายและ งานบริหารทั่วไปเท่านั้น แต่การปกครองในระดับส่วนภูมิภาค ซึ่งเป็นองค์กรซึ่งมีพื้นที่ดำเนินงานจริง โดยเฉพาะระดับจังหวัดลงมาแล้วกลับไม่มีคณะทำงานขึ้นมารองรับภารกิจของคณะสงฆ์เลย โดยอำนาจหน้าที่ จะอยู่กับเจ้าคณะแต่ละระดับเพียงรูปเดียวเท่านั้น

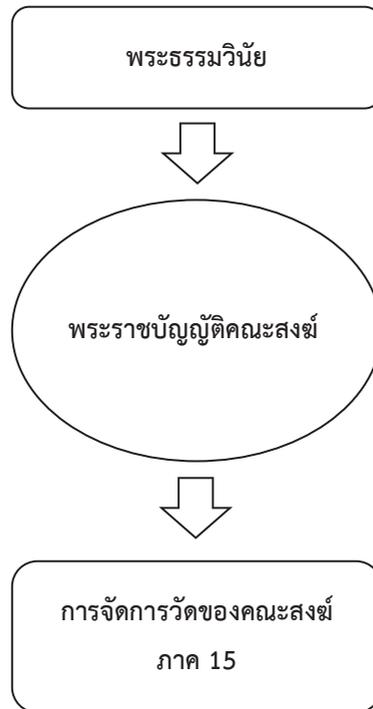
ศาสตร์และศิลป์ในการจัดการทรัพยากรทางการจัดการ ประกอบด้วย บุคคลากร งบประมาณ การจัดการองค์กรไม่แสวงกำไร วัสดุอุปกรณ์ ทางการจัดการมาดำเนินการให้บรรลุหลัก พันธกิจ 6 ประการของวัดในพระพุทธศาสนา ประกอบด้วย การปกครอง การศาสนศึกษา การศึกษาสงเคราะห์ การเผยแผ่ การสาธารณูปการ การสาธารณสงเคราะห์ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยดีงามถูกต้องตามหลัก พระธรรมวินัย และ กฎหมาย กฎระเบียบ คำสั่งมติ ประกาศของมหาเถรสมาคมและพระบัญชาของสมเด็จพระสังฆราช คณะเดียวกันต้องสอดคล้องกับสภาวะของการเปลี่ยนแปลงในบริบทของโลกาภิวัตน์ การจัดการวัด” จึงมีความหมายกว้าง ทั้งการดูแลรักษาตน การปกครองดูแลรักษาหมู่คณะ คือ พระภิกษุสงฆ์ทั้งวัดรวมทั้งสามเณรและคฤหัสถ์ที่มีที่อยู่หรือพำนักอยู่ในวัด รวมทั้งการจัดการ กิจการของวัดซึ่งมีทั้งกิจกรรมต่างๆ พิธีกรรมต่างๆ และการจัดการทางด้านการเงินและทรัพย์สินอื่นๆ ของ วัดอันเป็นของส่วนรวมของพระภิกษุทั้งวัด

การจัดการภาครัฐแนวใหม่ ตามแนวคิดของ Hood (1991) สะท้อนให้เห็นว่า แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management--NPM) เริ่มต้นขึ้นจากความพยายามในการอธิบายปรากฏการณ์ทางการบริหารงานภาครัฐที่เกิดขึ้นราวทศวรรษที่ 1980 ในประเทศกลุ่มเวสต์มินสเตอร์ (Westminster) ประกอบด้วย อังกฤษ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และแคนาดา โดยประเทศเหล่านี้ได้ดำเนินการปฏิรูประบบการบริหารงานภาครัฐก้าวหน้าไปอย่างมาก ด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อพัฒนากลไกการบริหารงานภาครัฐจึงต้องมีสมรรถนะในการจัดการที่สูงเพียงพอสำหรับรองรับการขับเคลื่อนประเทศให้ก้าวไปข้างหน้าและในทิศทางที่พึงประสงค์ โดยได้ดำเนินการที่สำคัญ ประกอบด้วย การลดขนาดการเติบโตของรัฐ การแปรรูปโดยให้เอกชนรับดำเนินการแทน มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการสาธารณะ และเป็นหัวข้อในความร่วมมือระหว่างประเทศในประเด็นการจัดการภาครัฐ การกำหนดนโยบาย และความร่วมมือต่างๆ ที่เกิดขึ้น จึงเป็นที่มาของหลักนิยมในการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (doctrines of NPM) ประกอบด้วยหลัก 7 ประการ ดังนี้ (1) การใช้มืออาชีพดำเนินการในภาครัฐมีอำนาจอิสระในการจัดการ มีการ ตรวจสอบได้ที่มีความรับผิดชอบที่ชัดเจน (2) มาตรฐานและการประเมินผลงาน มีเป้าหมาย ตัวชี้วัดความสำเร็จเชิงปริมาณ โดยเฉพาะการบริการอย่างมืออาชีพมีการตรวจสอบที่มีเป้าหมายที่ชัดเจน ประสิทธิภาพ ต้องมองที่วัตถุประสงค์การตรวจสอบที่มีเป้าหมายที่ชัดเจน ประสิทธิภาพต้องมองที่วัตถุประสงค์ (3) มุ่งเน้นผลลัพธ์การจัดสรรทรัพยากร และรางวัลตามผลงาน มุ่งเน้นผลลัพธ์มากกว่าวิธีการทำงาน (4) มุ่งไปยั้งการทำให้หน่วยงานในภาครัฐเล็กลง แยกหน่วยงานที่เป็นหนึ่งเดียวออกเป็นส่วนต่างๆ ในการกระจายอำนาจเพื่อให้มีความเป็นธรรม จำเป็น

ต้องสร้างหน่วยงานต่างๆ ในการจัดการให้มีการแยก การจัดหาและการผลิตออกจากกัน เพื่อประโยชน์ทางด้านประสิทธิภาพจากการใช้สัญญาให้ผู้อื่นมาดำเนินการแทน (5) มุ่งไปยั้งการแข่งขันที่มากขึ้นในภาครัฐ เป็นวิธี การใช้สัญญาของราชการแข่งขัน ทำให้ลดต้นทุน และมีมาตรฐานสูงขึ้น (6) เน้นแนวทางบริหารของภาคเอกชน เปลี่ยนจากจริยธรรมการบริการสาธารณะแบบทหาร ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้นในการจ้างและให้รางวัล จำเป็นต้องใช้เครื่องมือการจัดการแบบเอกชนที่พิสูจน์แล้วในภาครัฐ และ (7) เน้นการใช้หลักการและหลักประหยัดในการใช้ทรัพยากรลดต้นทุนทางตรง มีการสร้างวินัยต่อต้านความต้องการของสหภาพ และลดต้นทุนที่ปรับตัวเป็นแบบธุรกิจ จำเป็นต้องตรวจสอบความต้องการทรัพยากรในภาครัฐ และทำให้มากขึ้น แต่จ่ายน้อยลง

ความหมายของการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาจากการใช้หลักเศรษฐศาสตร์ที่มีทางเลือกสาธารณะ (public choice) ทฤษฎีต้นทุนการทำธุรกรรม (transaction cost theory) และทฤษฎีเจ้าของตัวแทน (principal-agent theory) ที่ส่งผลให้เกิดการแข่งขัน มีทางเลือกมากขึ้น มีความโปร่งใส และมีการใช้ค่าตอบแทนจูงใจรวมกับหลักบริหารธุรกิจที่มีการใช้มืออาชีพที่มีความสามารถมาจัดการ ทำให้ผลการทำงานดีขึ้น นอกจากนั้น Hood ยังได้ใช้ค่านิยมของการจัดการภาครัฐ โดยแบ่งเป็นค่านิยมแบบ Sigma-Type Values ที่เน้นความประหยัดและตรงตามวัตถุประสงค์ ค่านิยมแบบ Theta-Type Values ที่เน้นความซื่อสัตย์ และความยุติธรรม และค่านิยมแบบ Lambda-Type Values ที่เน้นคงทนและการฟื้นตัวเร็ว โดยนำมุมมองของค่านิยมเหล่านี้มาเปรียบเทียบในการนำมาใช้ โดยหากมีค่านิยมอย่างหนึ่งมาก ค่านิยมอีกอย่างหนึ่งก็จะลดลงไป เพราะฉะนั้น จึงเป็นไปได้ที่จะมีค่านิยมทั้งหมดในการบริหารที่เท่ากัน (Hood, 1991)

กรอบในการวิเคราะห์



ภาพ 1 กรอบในการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคการจัดการวัดของคณะสงฆ์ ภาค 15

1. การจัดการด้านการเงิน ทางการเงินและงบประมาณ โดยส่วนใหญ่วัดไม่มีโครงสร้างในการบริหารการเงินของวัดอย่างเป็นระบบการจัดทำรายงานทางการเงินตามมาตรฐานบัญชีของวัดยังไม่มีหลักฐานเด่นชัดว่าวัดมีการดำเนินการอย่างถูกต้องโดยแม้ว่าวัดจะมีการบันทึกรายรับรายจ่ายและจัดทำบัญชีเป็นประจำแต่อาจเป็นบัญชีที่ทำอย่างง่ายหรือตามความเข้าใจของผู้จัดทำเท่านั้นยังไม่สอดคล้องกับหลักมาตรฐานบัญชีสากลที่รับรองกันโดยทั่วไป รวมถึงยังไม่มี การตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีอนุญาตการเผยแพร่ให้สาธารณชนรับทราบข้อมูลทางการเงินของวัดอยู่ในวง

จำกัดและยังคงขาดการรวบรวมข้อมูลที่เป็นระบบโดยหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลการบริหารการเงินของวัดอย่างเป็นระบบวัดยังขาดกระบวนการตัดสินใจในการลงทุนเพื่อใช้ประโยชน์จากศาสนสมบัติอย่างเป็นระบบภาพรวมกล่าวได้ว่า มีเงินหมุนเวียนในรูปของรายได้และรายจ่ายประมาณ 100,000-120,000 ล้านบาทต่อปี ในขณะที่การจัดทำบัญชีและการตรวจสอบยังไม่มีระบบชัดเจนการบริหารจัดการการเงินของวัดควรยึดหลักธรรมาภิบาลหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติขาดบทบาทในการกำหนดกรอบการกำกับดูแลการบริหารจัดการทางการเงินของวัดให้สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล ของผู้มีอำนาจหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการภายในวัดรวมถึงปัญหาอุปสรรคสำคัญของ

การจัดการการเงินให้สอดคล้องตามหลักธรรมาภิบาล หลักเกณฑ์การจัดทำบัญชี ของพระอารามหลวง ส่วนใหญ่ทำตามกฎเกณฑ์ระเบียบของพระอารามหลวงเอง ผู้จัดทำบัญชีและออกรายงานคือ ไวยาวัจกร ผู้ตรวจสอบความถูกต้องของบัญชีภายในวัดส่วนใหญ่คือเจ้าอาวาสและส่วนใหญ่ไม่มีการตรวจสอบบัญชีของพระอารามหลวงจาก หน่วยงานภายนอก การได้มาซึ่งรายได้ของพระอารามหลวงพบว่าส่วนใหญ่แหล่งที่มาคือผู้บริจาคตามวัตถุประสงค์ของการทำบุญการปฏิบัติ เมื่อรับเงินมีการจัดเก็บเอกสารการรับเงินอย่างเป็นระบบการออกอนุโมทนาบัตรให้ขึ้นอยู่กับคำร้องขอของผู้บริจาค พระอารามหลวงส่วนใหญ่จะปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ มีการสำรองเงินไว้แก้ปัญหาประมาณสามถึงห้าพันบาทโดยเก็บไว้ที่เจ้าอาวาสเงินบริจาคที่เหลือนำฝากธนาคารในชื่อบัญชีของพระอารามหลวง การบริหารจัดการค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นเงินสดมีการจัดเก็บเอกสารการเงินอย่างเป็นระบบ ผู้มีอำนาจเงินในบัญชีหลักคือเจ้าอาวาสและร่วมด้วยคณะกรรมการวัดทรัพย์สินของวัด พระเป็นผู้ดูแลไวยาวัจกรทำหน้าที่จัดทำทะเบียน พระอารามหลวงเห็นด้วยกับการใช้แบบพิมพ์ที่สำนักงานพระพุทธศาสนากำหนด และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ในการควบคุมภายในปัญหาสำคัญได้แก่การไม่แบ่งแยกหน้าที่ในการดูแลทรัพย์สินกับการดูแลบัญชีจึงเปิดช่องให้มีการทุจริต

นอกจากวัดส่วนใหญ่ไม่ได้จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย แล้วยังไม่จัดทำทะเบียนคลังพัสดุ การตรวจสอบรายงานผลต่อเจ้าคณะปกครองฝ่ายสงฆ์ จะมีการทำเด่นชัดเฉพาะวัดใหญ่ๆ หรือพระอารามหลวง ซึ่งอยู่ในเขตเทศบาลและเมืองหลวง ส่วนวัดที่อยู่ในส่วนภูมิภาคหรือในเขตชนบท มีน้อยมากในการดำเนินการดังกล่าว เจ้าอาวาสส่วนใหญ่ขาดความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการดูแล ทรัพย์สินและศาสนสมบัติวัด และมักจะบริหารจัดการแต่เพียงผู้เดียว ไม่ได้มีการกระจายอำนาจหรือแบ่งหน้าที่ให้ พระสงฆ์หรือ

กรรมการวัดอย่างชัดเจน กรรมการวัดที่เข้ามาช่วยเหลือกิจการดูแลทรัพย์สินของวัด และศาสนสมบัติวัด ส่วนใหญ่ขาดความรู้ ความชำนาญในการจัดทำบัญชีรายรับ - รายจ่าย วัดในเขตชนบท มักจะได้รับอิทธิพลจากกรรมการวัดในพื้นที่ วัดที่มีทรัพย์สินรายได้จำนวนมาก มักจะมีผู้มีอิทธิพลเข้าไปแสวงหาผลประโยชน์ การจัดสรรผลประโยชน์ของวัดบางส่วนยังไม่เหมาะสม และไม่ได้ปฏิบัติตามกฎระเบียบของ คณะสงฆ์และมหาเถรสมาคม

2. การบริหารจัดการดูแลทรัพย์สินและศาสนสมบัติของวัด เนื่องจากเจ้าคณะปกครองไม่ได้เข้มงวดและขาดการตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง พุทธศาสนิกชนไม่สามารถเข้าไปรู้เห็นหรือรับทราบผลการ ดำเนินการบริหารจัดการดูแลทรัพย์สินและศาสนสมบัติวัด ขณะที่กฎหมายว่าด้วยคณะสงฆ์ แม้ว่าจะมีบทบัญญัติกำหนดเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ วิธีการในการบริหารจัดการที่ศาสนสมบัติกฎหมายว่าด้วย คณะสงฆ์ แม้ว่าจะมีบทบัญญัติกำหนดเกี่ยวกับ หลักเกณฑ์ วิธีการในการบริหารจัดการที่ศาสนสมบัติไว้ก็ตามแต่ ก็ไม่เป็นการครอบคลุมถึงศาสนสมบัติกลาง และศาสนสมบัติของวัดและ ไม่ครอบคลุมถึงประเภทนิติกรรมที่สามารถดำเนินการได้ อีกทั้งไม่มีบทบัญญัติในการตรวจสอบ กำกับดูแล และประเมินผลงานการบริหาร จัดการศาสนสมบัติ ส่วนองค์กรและรูปแบบในการบริหารจัดการนั้น อาจกระทำโดยบุคคลที่ไม่มี ความรู้เชี่ยวชาญในการบริหารจัดการทางธุรกิจที่เพียงพอ และแม้ว่า เชี่ยวชาญในการบริหารจัดการที่เพียงพอ และ แม้ว่าจะประมวลกฎหมายที่ดินได้มีบทบัญญัติควบคุมในส่วนการถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินของวัด ไม่ให้วัดมีกรรมสิทธิ์ ในที่ดินมากเกินจำนวนที่จะเป็นกับสถานที่ของวัด เนื่องจากที่ดินของวัดแม้โดยสภาพข้อเท็จจริงจะมีลักษณะ กรรมสิทธิ์เหมือนที่ดินของเอกชน สามารถนำมาหมุนเวียนทางเศรษฐกิจได้ก็ตาม แต่ทางกฎหมายอาจถือได้ว่า เป็น “ทรัพย์สินที่ตาย”

แล้ว เพราะจะมีหลักเกณฑ์ทางกฎหมายกำหนดควบคุม การดำเนินการในบางเรื่องไว้ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการจัดการได้คล่องตัวเท่าที่ควรเหมือนดังเช่นทรัพย์สิน ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของเอกชน อัน ก่อให้เกิดปัญหาในการ บริหารจัดการ

3. การจัดการปกครอง ตัวอย่างการบริหารจัดการ วัดทางด้านการศึกษาพบว่า ปัญหาการบริหารจัดการ วัดด้านปกครอง ได้แก่ การขาดการทำกิจกรรมร่วมกัน ขาดการรักษากฎระเบียบโดยเคร่งครัดและการทำการ ลงโทษอย่างสมเหตุสมผล ด้านศาสนศึกษา ควรอธิบาย ความสำคัญของการศึกษาให้ภิกษุ สามเณร ให้เข้าใจ ทัวถึง ให้ขวัญกำลังใจผู้เรียน นักธรรมและบาลี ด้าน การศึกษาสงเคราะห์ ควรส่งเสริมการจัดตั้งโรงเรียน พุทธศาสนา ด้านการเผยแผ่ ควรมีการฝึกอบรมใน ส่วนของการเผยแผ่ธรรมแก่พระภิกษุสงฆ์ ด้านการ สาธารณูปการ ควรปลูกฝังการเอาใจใส่ดูแลควบคุม ปฏิสังขรณ์แก่พระภิกษุ ด้านสาธารณสงเคราะห์ ควรจัด ตั้งกองทุนเพื่อการสาธารณสงเคราะห์ร่วมกันระหว่าง วัดกับชุมชน และบางครั้งการบริหารจัดการวัดมัก ประสบปัญหาด้านการไม่เห็นด้วยกับผู้บริหารหรือ ผู้ปกครองอยู่ภายใต้บังคับบัญชาส่วนใหญ่ยังไม่เห็น ผู้บริหารหรือผู้ปกครองทำหน้าที่ในการบริหารอย่าง เต็มกำลังความสามารถ แต่มีการวางแผน นโยบายและ วัตถุประสงค์ ในการบริหารงานได้เป็นอย่างดีตลอด ถึงการวางตัวบุคคลในการทำงานได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น พระภิกษุและสามเณรหรือผู้อยู่ภายใต้บังคับ บัญชาต้องการให้ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาทุกระดับ ชั้นมีภาวะความเป็นผู้นำที่ดีและทำงานอย่างเต็มความ สามารถของตนเอง ด้วยความเสียสละ สามัคคี อุดหนุน และเห็นประโยชน์ส่วนรวม

การปกครองคณะสงฆ์ในยุคปัจจุบัน เนื่องจากมี การพัฒนาการด้านเทคโนโลยี ซึ่งบูรณาการด้วย หลัก พุทธธรรมนำการปกครองไปพร้อมกับความเจริญและมี กฎหมาย พระราชบัญญัติ ข้อบังคับระเบียบต่างๆ

มาเกี่ยวเนื่องพระธรรมวินัย โดยเฉพาะการปกครองคณะ สงฆ์มีรูปแบบที่แตกต่างไปจากสมัยก่อนมาก คือ ด้าน การปกครอง ด้านการศึกษา ด้านการเผยแผ่ ด้าน การศึกษาสงเคราะห์ ด้านการสาธารณูปการ และด้าน การสาธารณสงเคราะห์ ซึ่งมีรูปแบบที่ปฏิบัติชัดเจน มากยิ่งขึ้น ผู้ที่จะเป็นผู้นำในการปกครองคณะสงฆ์ใน ยุคปัจจุบันนี้ต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ มีความรู้ ความ สามารถ และเป็นผู้เพียบพร้อมด้วยจริยวัตรข้อปฏิบัติ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของคณะสงฆ์และประชาชนในชุมชน และสังคมไทย ผู้ปกครองต้องมีความรู้ความสามารถ สูง มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา มีการสื่อสารและการ คมนาคมเดินทางไปมาสะดวก สามารถติดต่อสื่อสาร ได้อย่างรวดเร็ว การปกครองคณะสงฆ์ให้ยึดพระธรรม วินัยเป็นหลัก โดยเน้นบริหารจัดการเชิงพุทธมุ่งการ สร้างความสามัคคี โดยบริหารแบบพอปกครองลูก ใช้ หลักสังคหวัตถุ 4 และพรหมวิหาร 4 ในการครองตน ครองคนและครองงาน

ผลการวิเคราะห์แนวทางการจัดการวัดของ คณะสงฆ์ ภาค 15

1. การจัดการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากวัดเป็นองค์กรที่ไม่แสวงกำไรและขับเคลื่อน โดยภิกษุที่ทำหน้าที่เจ้าอาวาสเพื่อให้เกิดการจัดการ อย่างมีประสิทธิภาพ ตามหลักพระพุทธศาสนาบัญญัติ หลักการพัฒนาคน ได้แก่ สิกขา 3 พรหมวิหาร 4 สังคหวัตถุ 4 ภาวนา 4 อิทธิบาท 4 และสัพปุริสธรรม 7 พบว่า รูปแบบการพัฒนาพระสังฆาธิการตามแนวทั่วไป และตามแนว พระพุทธศาสนา ที่จะให้มีประสิทธิภาพ ในการบริหารกิจการคณะสงฆ์ทั้ง 6 ด้าน ควรมีการ บูรณาการ การพัฒนาพระสังฆาธิการ ตามแนวทั่วไป และพระพุทธศาสนา เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการ บริหารกิจการคณะสงฆ์มากยิ่งขึ้น

2. ภาวะผู้นำของเจ้าอาวาสประกอบด้วย เช่น สิกขา 3 พรหมวิหาร 4 สังคหวัตถุ 4 ภาวนา 4 อิทธิบาท 4 ผสานกับทฤษฎีการจัดการภาคสมัยใหม่

เนื่องจาก วัดเป็นนิติบุคคลไม่ว่าจะเป็นวัดหลวงหรือ วัดราษฎร์การจัดการใดๆ ต้องอยู่ภายใต้ กฎหมาย ทั้งสิ้น การประยุกต์ใช้หลักการจัดการภาครัฐจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เนื่องจาก การจัดการภาครัฐสมัยใหม่ เป็นหลักการจัดการที่ภาครัฐได้ประยุกต์ใช้ หลักการจัดการของภาคเอกชนมาเพื่อแก้ปัญหาการจัดการสาธารณะที่มีลักษณะเชิงซ้ำซ้อนเนื่องจาก ความเป็นองค์กรขนาดใหญ่ (bureaucracy) มีขั้นตอน และสายงานการบังคับบัญชาที่ยาวและสลับซับซ้อน ประกอบด้วยกฎเกณฑ์ ระเบียบ ที่ยึดถือเป็นหลักในการจัดการ ก่อให้เกิดการไม่สนองตอบต่อประชาชน อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จึงได้มีการปรับเปลี่ยน กรอบความคิดเพื่อให้เกิดประสิทธิผลต่อการจัดการ หลักการสำคัญของการจัดการภาครัฐแนวใหม่ ได้แก่ การคิดสรร มีอาชีพเข้ามาทำงาน มีการกำหนด มาตรฐานการทำงานที่ชัดเจนมีการวัดและประเมิน ผลอย่างเป็นรูปธรรม การจัดโครงสร้าง องค์กรที่เน้น ความกระชับแบนราบสามารถตอบสนองต่อภารกิจได้ อย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการจ้างงานแบบพันธสัญญา ประยุกต์กลไกการตลาดในการบริหารจัดการสาธารณะ ให้ความสำคัญต่อประสิทธิภาพมากกว่า ความเสมอภาค ความมั่นคง

3. การจัดการทรัพย์สินของวัดและพระภิกษุ การจัดการทางบัญชีทรัพย์สินของวัดทรัพย์สิน เงินทอง รายได้ รวมถึงผลประโยชน์อื่นใดที่ได้มาจากการดำเนินการภายใต้ร่มกาสาพัศตร์ ย่อมตกเป็นของพระพุทธศาสนา หากทรัพย์สินส่วนบุคคลของผู้ใด ไม่ว่าจะ เป็นพระสงฆ์รูปไหนหรือวัดใดก็ตามควรจะต้องโอนทรัพย์สินที่พระพุทธองค์เคยฝากฝังพระพุทธศาสนาไว้กับ “พุทธบริษัท 4” คือ ภิกษุ ภิกษุณี อุบาสก และอุบาสิกา ให้ช่วยกันทำนุบำรุง คุ้มครองสืบทอดพระพุทธศาสนาให้มีความยั่งยืน โดยการบริหารจัดการเกี่ยวกับทรัพย์สิน เงินทอง รายได้ ทั้งของวัดและของพระ ควรจะปฏิรูป โดยให้พุทธบริษัท 4 เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหาร

จัดการ เพื่อแบ่งเบาภาระตัดทอนกิเลส และทำให้เกิด ความโปร่งใสสูงสุดต่อพระพุทธศาสนาโดยส่วนรวม

4. กำหนดให้มีผลเป็นการแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1623 ที่บัญญัติว่า “ทรัพย์สินของพระภิกษุที่ได้มาในระหว่างเวลาที่อยู่ในสมณเพศนั้น เมื่อพระภิกษุนั้นถึงแก่มรณภาพให้ตกเป็นสมบัติของวัดที่เป็นภูมิลำเนาของพระภิกษุนั้น เว้นไว้แต่พระภิกษุนั้นจะได้จำหน่ายไปในระหว่างมีชีวิตหรือโดย พินัยกรรม” จะเห็นได้ว่าในมาตรานี้มีช่องว่างในทางกฎหมายที่อาจจะหลีกเลี่ยงได้โดยนำทรัพย์สินที่ได้มา ในระหว่างที่อยู่ในสมณเพศ เช่น มีผู้ถวายที่ดินให้แก่ วัดแต่ได้ใส่ชื่อเจ้าอาวาสหรือพระภิกษุรูปใดรูปหนึ่งใน วัดนั้นเป็นเจ้าของที่ดินตามโฉนด แต่โดยข้อเท็จจริง แล้วผู้ศรัทธาต้องการที่จะถวายให้กับวัด แต่โดยช่องว่างของกฎหมายดังกล่าว ก่อนที่พระภิกษุจะถึงแก่ มรณภาพ หรือลาสิกขาไปก่อน ที่ดินนั้นก็ตกเป็น กรรมสิทธิ์ของผู้อื่นไปเลยหรืออาจจะหลีกเลี่ยงได้ โดยการจำหน่ายจ่ายโอนในระหว่างมีชีวิตให้กับคนอื่นหรือ หลีกเลี่ยงโดยการทำพินัยกรรมยกทรัพย์สินให้กับบุคคลอื่น เพราะฉะนั้นเมื่อถึงแก่มรณภาพทรัพย์สินนั้นก็จะเป็นสมบัติของวัด ดังนั้น เพื่อให้เป็นไปตามพระธรรมวินัย ทรัพย์สินที่ได้มาระหว่างเป็นพระภิกษุให้ตกเป็น ของวัดตั้งแต่วันที่เข้ามา แต่ให้พระภิกษุสามารถใช้ได้ โดยผ่านไวยาวัจกร ไม่สามารถจำหน่ายจ่ายโอนหรือทำ พินัยกรรมยกให้บุคคลอื่นได้ ควรกำหนดให้วัดเป็นศูนย์ กลางของการปฏิรูปทั้งการบริหารวัด การแต่งตั้งและการถอดถอนเจ้าอาวาส การปฏิบัติให้เป็นไปตามพระ ธรรมวินัย โดยให้วัดมีอิสระในการดำเนินการโดยอาศัย การมีส่วนร่วมของเจ้าอาวาส คณะสงฆ์ในวัดและพุทธ ศาสนิกชนในวัดและที่อยู่รอบวัด ร่วมกันบริหารและ ดูแลวัด ควรให้มีกลไกในการนำพระธรรมวินัย ซึ่งเป็น หลักการปฏิบัติตามพุทธบัญญัติที่ทรงไว้ซึ่งความดี ความ ถูกต้อง และความบริสุทธิ์ของพระพุทธศาสนามา กำหนด เป็นแนวทางให้พุทธบริษัท 4 ได้ปฏิบัติตามโดยชัดเจน

บทสรุป

การจัดการวัดของคณะสงฆ์ ภาค 15 ต้องเปิดรับการจัดการสมัยใหม่ที่เน้นหลักการจัดการภาครัฐสมัยใหม่ผสมผสานกับหลักการบริหารเชิงพุทธ เช่น สิกขา 3 พรหมวิหาร 4 สังคหวัตถุ 4 ภาวนา 4 อิทธิบาท 4 และสัปปุริสธรรม 7 และเน้นการพัฒนาภาวะผู้นำเพื่อเตรียมการสำหรับการเข้าสู่ตำแหน่งเจ้าอาวาส ที่เป็น กลไกสำคัญระดับ ปฏิบัติการในการจัดการวัดที่จะสะท้อนการจัดการคณะสงฆ์ โดยเจ้าอาวาสต้องได้รับการพัฒนาภาวะผู้นำและมีคุณสมบัติตามหลักพระธรรมวินัย ประกอบด้วย ความรู้ ความสามารถทั้งทางโลก และทางธรรม อาทิ และจำเป็นต้องมีความรู้ทางโลกได้แก่ความรู้ทางด้านการจัดการ คุณสมบัติดังกล่าว จะมีได้ผู้ที่จะเป็นเจ้าอาวาสต้องผ่านการศึกษาทั้งทางการศึกษาด้าน พุทธธรรมและการศึกษาตามรูปแบบการจัดการการศึกษาของประเทศ มหาเถรสมาคมและรัฐบาลต้อง พิจารณาสันนิษฐานให้เป็นรูปธรรม การจัดการการปกครองวัดโดยคณะสงฆ์ที่ ควรยึดหลักพระธรรมในการปกครอง ประกอบกับเน้นการใช้หลักการจัดการสมัยใหม่โดยเฉพาะหลักการจัดการองค์การไม่แสวงกำไรและเข้มงวด ในการปกครองให้พระและสามเณร ครองตนให้เหมาะสมกับสมณะรูป โดยที่เจ้าอาวาสต้องประพฤติตนเป็นตัวอย่างที่ดี การจัดการด้านการเงินของวัด ต้องมีการทำบัญชี รายรับและรายจ่ายที่ เป็นตามระบบสากลมีการรับรองจาก

ผู้ตรวจบัญชีได้รับอนุญาต มีการบันทึกรายรับรายจ่ายทุกวันตามระเบียบของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ มีการจัดการด้านสาธารณูปการและสิ่งก่อสร้างเจ้าอาวาส ต้องยึดหลักพระพุทธรูปธรรมโดยเคร่งครัดที่จะไม่ให้มีการก่อสร้างสิ่งบูชาพวก รูปปั้น รูปเหมือน ที่ไม่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนาเข้ามามีที่ตั้งในบริเวณวัด เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดการวัดต้องยึดมั่นในหลักพระพุทธรูปธรรมที่แท้จริงตามหลักพระไตรปิฎกและ กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับของมหาเถรสมาคม และพระบัญชาของสมเด็จพระสังฆราชโดยเคร่งครัด โดยต้องรักษาความสัมพันธ์กับ มวลชน
2. ควรให้มีการอบรมสั่งสอนพุทธศาสนา ที่ถูกต้องตามหลักพระธรรมคำสอนที่สืบต่อกันมาเนื่องจากพระพุทธศาสนาในประเทศไทย เป็น นิกายเถรวาท ที่ต้องยึดมั่นและมั่นคงในหลักการอาจริยวาส หมายถึง การถ่ายทอดพุทธธรรมจาก อาจารย์สู่ศิษย์ ตามหลักธรรมของพระพุทธเจ้า
3. ไม่ควรอนุญาตให้คณะบุคคลเข้ามาจัดการแสวงประโยชน์จากการขายหรือโฆษณาวัตถุมงคลหรือสิ่งที่คิดว่าศักดิ์สิทธิ์ ภายใต้วัดเพื่อแสวงประโยชน์จากสิ่งตอบแทนในรูปแบบต่างๆ

References

- Chotihayangkul, P. (2007). *Description of the clergy law*. Mahachulalongkornrajavidyalaya University Press. [In Thai]
- Department of Religious Affairs. (1995). *Sangha administration manual*. Author [In Thai]
- Hood, C. (1991). A public management for all seasons. *Public Administration*, 69(1), 3-19.
- Phanaree, S. (2014). *The new paradigm of temple management in the age of globalization*. Doctoral Thesis in Public Administration, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage. [In Thai]
- Phrakhruwisutthanantakhun (Surasak Visuddhacar). (2014). *Monastery administration for Buddhism stability*. Doctoral Dissertation in Buddhist Management, Mahachulalongkornrajavidyalaya University. [In Thai]
- Phratheppariyatsutee (Worawit Kongkapano). (2009). *Sangha and religion*. Mahachulalongkornrajavidyalaya University Press. [In Thai]
- Royal Institute. (2011). *Royal Institute dictionary*. Author. [In Thai]
- Secretariat of the Sangha Supreme Council. (1999). *Patriarch and vinyadhikan manual*. Author. [In Thai]

การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ของกรมสรรพากรยุคใหม่

ธนิดา ยอดทอง¹

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งวิเคราะห์การปรับเปลี่ยนของกรมสรรพากรที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเก็บภาษีอากร โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ยุทธศาสตร์ของกรมสรรพากร การบริการดิจิทัลของกรมสรรพากร เป็นกรอบในการวิเคราะห์ และได้ทำการวิเคราะห์ เชื่อมโยงเข้ากับประเด็น คือ การปรับเปลี่ยนของประเทศไทยสู่ประเทศไทย 4.0 เชื่อมโยงกับการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ยุทธศาสตร์ของกรมสรรพากร นำไปสู่แนวทางการพัฒนาและการบริการดิจิทัลของกรมสรรพากร

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเกี่ยวกับการให้บริการของกรมสรรพากร เป็นแนวทางการพัฒนาการบริการของกรมสรรพากรให้เป็นกรมสรรพากรยุคใหม่ สร้างนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเพื่อการบริหารและบริการเชิงรุก เป็นองค์กรเชิงวิชาการภายใต้หลัก ธรรมาภิบาล รวมถึงการพัฒนารูปแบบการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน และอำนวยความสะดวกต่อผู้เสียภาษี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เสียภาษีในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและความต้องการที่หลากหลาย รวมไปถึงการจัดเก็บภาษีอากรให้เป็นไปตามเป้าหมาย และการสร้างฐานภาษีที่ยั่งยืน

คำสำคัญ: เทคโนโลยีดิจิทัล; การจัดเก็บภาษีอากร; กรมสรรพากรดิจิทัล

ประเภทบทความ: บทความวิชาการ

การอ้างอิง:

ธนิดา ยอดทอง. (2564). การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของกรมสรรพากรยุคใหม่. *วารสารดุสิตบัณฑิตยศาสตร์*, 11(3), 588-602.

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย

อีเมล: bestthaniday@gmail.com

Digital Transformation to Performance Services of Revenue Department

Thanida Yodthong¹

Abstract

This academic article focuses on the changes of the revenue department that have applied digital technology in the organization to increase the efficiency of tax collection management by using theoretical concepts related to important issues such as the concept of Thailand 4.0, digital development for economy and society. Strategy of the revenue department digital service of the revenue department is a framework for analysis. And have analyzed linked to the issue is the transformation of Thailand to Thailand 4.0, linked to digital development for economy and society strategy of the revenue department leading to the development and digital services of the revenue department.

The analysis shows that entering the digital age regarding the service of the revenue department. Is the way to improve the revenue department of the revenue department to be the new revenue department. Create technological innovations for proactive management and services. Is a scientific organization under the principles of good governance, including the development of working models by using modern technology that meets standards and facilitates taxpayers. To meet the needs of taxpayers in the digital age which is a change in technology and various needs. Including tax collection in accordance with the target and creating a sustainable tax base.

Keywords: Digital Technology; Tax Collection; Digital Revenue Department

Type of Article: Academic Article

Cite this article as:

Yodthong, T. (2021). Digital transformation to performance services of revenue department. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 588-602.

¹ Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: bestthaniday@gmail.com

บทนำ

โลกในยุคปัจจุบัน ได้หันหน้าเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ส่งผลให้ทุกหน่วยงานหรือทุกองค์กรปรับตัวเพื่อก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นภาคเอกชนหรือหน่วยงานราชการ กรมสรรพากรก็เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ต้องปรับเปลี่ยนองค์กรให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล และตอบสนองนโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาล โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในกระบวนการทำงานของกรมสรรพากรทุกกระบวนการหรือที่เรียกว่า Digital Transformation เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ในการบริหารการจัดเก็บภาษีอากร ควบคู่ไปกับสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ประชาชนผู้เสียภาษี ซึ่งเป็นผู้รับบริการจากกรมสรรพากร อันจะทำให้กรมสรรพากร สามารถบรรลุเป้าหมายการเป็นกรมสรรพากรดิจิทัล (Digital RD) หรือเป็นสรรพากรยุคใหม่ (Revenue Department, 2019b)

เดิมกรมสรรพากรบริหารการจัดเก็บภาษีอากร โดยเป็นศูนย์กลาง และให้ประชาชนผู้เสียภาษี เป็นผู้หาข้อมูล จัดเตรียมเอกสาร พร้อมทั้งคำนวณภาษีเพื่อมาติดต่อยื่นชำระภาษีด้วยตนเอง แต่แนวคิดในการนำกรมสรรพากรก้าวสู่การเป็นสรรพากรยุคใหม่นั้น ต้องมีความใกล้ชิดประชาชนผู้เสียภาษี โดยทำให้ภาษี เป็นเรื่องง่าย สะดวก รวดเร็ว ตรงใจ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ ปรับเปลี่ยนการทำงานบนกระดาษมาเป็นการทำงานบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เปลี่ยนกระบวนการคิด ปรับเปลี่ยนทัศนคติ และสร้างบริการที่ตรงใจประชาชนผู้เสียภาษี เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการจัดเก็บให้ทันสมัย รวดเร็ว และเป็นธรรม ด้วยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ของผู้เสียภาษีผ่านระบบดิจิทัล รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้ประชาชนผู้เสียภาษีอย่างรวดเร็ว (Open the Concept of “New Revenue Generation” Equal Digital Technology for Taxpayers, 2019)

ดังนั้น การปรับเปลี่ยน เปลี่ยนแปลงเพื่อก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรสำหรับหน่วยงานกรมสรรพากร ย่อมส่งผลให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ในการผลักดันให้เทคโนโลยีดิจิทัลได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม ข้อมูลทุนมนุษย์ และทรัพยากรอื่น เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ก้าวสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ สอดคล้องกับการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

บทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอ (1) แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 (2) การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (3) ยุทธศาสตร์ของกรมสรรพากร แนวทางการบริหารการจัดเก็บภาษีอากรของกรมสรรพากร โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ ในกระบวนการทำงานของกรมสรรพากรเพื่อตอบสนองนโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาล เพื่อชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของการปรับตัวเพื่อก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลของกรมสรรพากรในฐานะหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการจัดเก็บรายได้ การใช้นโยบายเพื่อการส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศตามมาตรการภาษีต่างๆ และการแนะนำให้ผู้เสียภาษี เสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน ตลอดจนสร้างให้เกิดความเข้าใจและความสมัครใจในการปฏิบัติหน้าที่ทางภาษีแก่ผู้ประกอบการและประชาชน ซึ่งมีส่วนในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0

Thailand 4.0 หรือ ประเทศไทย 4.0 (Model Thailand 4.0: Drive Thailand Through Innovation, 2018) โมเดลใหม่ของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทยที่มุ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (value-based

economy) เพื่อก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลาง เมื่อบริบททางเศรษฐกิจเกิดการเปลี่ยนแปลง ทำให้ผู้ประกอบการโดยเฉพาะผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมการผลิตต้องปรับตัว เพื่อให้ธุรกิจอุตสาหกรรมสามารถเติบโตท่ามกลางบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ทั้งนี้ การขับเคลื่อนโครงสร้างเศรษฐกิจแบบใหม่ดังกล่าว ต้องเติมเต็มด้วยวิทยาการความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการวิจัยและพัฒนา โดยมุ่งเน้น 5 กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (food, agriculture & bio-tech)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (health, wellness & bio-med)

กลุ่มที่ 3 กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกล ที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม (smart devices, robotics & mechatronics)

กลุ่มที่ 4 กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อการทำงานของอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (digital, internet of things, artificial intelligence & embedded technology)

กลุ่มที่ 5 กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (creative, culture & high value services)

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจและภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ภายใต้ โมเดล ไทยแลนด์ 4.0 นั้น จะต้องเริ่มจากสร้างความเข้มแข็งจากภายใน คือ การยกระดับนวัตกรรม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการ ชุมชน และเครือข่ายในทุกภาคส่วนของประเทศ เมื่อโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศเข้มแข็งแล้ว สิ่งที่ต้องดำเนินการควบคู่กันไป คือ การเชื่อมโยงกับภายนอก ทั้งในรูปแบบภูมิภาค เช่น

กลุ่มประเทศอาเซียน และการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกต่อไป ทั้งนี้ เป้าหมายการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 คือ การก้าวไปสู่การเป็น ประเทศที่มีรายได้สูง ด้วยนวัตกรรมที่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ซึ่งหากประเทศไทยสามารถขับเคลื่อนไปได้จริง จะทำให้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยหลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง และสามารถลดการพึ่งพาต่างชาติเพื่อลดความเหลื่อมล้ำต่างๆ เป็นการสร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้จัดทำบนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 ตลอดจนประเด็นการปฏิรูปประเทศไทยสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ สามารถสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มศักยภาพในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม ข้อมูล ทุนมนุษย์ และทรัพยากรอื่น เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ นอกจากนั้นได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน ทั้งในระดับกลุ่มอาชีพ ระดับภาค และระดับประเทศในทุกขั้นตอนของแผนฯ อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง เพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศ รวมทั้งร่วมจัดทำรายละเอียดยุทธศาสตร์ของแผนฯ เพื่อมุ่งสู่ ความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ที่มีประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมและการนำมาใช้ขับเคลื่อนพัฒนาในทุกมิติเพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศเกี่ยวกับการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม (The Twelfth National Economic and Social Development Plan (B. E. 2560-2564), 2017)

การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ปัจจุบันโลกเริ่มเข้าสู่ยุกระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Ministry of Digital Economy and Society, 2016) ที่เทคโนโลยีดิจิทัลจะไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนการทำงานเฉกเช่นที่ผ่านมาอีกต่อไป หากแต่จะหลอมรวมเข้ากับชีวิตคนอย่างแท้จริง และจะเปลี่ยนโครงสร้างรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การบริการ และกระบวนการ ทางสังคม อื่นๆ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไปอย่างสิ้นเชิง ประเทศไทยจึงต้องเร่งนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ โดยในบริบทของประเทศไทย เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถตอบปัญหาความท้าทายที่ประเทศกำลังเผชิญอยู่หรือเพิ่มโอกาสในการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น

1. การก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางที่เป็นหนึ่งในเป้าหมายการพัฒนาประเทศเร่งด่วนของ รัฐบาล ด้วยการลงทุนและพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีอยู่แล้วในประเทศและอุตสาหกรรมกระแสใหม่ที่ รวมถึงอุตสาหกรรมดิจิทัล

2. การพัฒนาขีดความสามารถของธุรกิจในประเทศทั้งภาคการเกษตร การผลิต และการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่ม SMEs และวิสาหกิจชุมชน ให้แข่งขันในโลกสมัยใหม่ได้

3. การปรับตัวและฉกฉวยโอกาสจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 ที่มีนัยสำคัญต่อการเคลื่อนย้ายสินค้าและกำลังคนจากไทยไปสู่โลก

4. การแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านรายได้ การศึกษา การรักษาพยาบาล สิทธิประโยชน์การเข้าถึงข้อมูล ฯลฯ ให้เกิดการกระจายทรัพยากรและโอกาสที่ทั่วถึง เท่าเทียม และเป็นธรรมยิ่งขึ้น

5. การบริหารจัดการการเข้าสู่สังคมสูงวัยที่

ประเทศไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่มีนัยต่อผลิตภาพของประเทศ รวมถึงความต้องการใช้เทคโนโลยีในการดูแลผู้สูงอายุ

6. การแก้ปัญหาคอร์รัปชัน อันเป็นปัญหาเรื้อรังของประเทศ โดยสร้างความโปร่งใสให้กับภาครัฐ ด้วยการเปิดเผยข้อมูล เพื่อให้ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทำงานของภาครัฐได้

7. การพัฒนาศักยภาพของคนในประเทศทั้งบุคลากรด้านเทคโนโลยี บุคลากรที่ทำงานในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ รวมถึงคนทั่วไปที่จะต้องชาญฉลาด รู้เท่าทันสื่อ เท่าทันโลก

แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Ministry of Digital Economy and Society, 2016) ได้จัดทำเพื่อใช้เป็นกรอบในการผลักดันให้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งรวมถึงการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ทางความคิดในทุกภาคส่วน การปฏิรูปกระบวนการทางธุรกิจการผลิต การค้า และการบริการ การปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารราชการแผ่นดิน และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อันจะนำไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนของประเทศไทย ตามนโยบายของรัฐบาล ก้าวสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Thailand) สอดคล้องกับการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อให้วิสัยทัศน์และเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล บรรลุผลแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จึงได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนา 6 ด้าน คือ

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยี
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึง เท่าเทียม
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 ปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล

- ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

- ยุทธศาสตร์ที่ 6 สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมฉบับนี้ ไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย หากแต่เป็นการต่อยอดการพัฒนาประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และหน่วยงานอื่นๆ ทั้งจากภาครัฐ ภาคประชาชน ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันเทคโนโลยีและบริบททางเศรษฐกิจและสังคมกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปสู่ยุคดิจิทัล และหลากหลายประเทศทั่วโลก เช่น สหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป ออสเตรเลีย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินเดีย ฯลฯ กำลังแข่งขันกันพัฒนาและขับเคลื่อนประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ดังนั้น แผนพัฒนาดิจิทัลฯ ฉบับนี้ จึงมุ่งหวังปฏิรูปประเทศไทยให้ทันต่อบริบทดังกล่าวด้วยเช่นกัน ตั้งแต่การเร่งวางรากฐานดิจิทัลของประเทศผ่านการลงทุนครั้งใหญ่ การสร้างระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลที่ทุกคนมีส่วนร่วมตามแนวทาง ประชาธิปไตย การขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและสังคม และใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมดิจิทัลอย่างเต็มศักยภาพ จนถึงการผลิตต้นให้ประเทศไทยเป็นประเทศในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ที่สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสร้าง มูลค่า และขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนในระยะยาว (Ministry of Digital Economy and Society, 2016)

ยุทธศาสตร์ของกรมสรรพากร

การขับเคลื่อนประเทศไทยก้าวสู่ Thailand 4.0 ตามนโยบายของรัฐบาล ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และประชาชน โดยอาศัยเทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ภายใต้การพัฒนาเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (value-based economy) ส่งผลให้ทุกภาคส่วนทั้ง

ภาครัฐและภาคเอกชน ต้องปฏิรูปพร้อมปรับตัวเพื่อให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น ภายใต้การขับเคลื่อนประเทศเป็น Thailand 4.0 รัฐบาลจึงได้ผลักดันหน่วยงานภาครัฐนำเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลมาปรับใช้ในการให้บริการเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงบริการได้อย่างง่าย สะดวกและปลอดภัย รวมทั้งให้เกิดความโปร่งใส มีธรรมาภิบาลในการให้บริการประชาชนอย่างทั่วถึง เป็นธรรม (Revenue Department, 2019a)

กรมสรรพากรได้จัดทำยุทธศาสตร์ DRIVE (Digital Transformation, Data Analytics, Revenue Collection, Innovation, Values, Efficiency) เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการจัดเก็บให้ทันสมัย รวดเร็ว เป็นธรรม และการบริการประชาชนที่ทันสมัย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเป็นกรมสรรพากรดิจิทัล (Revenue Department, 2019a; 2019c) ประกอบด้วย

1. D--Digital Transformation การปรับเปลี่ยนกระบวนการงาน เพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลโดยจะเน้นที่การปรับปรุงบริการของกรมสรรพากร ที่ยึดผู้เสียภาษีเป็นศูนย์กลาง และสอดคล้องกับพลวัตของเทคโนโลยี (Taxpayer-Centric Solutions) เช่น การพัฒนาระบบ e-Donation เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริจาคสามารถใช้สิทธิลดหย่อนภาษีได้โดยไม่ต้องนำหลักฐานการบริจาคมาแสดงแก่กรมสรรพากร และการเชื่อมโยงกับหน่วยงานเจ้าของข้อมูลการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต่างๆ ผ่านระบบ Open API (เปิดช่องทางเชื่อมต่อของข้อมูล) เพื่อลดภาระในการจัดเก็บและส่งเอกสารของผู้เสียภาษี ให้กับกรมสรรพากร

2. D--Data Analytics การเพิ่มประสิทธิภาพการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลขนาดใหญ่ (big data) โดยเน้นการนำข้อมูลทั้งภายในและข้อมูลภายนอก มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้การออกแบบนโยบายภาษีตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และการแยกผู้เสียภาษีกลุ่มดี และกลุ่มไม่ดี ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ

ผู้เสียภาษีกลุ่มดี และนำผู้เสียภาษีกลุ่มไม่ดีที่กระทำผิด โกงภาษี มาดำเนินการตามกฎหมาย เช่น การพบข้อมูล น่าสงสัยเกี่ยวกับการใช้ชื่อ บุคคลอื่น มาสร้างรายจ่ายเท็จของนิติบุคคล และเครือข่ายที่น่าสงสัยในการออกใบกำกับภาษีปลอม เป็นต้น

3. R--Revenue Collection การเก็บภาษีอย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และเป็นธรรม โดยสรรพากรได้เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีให้ได้ตามประมาณการ 2 ล้านล้านบาท ผ่านกระบวนการต่างๆ เช่น การสำรวจ การตรวจสอบเร่งรัดหนี้ และได้มีการตั้งทีมวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาษีที่เสียภาษี ซึ่งสามารถดูรายละเอียดของการเก็บภาษีได้หลายมิติ เช่น มิติพื้นที่ มิติอุตสาหกรรม มิติประเภทภาษี เป็นต้น

3. I--Innovation การสร้างนวัตกรรม โดยสรรพากรมุ่งเป้าหมายการเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม โดยมีการเลือกใช้กระบวนการ Design Thinking ในการจัดทำนวัตกรรม และมีการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรม ไม่ว่าจะเป็นการจัดประกวดนวัตกรรม การจัดตั้ง Tax Innovation Lab เพื่อให้มีการทดลองเทคโนโลยีใหม่ๆ ก่อนนำไปใช้จริง ซึ่งในปัจจุบันมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการนำ Blockchain (ระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์) มาใช้กับระบบภาษีมูลค่าเพิ่มและการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้กับนักท่องเที่ยว

4. V--Values การพัฒนากรมสรรพากรให้เป็นองค์กรคุณธรรมและสร้างอัตลักษณ์ HAS ซึ่งประกอบด้วย

4.1 H--Honest ซื่อสัตย์ ให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติราชการตามกฎหมาย ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ ไม่รับผลประโยชน์ใดๆ

4.2 Accountability รับผิดชอบต่อหน้าที่ กระตือรือร้นในการปฏิบัติงานและอุทิศเวลาให้แก่ทางราชการ

4.3 Service Mind มอบใจบริการ เต็มที่ เต็มใจ

ให้บริการอย่างเต็มความสามารถ

5. E--Efficiency การยกระดับประสิทธิภาพของคนและงาน โดยสรรพากรเร่งผลักดันการเพิ่มประสิทธิภาพ โดยการสร้างคนเก่ง คนดี และมีความสุข รวมทั้งการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน และการปรับปรุงระบบงาน โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

หลักการและแนวคิด การบริการดิจิทัลของกรมสรรพากร

1. การยื่นแบบแสดงรายการภาษี การยื่นแบบแสดงรายการในระบบ Digital เช่น การนำระบบ e-Filing มาใช้งาน เป็นการยื่นแบบแสดงรายการในระบบอิเล็กทรอนิกส์ และนำระบบ e-Tax Invoice และ e-Receipt มาใช้เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินการออกใบกำกับภาษีหรือใบรับอิเล็กทรอนิกส์ และช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยเฉพาะความยากง่ายในการทำธุรกิจ (ease of doing business) ในประเทศไทยตามนโยบายของรัฐบาล (Revenue Department, 2019b)

2. การค้นหา เมนู รายการและข่าวสาร ผ่านหน้าเว็บไซต์ หรือ RD Smart Tax Application การค้นหาเมนูรายการและข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา การค้นหาเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาบนหน้าเว็บไซต์ของกรมสรรพากร จะง่าย สะดวก และตรงใจผู้เสียภาษีมากยิ่งขึ้น หน้าเว็บไซต์จะเป็น Single Point Gateway (การเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตผ่านผู้ให้บริการเครือข่ายเพียงรายเดียว) ให้ผู้เสียภาษีสามารถเลือกเข้ารับบริการที่ต้องการ สำหรับการยื่นแบบแสดงรายการภาษี ผู้เสียภาษีสามารถยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ บนระบบ e-Filing ผ่านทางเว็บไซต์กรมสรรพากร หรือ ผ่านทาง RD Smart Tax Application เป็นต้น

3. การให้บริการ Open API กรมสรรพากรได้ร่วมมือกับภาคเอกชนในการให้บริการ Open API (การเปิดให้

ภาคเอกชนสามารถทำการเชื่อมโยงต่อข้อมูลกับระบบ e-filing ของกรมสรรพากรโดยตรง) เพิ่มทางเลือกให้กับผู้เสียภาษีสามารถจัดเตรียมและนำเสนอข้อมูลแบบแสดงรายการภาษีผ่านโปรแกรมซอฟต์แวร์ออนไลน์ โดยกรมสรรพากรจะเริ่มให้บริการนำร่องสำหรับการยื่นแบบ ภ.ง.ด.91 ผ่าน RD Smart Tax Application บนอุปกรณ์ Smartphone และ Tablet

4. การชำระภาษี ถ้ามีการยื่นภาษีออนไลน์ผ่านระบบ e-Filing สามารถชำระผ่านบัตรเครดิต เดบิต ผ่านระบบ e-Payment Internet Banking และ ATM on Internet ได้ทันที (Open the Concept of “New Revenue Generation” Equal Digital Technology for Taxpayers, 2019) รวมไปถึงการเพิ่มช่องทางการจ่ายภาษีเพื่ออำนวยความสะดวก ไม่ว่าจะเป็น การจ่ายผ่านเคาเตอร์เซอร์วิส ตู้ ATM Tax Smart card

5. การขอคืนเงินภาษี ผู้เสียภาษีที่ประสงค์ขอคืนเงินภาษี สามารถตรวจสอบ ข้อมูลคำลดหย่อน และสิทธิประโยชน์ทางภาษีผ่านระบบ My Tax Account ซึ่งเป็นระบบให้บริการตรวจสอบข้อมูลที่กรมสรรพากรเชื่อมโยงจากหน่วยงานภายนอกตามความสมัครใจของผู้เสียภาษี และสามารถเลือกรับเงินภาษีคืนด้วยการโอนเงินผ่านระบบ PromptPay หรือขอรับเงินภาษีคืนในรูปแบบบัตร e-Money และ e-Wallet นอกจากนี้ กรมสรรพากรยังมีบริการแจ้งเตือนกำหนดก่อนชำระภาษีทางระบบ SMS สำหรับผู้เสียภาษีที่ใช้บริการผ่อนชำระภาษี รวมทั้งมีการบริการสอบถามข้อมูลการขอคืนเงินภาษีและแจ้งเตือนการคืนเงินภาษีทางระบบ SMS (Revenue Department, 2019b)

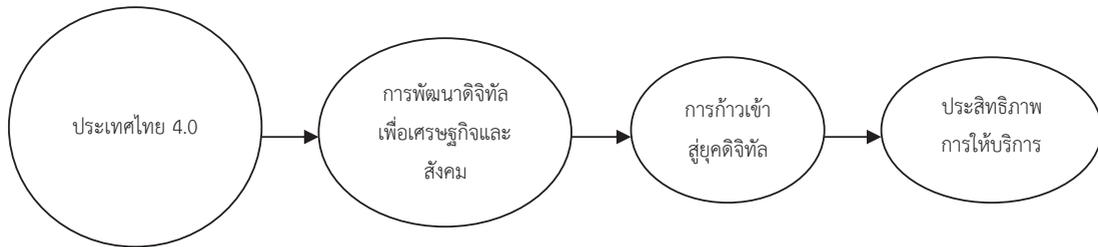
6. ด้านการบริการเพื่อสนับสนุนผู้เสียภาษี กรมสรรพากรได้พัฒนา “น้องอารี” Chatbot ซึ่งเป็น Artificial Intelligence Virtual Assistant (ระบบหรืออุปกรณ์ที่ได้รับการออกแบบให้สามารถประมวลผลและโต้ตอบกับผู้ใช้งานในเรื่องนั้นๆ ได้อัตโนมัติ) ช่วยตอบคำถามผู้เสียภาษี ในรูปแบบบทสนทนาบน

หน้าเว็บไซต์ของกรมสรรพากร สำหรับผู้เสียภาษีที่สะดวกรับบริการด้วยตนเองที่สำนักงานสรรพากร กรมสรรพากรได้มีการจัดเตรียมเจ้าหน้าที่คอยให้บริการทางภาษี และที่สำคัญกรมสรรพากรได้จัดทำ Citizen Feedback (แบบสำรวจความพึงพอใจ) ในรูปแบบ QR Code ผู้เสียภาษีสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านแบบสำรวจดังกล่าว ซึ่งกรมสรรพากรจะนำมาใช้ในการพัฒนาการบริการให้ตรงใจมากยิ่งขึ้น (Revenue Department, 2019b)

7. การพัฒนาบริการทางภาษีด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สำหรับการยกระดับบริการดิจิทัลสำหรับองค์กรธุรกิจ เช่น การจดทะเบียนนิติบุคคล และจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มทางอิเล็กทรอนิกส์ การเชื่อมโยงงบการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า การยื่นแบบและชำระภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ การออกไปกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น (Revenue Department, 2019b)

8. การพัฒนาและออกแบบบริการได้ตรงใจผู้เสียภาษี จากการร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน เช่น บริษัทพัฒนา Software และบริษัท Tech Start-Up ต่างๆ ในการพัฒนาบริการทางภาษีให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้เสียภาษีมากขึ้น และเพื่อลดความยุ่งยากให้แก่ผู้เสียภาษี โดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการเปิดขยายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก อาทิ โครงการคืนภาษีให้นักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยระบบ Blockchain (ระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ และรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และโครงการการจัดทำและนำเสนอใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์บนโครงข่าย Blockchain เพื่อลดต้นทุนการจัดทำและนำเสนอใบกำกับภาษีแก่ผู้ประกอบการ (e-TAX Invoice on Blockchain) (Revenue Department, 2019b)

กรอบในการวิเคราะห์



ภาพ 1 กรอบในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 บนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย สอดคล้องกับ การปรับตัวเพื่อก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล เพื่อผลักดัน พัฒนาการ การปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีดิจิทัล ให้เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งภายใน วางแนวทางในการพัฒนาและปฏิรูป พร้อมทั้งใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพ เกี่ยวกับ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม ข้อมูล ทุนมนุษย์ และทรัพยากร เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ก้าวสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ นำไปสู่การพัฒนาการให้บริการดิจิทัล และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของกรมสรรพากร

ผลการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์ตามกรอบการวิเคราะห์ พบว่าการก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล มีความเชื่อมโยงที่สำคัญเกี่ยวกับกับประสิทธิภาพการให้บริการของกรมสรรพากรยุคใหม่ ดังนี้

จากแนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 ในส่วนของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

บนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (The Twelfth National Economic and Social Development Plan (B. E. 2560-2564), 2017) ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ตลอดจนประเด็นการปฏิรูปประเทศไทยสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ ในส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม สำหรับความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งเชิงเศรษฐกิจและสังคมไปทั่วโลก ประเทศไทยต้องปรับตัวเรียนรู้ และมุ่งสู่การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก จึงจำเป็นต้องปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานให้มุ่งเน้นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการลงทุน วิจัย และพัฒนา ต่อยอด นวัตกรรมที่ยกระดับคุณภาพสังคมและการดำรงชีวิตของประชาชน ส่งเสริมพัฒนาให้บุคลากรมีความรู้ ทักษะสูง พัฒนาหน่วยงานรับรองมาตรฐานในระดับสากล ให้มีความสำคัญกับการพัฒนาสภาวะแวดล้อมหรือปัจจัยพื้นฐานที่เอื้ออำนวย ทั้งการลงทุน ด้านการวิจัย และพัฒนา การพัฒนาบุคลากรวิจัย โครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและการบริหารจัดการ เพื่อช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศให้ก้าวสู่เป้าหมายดังกล่าว เช่น

1. ปรับปรุงและพัฒนาระบบการวิจัยเพื่อรองรับเทคโนโลยีสำคัญๆ ให้เกิดประสิทธิภาพ
2. ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด
3. ส่งเสริมการพัฒนาระบบคุณภาพและมาตรฐาน และระบบมาตรฐานวิทยาทรงแห่งชาติ
4. เร่งสร้างความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเต็มศักยภาพของภาครัฐ
5. สนับสนุนเครื่องมือทางการเงินใหม่ๆ และหลากหลายเพื่อเป็นกลไกในการระดมทุน
6. สนับสนุนให้เกิดการทำงานและแบ่งปันทรัพยากรด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ และห้องปฏิบัติการทดลอง
7. ผลักดันและเร่งรัดให้มีกฎหมายเพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยในเชิงพาณิชย์

จากแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจสังคมในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 4 (Ministry of Digital Economy and Society, 2016) คือ ปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการของหน่วยงานรัฐทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคอย่างมีแบบแผนและเป็นระบบ จนพัฒนาสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลโดยสมบูรณ์ โดยลักษณะของบริการภาครัฐหรือบริการสาธารณะจะอยู่ในรูปแบบดิจิทัลที่ขับเคลื่อนโดยความต้องการของประชาชนหรือผู้ใช้บริการ ซึ่งประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงบริการได้โดยไม่มีข้อจำกัดทางกายภาพ พื้นที่และภาษา มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการทำงานและการให้บริการภาครัฐ เพื่อให้เกิดการปฏิรูปกระบวนการทำงานและขั้นตอนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง รวดเร็ว อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการ สร้างบริการของรัฐที่มีธรรมาภิบาล และสามารถให้บริการประชาชนแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว ผ่านระบบเชื่อมโยงข้อมูลอัตโนมัติ การ

เปิดเผยข้อมูลของภาครัฐที่ไม่กระทบต่อสิทธิส่วนบุคคลและความมั่นคงของชาติ ผ่านการจัดเก็บ รวบรวม และแลกเปลี่ยนอย่างมีมาตรฐาน ให้มีความสำคัญกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์และข้อมูล รวมไปถึงการสร้างแพลตฟอร์มการให้บริการภาครัฐ เพื่อให้ภาคเอกชนหรือนักพัฒนาสามารถนำข้อมูลและบริการของรัฐไปต่อยอดให้เกิดนวัตกรรมบริการ และสร้างรายได้ให้ระบบเศรษฐกิจต่อไป

จากวิสัยทัศน์ของกรมสรรพากร ที่ได้กำหนดไว้ผ่านยุทธศาสตร์การทำงานคือ สร้างฐานภาษีที่ยั่งยืนและทันต่อการเปลี่ยนแปลง สร้างนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเพื่อการบริหารและบริการเชิงรุกและเป็นองค์กรเชิงวิทยาการภายใต้หลัก ธรรมาภิบาล รวมถึงต้องมีการพัฒนารูปแบบการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน และอำนวยความสะดวกต่อผู้เสียภาษี ผ่านช่องทางการชำระภาษีที่ครอบคลุมมากขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี และสร้างความเป็นธรรมแก่ผู้เสียภาษีทุกคน สนับสนุนและส่งเสริมให้กรมสรรพากร ก้าวสู่การเป็นกรมสรรพากรอิเล็กทรอนิกส์ (e-Revenue) และพัฒนาองค์กรสู่การเชื่อมโยงบริการข้อมูลในระดับสากล ผ่านทางเว็บไซต์ www.rd.go.th โดยเป็นการบริการออนไลน์แบบครบวงจร เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการผู้เสียภาษีให้ได้รับความสะดวกในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีและชำระภาษี (Revenue Department, 2016)

กรมสรรพากรเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่สร้างรายได้หลักให้กับรัฐบาล มีภาระหน้าที่สำคัญที่จะต้องจัดเก็บภาษีอากรจากประชาชน เพื่อนำไปใช้จ่ายในการฟื้นฟูประเทศ และเพื่อให้ประเทศมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการภาครัฐตามแผนบริหารราชการแผ่นดิน ทิศทางและนโยบายด้านภาษีอากรจึงจะต้องมีความสอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและแข่งขันได้ทั้ง

ในภาคการผลิตและภาคการเงิน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (Revenue Department, 2016)

จากการวิเคราะห์ พบว่า การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเกี่ยวกับการให้บริการของกรมสรรพากร เป็นแนวทางการพัฒนาการบริการของกรมสรรพากรให้เป็นกรมสรรพากรยุคใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เสียภาษีในยุคดิจิทัล ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและความต้องการที่หลากหลาย ทำให้กรมสรรพากรจำเป็นที่จะต้องพัฒนาและออกแบบบริการได้ตรงใจผู้เสียภาษีทุกคนและทุกกลุ่มได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น สอดคล้องกับความต้องการของผู้เสียภาษีอย่างแท้จริง ซึ่งแนวทางการเปลี่ยนแปลงของกรมสรรพากรมีดังนี้

1. ยึดผู้เสียภาษีเป็นศูนย์กลาง มุ่งเน้นการให้บริการ การอำนวยความสะดวก การแนะนำให้ผู้เสียภาษีทุกรายเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน การสร้างรายได้ที่ยั่งยืนร่วมกัน ตลอดจนการมีมาตรการทางภาษีเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2. พัฒนาเครื่องมือในการตรวจสอบ นำระบบดิจิทัล ระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ Big Data และนวัตกรรมใหม่ๆ มาเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร เช่น การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ที่เรียกว่า RBA หรือ Risk Base Audit System ซึ่งผ่านการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจาก

แหล่งข้อมูลภายนอกและภายในกรมสรรพากร และเชื่อมโยงกันกับหน่วยงานต่างๆ จากการวิเคราะห์ข้อมูลงบการเงิน แบบแสดงรายการภาษี อัตราส่วนทางการเงินและค่ามาตรฐานต่างๆ ในประเทศไทย

3. ปรับเปลี่ยนวิธีการตรวจสอบ จากการตรวจแนะนำด้านภาษีอากร โดยพิจารณาจากการยื่นแบบฯ การวิเคราะห์และการตรวจสอบแบบแสดงรายการภาษี การตรวจปฏิบัติการ และการออกหมายเรียก ซึ่งลำดับความรุนแรงและการเลือกใช้นั้นจะแตกต่างกันไป และไม่จำเป็นต้องดำเนินการจากเบาไปหาหนัก ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่มีและความเหมาะสมของเครื่องมือต่างๆ ในการพิจารณา

4. ปรับเปลี่ยนกระบวนการบริหารจัดการ ให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลอย่างเป็นระบบ รวมถึงนำเอกสารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนกระดาษ ลดต้นทุนด้านเอกสาร เพื่อลดขั้นตอน และเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน

สำหรับผลการจัดเก็บภาษีอากร ในปีงบประมาณ 2562 สรรพากรมีเป้าหมายในการจัดเก็บภาษี 2 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณก่อนหน้า โดยเชื่อว่าจะเป็นไปได้ตามเป้าหมาย เนื่องจากจะมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัล และระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามารองรับการทำงานในทุกส่วน เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี

สถิติการจัดเก็บภาษีสรรพากรเบื้องต้นทุกประเภท ทั่วประเทศ ตั้งแต่ต้นปีงบประมาณ ถึงเดือนเมษายน 2562

หน่วย : ล้านบาท

(1) ประเภทภาษีอากร	(2) เก็บได้ตั้งแต่ ต้นปีงบประมาณก่อน ถึงเดือนนี้ปีก่อน	(3) เก็บได้ตั้งแต่ ต้นปีงบประมาณนี้ ถึงเดือนนี้ปีนี้	(4) ประมาณการ ต้นปีงบประมาณนี้ ถึงเดือนนี้ปีนี้	(5) (6) เปรียบเทียบปี/ปีก่อน		(7) (8) เปรียบเทียบปี/ปีประมาณการ	
				(3)-(2) จำนวนเงิน	(5)*100/(2) ร้อยละ	(3)-(4) จำนวนเงิน	(7)*100/(4) ร้อยละ
1.เงินได้บุคคลธรรมดา	192,036	203,145	203,232	11,108	5.8	(87)	(0.0)
2.เงินได้บุคคล	202,424	211,188	210,530	8,764	4.3	657	0.3
3.เงินได้ปิโตรเลียม	8,047	23,695	4,170	15,648	194.5	19,525	468.2
4.มูลค่าเพิ่ม	453,469	472,510	473,165	19,041	4.2	(655)	(0.1)
5.ธุรกิจเฉพาะ	34,251	36,184	34,034	1,933	5.6	2,149	6.3
6.การรับมรดก	168	264	0	96	57.1	264	0.0
7.อากรแสตมป์	8,804	9,447	9,023	644	7.3	424	4.7
8.รายได้อื่น ๆ	234	252	216	18	7.5	36	16.6
9.รวมภาษีที่จัดเก็บได้ ทุกประเภท	899,433	956,684	934,371	57,251	6.4	22,314	2.4

หมายเหตุ - ภาษีการคำนวณไว้กับรายได้อื่น ๆ

ที่มา : กรมสรรพากร

ประชาสัมพันธ์กราฟิก



ทั้งนี้ ช่วง 8 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2562 (เดือนตุลาคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562) กรมสรรพากรจัดเก็บภาษีได้ทั้งสิ้น 1.22 ล้านล้านบาท สูงกว่าเป้าหมายถึง 38,015 ล้านบาท (Revenue Department Pushes Hard. Digital Storms of Economy Pressure Revenue 2 Trillion, 2019) เป็นผลมาจากการนำระบบดิจิทัล big data และนวัตกรรมใหม่ๆ มาเพิ่มประสิทธิภาพ ตลอดจนการปรับปรุงข้อกำหนดต่างๆ ให้การจัดเก็บภาษีมีความชัดเจนขึ้น สำหรับแนวทางการจัดเก็บภาษีอากร ในช่วง 4 เดือนที่เหลือ กรมสรรพากรจะใช้ระบบดิจิทัล และ data analytics เข้ามาดึงคนโกงภาษีให้เข้ามาอยู่ในระบบ รวมถึงใช้ข้อมูลที่เป็นห่วงโซ่อุปทานของแต่ละธุรกิจมาพิจารณา

ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและรับผิดชอบ ควรพิจารณาให้ถ่องแท้ว่า เป้าหมายของการก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของกรม

สรรพากรยุคใหม่คืออะไร และต้องพัฒนา บริหารจัดการองค์กรอย่างไร เพื่อตอบสนองการให้บริการแก่ผู้เสียภาษี สร้างความสมัครใจและเต็มใจในการจ่ายภาษี ชี้ให้เห็นว่า การเสียภาษีนั้นเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของทุกคน ที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ดังคำพูดของ เบนจามิน แฟรงคลิน ที่ว่า “ในโลกนี้ทุกสิ่งสามารถหลีกเลี่ยงได้ ยกเว้น ความตายและภาษี” (In this world nothing can be said to be certain, except death and taxes) ซึ่งภาษีที่จัดเก็บได้นั้น ก็จะนำมาพัฒนาประเทศ หรือนำมาใช้จ่ายในการทำงานของรัฐบาล เพื่อให้ประเทศมีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

บทสรุป

การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล การปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีดิจิทัลในยุคปัจจุบัน ช่วยให้ประเทศมีการพัฒนานวัตกรรมและการนำมาใช้ขับเคลื่อนพัฒนาในทุกมิติ เพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศ ส่งเสริมการลงทุน

วิจัยและพัฒนาและผลักดันสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยี สร้างสังคมคุณภาพ ที่ทั่วถึง เท่าเทียม ปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล และสร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สอดคล้องกับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้กับหน่วยงาน ส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน และส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการ

การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของกรมสรรพากรยุคใหม่ ก่อให้เกิดประโยชน์ ดังนี้

1. สนับสนุนนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้ส่วนราชการต่างๆ นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการประชาชนมากยิ่งขึ้น อำนวยความสะดวกแก่ผู้เสียภาษี และประชาชน โดยได้นำบริการอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ มาให้บริการผู้เสียภาษีสามารถใช้บริการได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการยื่นแบบและชำระภาษี การให้บริการให้ความรู้ ข่าวสารต่างๆ

2. นำเอกสารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนกระดาษ ลดต้นทุนด้านเอกสาร ประหยัดรายจ่าย

3. สร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการเข้าสู่ระบบภาษีแก่ผู้ประกอบการและบริการดิจิทัลทางภาษี ที่จะช่วยให้ผู้เสียภาษีหรือองค์กรธุรกิจได้รับความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

4. พัฒนาบริการทางภาษีด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการยกระดับบริการดิจิทัลสำหรับองค์กรธุรกิจ โดยผนึกความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาบริการต่างๆ ของกรมสรรพากร เช่น การจดทะเบียนนิติบุคคล และจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มทางอิเล็กทรอนิกส์ การเชื่อมโยงงบการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า การยื่นแบบและชำระภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ การออกไปกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

5. ให้บริการการยื่นแบบแสดงรายการในระบบดิจิทัล เช่น การนำระบบ e-Filing มาใช้งาน เป็นการยื่นแบบแสดงรายการในระบบอิเล็กทรอนิกส์ และนำระบบ e-Tax Invoice และ e-Receipt จะสะดวก รวดเร็วในการดำเนินการออกไปกำกับภาษีหรือใบรับอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้ลดต้นทุนในการเดินทาง ประหยัดเวลา ค่าใช้จ่าย มีความสะดวก สามารถยื่นแบบได้ทุกที่ทุกเวลา ก่อให้เกิดต้นทุนแก่ผู้เสียภาษีและกรมสรรพากรน้อยที่สุด

6. นำการวิเคราะห์ข้อมูลหรือ Data Analytics มาใช้ในการบริหารการจัดเก็บภาษีของกรมสรรพากรทุกด้าน อาทิ การประมาณการรายได้ การวิเคราะห์ และติดตามผลการจัดเก็บภาษี การบริหารความเสี่ยง และการตรวจสอบภาษี เช่น การนำระบบคัดเลือกผู้เสียภาษีเพื่อกำกับและตรวจสอบ (risk base audit system) มาช่วยลดระยะเวลาในการตรวจสอบ

7. ส่งเสริมข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมสรรพากรทุกคนให้มีความรู้และทักษะทางดิจิทัล สำหรับการปฏิรูปภาษี มุ่งเน้นการพัฒนากฎหมาย และกระบวนการจัดเก็บภาษีของกรมสรรพากรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยจะต้องทำให้การเสียภาษีมีความชัดเจน แน่นนอนและสะดวก

8. สร้างความร่วมมือกับองค์กรชั้นนำระหว่างประเทศ เช่น องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organisation for Economic Co-operation and Development--OECD) เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลภาษีอากร เป็นต้น

9. ภาษีที่จัดเก็บได้ จะถูกนำไปใช้กับการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตให้กับประชาชน

โลกในยุคปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เป็นการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้นเรื่อยๆ เป็น

ยุคที่อะไรๆ รอบตัวก็เต็มไปด้วยดิจิทัล เทคโนโลยีดิจิทัลต่างๆ มากล้นเกินสภาพสิ่งแวดล้อมเดิมๆ ไปจนหมดสิ้น การใช้ชีวิตของคนก็เปลี่ยนไป ผู้คนส่วนใหญ่ต่างติดต่อกันผ่านโลกดิจิทัลหรือโลกออนไลน์มากขึ้น ใช้ชีวิตอยู่ในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งสังเกตได้จากพฤติกรรมต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นการใช้อินเทอร์เน็ต ซื่อ/ขายสินค้าออนไลน์ ทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชัน การสื่อสาร และอีกมากมาย ทำให้ผู้คนในสังคมและเทคโนโลยีไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ต้องปรับตัว และใช้ชีวิตแบบผสมผสานเพื่อให้กลมกลืนกับเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีความสุขและยั่งยืน ดังนั้น โลกดิจิทัลในวันนี้ จึงมีความสำคัญมากต่อผู้คนในยุคนี้ ซึ่งโลกของเราได้ก้าวเข้าสู่ยุค 4.0 อย่างเต็มตัว ถือเป็นโลกแห่งความทันสมัย ก้าวสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้คน หน่วยงาน หรือองค์กร ต้องปรับตัวให้ทันกับยุคที่เปลี่ยนแปลง ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม หันหน้าเข้าสู่โลกดิจิทัล ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เป็นประโยชน์มากที่สุด หากไม่ปรับตัว รู้เท่าทัน กับสิ่งเปลี่ยนที่กำลังจะเกิดขึ้น หรือ

ไม่ปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยแล้ว ย่อมส่งผลเสียต่อการใช้ชีวิตหรือผลประโยชน์ของตนเอง หรือองค์กร ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. กรมสรรพากรต้องกำหนด เป้าหมาย จากการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มศักยภาพ ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม ข้อมูล ทุนมนุษย์ และทรัพยากรอื่น ให้ชัดเจน
2. กรมสรรพากรต้องพัฒนาคนควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล ทั้งพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งเสริมทักษะทางปัญญา พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัล
3. กรมสรรพากรต้องจัดทำแผนการเปลี่ยนแปลงขั้นตอน อย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองและขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ จัดเก็บภาษีให้เป็นไปตามเป้าหมาย และยั่งยืน
4. กรมสรรพากรควรปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม และตามสถานการณ์ เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปในทิศทางของการก้าวไปสู่กรมสรรพากรยุคใหม่ เพื่อตอบรับนโยบาย ประเทศไทย 4.0

References

- Ministry of Digital Economy and Society. (2016). *Digital development plan for economy and society*. Author. [In Thai]
- Model Thailand 4.0: Drive Thailand Through Innovation*. (2018). Retrieved from <https://www.mmthailand.com/โมเดล-ประเทศไทย4-0> [In Thai]
- Open the Concept of "New Revenue Generation" Equal Digital Technology for Taxpayers*. (2019). Retrieved from <https://www.passiongen.com/wisdom/2019/11/tax> [In Thai]
- Revenue Department. (2016). *Action plan of the Revenue Department fiscal year 2016-2020*. Author. [In Thai]
- Revenue Department. (2019a). *Revenue Department News no. 9/2019*. Retrieved from https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/news/news09_2562_edit.pdf [In Thai]
- Revenue Department. (2019b). *Revenue Department News no. 24/2019*. Retrieved from https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/news/news24_2562.pdf [In Thai]
- Revenue Department. (2019c). *Revenue Department News no. 41/2019*. Retrieved from https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/news/news41_2562.pdf [In Thai]
- Revenue Department Pushes Hard. Digital Storms of Economy Pressure Revenue 2 Trillion*. (2019). Retrieved from <https://www.prachachat.net/finance/news-338558> [In Thai]
- The Twelfth National Economic and Social Development Plan (B. E. 2560-2564)*. (2017). Retrieved from https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422 [In Thai]

Causal Influences of Organizational Climate and Quality of Work Life on Employee's Organizational Commitment of an Automotive Parts Manufacturing Company

Krisada Chienwattanasook¹ Wanvicechanee Tanomchat²

Abstract

This research aimed to study the organizational climate and the quality of working life that affect the organizational commitment of the employees of an automotive parts manufacturer. The sample consisted of 400 employees of an automotive parts manufacturing company. Questionnaires were used to collect and analyze the data. The descriptive statistics consisting of frequency, percentage, mean and standard deviation were applied. The hypothesis testing was conducted by using a structural equation model. Significance was set at a level of .05.

The results showed that the structural equation model was consistent with the empirical data with $\chi^2 = 124.08$, $p\text{-value} = .06$, $\chi^2/df = 1.939$, GFI = .961, AGFI = .926, CFI = .983, NFI = .966, and RMSEA = .049 which met the specified criteria. Results of hypothesis testing showed that quality of working life affected the organizational commitment at the level of significance of .05. But the organizational atmosphere did not affect the organizational commitment of the employees of the automotive parts manufacturer, with power of forecasting of 58 percent.

Keywords: Organizational Climate; Quality of Work Life; Organizational Commitment

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Chienwattanasook, K., & Tanomchat, W. (2021). Causal influences of organizational climate and quality of work life on employee's organizational commitment of an automotive parts manufacturing company. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 603-617.

¹ Faculty Of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
39 Moo 1, Rangsit-Nakornnayok Road, Klong 6, Khlong Luang, Pathumthani 12110, Thailand
Email: krisada_c@rmutt.ac.th

² Faculty of Management and Tourism, Burapha University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากมีการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยมากถึงจำนวน 1,403,153 คัน ในปี พ.ศ. 2562 แม้วามีแนวโน้มในการเติบโตลดลงร้อยละ 3.0-4.0 ในปี พ.ศ. 2563 จากการหดตัวของเศรษฐกิจ แต่ก็ยังถือเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาลให้กับประเทศ (Government Savings Bank, 2019) โดยโครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยนั้น แบ่งออกเป็น ผู้ประกอบยานยนต์ จำนวน 18 บริษัท (รถยนต์จำนวน 12 บริษัท, จักรยานยนต์ จำนวน 6 บริษัท) และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จำนวน 2,300 บริษัท นอกจากนี้ยังแบ่งออกเป็น Tier 1 ซึ่งจะเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในกลุ่มบริษัทชั้นนำ (จำนวน 635 บริษัท มีพนักงานจำนวน 250,000 คน) รองลงมา คือ Tier 2 และ Tier 3 (จำนวน 1,700 บริษัท จำนวนพนักงาน 175,000 คน) ทำให้ประเทศไทยมีกำลังในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Ministry of Industry, Office of Industrial Economics, 2020) จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้เห็นว่าบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์นั้นมีความสำคัญต่อตัวเลขทางเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ ปัจจัยที่อาจกล่าวได้ว่าเป็นแรงขับเคลื่อนกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ คือ ทรัพยากรมนุษย์ แต่ปัจจุบันท่ามกลางการชะลอตัวของเศรษฐกิจ ประกอบกับวิกฤตของโรคระบาดทำให้บริษัทยักษ์ใหญ่ในอุตสาหกรรมยานยนต์มีการปิดกิจการ รวมไปถึงมีการทยอยปลดแรงงานในระบบมากกว่า 7.5 แสนราย (Thairath, 2020) ซึ่งส่งผลกระทบต่อความวิตกกังวลของพนักงานในบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อย่างมากและกระทบต่อความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อบริษัท โดยเฉพาะในเรื่องความผูกพันต่อองค์กรที่ถือว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญ

ในการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรและแสดงพฤติกรรมอันพึงประสงค์ การทุ่มเทร่างกายแรงใจ กำลังความสามารถเพื่อสร้างผลการปฏิบัติงานที่ช่วยขับเคลื่อนและเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจให้แก่องค์กร

ดังนั้น องค์กรจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการสร้างความพึงพอใจต่อองค์กรและจูงใจให้เกิดความตั้งใจในการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์กร โดยการสร้างบรรยากาศขององค์กรที่ดีจะเป็นส่วนสนับสนุนและผลักดันให้เกิดความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างเต็มที่ อันจะนำมาซึ่งผลสัมฤทธิ์ในการทำงานและส่งเสริมโอกาสในการบรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้ หากบรรยากาศขององค์กรไม่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานหรือ ขวางกั้นความต้องการของบุคคลแล้วนั้น จะทำให้เกิดความขัดแย้งที่ก่อให้เกิดความสูญเสีย ค่าความเฉื่อยชา และการลาออกจากงานในที่สุด (Meekaew, 2020) ในปัจจุบันภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรอย่างรุนแรงและรวดเร็ว อาทิเช่น สภาพสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว การแพร่ระบาดของโรคติดต่อ ความไม่มั่นคงทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งส่งผลให้องค์กรมีความจำเป็นจะต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอด และสามารถแข่งขันได้ภายใต้แรงกดดันที่องค์กรได้รับ ทำให้ความคาดหวังขององค์กรต่อเป้าหมายในการปฏิบัติงานของพนักงานมีสูงขึ้น บรรยากาศองค์กรย่อมได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้และทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลง ในขณะเดียวกันที่เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรขึ้น ย่อมสร้างวิกฤตกังวล รวมถึงความเครียดในการทำงานให้เกิดแก่พนักงาน ไม่ว่าจะเป็นในด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน ความมั่นคงในการทำงาน หรือแม้กระทั่งขวัญและกำลังใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ต่างก็ได้รับผลกระทบจากแรงกดดันที่องค์กรได้รับเช่นเดียวกัน

งานวิจัยนี้ได้สังเกตเห็นถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ที่ได้รับผลกระทบจากยอดการผลิตที่ลดลงและการหดตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง จึงได้ทำการศึกษาการอิทธิพลเชิงสาเหตุของบรรยากาศองค์การและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์
2. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้แบ่งขอบเขตการศึกษาเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ได้แก่

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงบรรยากาศองค์การ คุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยนี้มีขอบเขตด้านพื้นที่ คือ บริษัทมหาชนแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ และเป็นหนึ่งในผู้นำของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศเพื่อการส่งออก
3. ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยนี้ทำการศึกษาจากพนักงานในฝ่ายผลิตซึ่งมีพนักงานจำนวนประมาณ 780 คน โดยไม่รวมถึงพนักงานของผู้รับเหมาช่วง (subcontractor)
4. ขอบเขตด้านเวลา ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.

2562 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผู้บริหารสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีในองค์กร รวมถึงเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานให้เหมาะสมตามบริบทของอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ตามที่บริษัทได้แถลงไว้ในรายงานประจำปีซึ่งเปิดเผยต่อนักลงทุน
2. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานในสายการผลิตซึ่งมีส่วนสำคัญต่อประสิทธิภาพในการผลิต และการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้
3. ผู้บริหารที่อยู่ในอุตสาหกรรมการผลิตหรืออุตสาหกรรมอื่นสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมอันพึงประสงค์ในการทำงาน และทุ่มเทแรงกายแรงใจในการทำงานให้แก่องค์กรเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนทฤษฎีและแนวคิดตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศองค์การ คุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร ดังต่อไปนี้

บรรยากาศองค์การ องค์กรเป็นระบบหนึ่งทีประกอบไปด้วยปัจจัยนำเข้า กระบวนการและการส่งผ่านเป็นผลผลิต ซึ่งในการดำเนินงานตามระบบขององค์กรจะมีบรรยากาศขององค์กรเป็นปัจจัยที่จะช่วยจูงใจให้เกิดความตั้งใจในการปฏิบัติงานและความพึงพอใจของสมาชิกในองค์กร (Katz & Kahn, 1978;

Davis, 1981) บรรยากาศองค์การซึ่งหมายถึงการรับรู้สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีความเหมาะสมจะสร้างให้เกิดแรงจูงใจที่ดีในการทำงานและส่งผลต่อความผูกพันในองค์การ (Stringer, 2002) อย่างไรก็ตามหากบรรยากาศองค์การไม่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานหรือขวางกั้นความต้องการของบุคคลแล้ว จะทำให้เกิดความขัดแย้งที่ก่อให้เกิดความสูญเสียเปล่า ความเฉื่อยชา และการเปลี่ยนงานในที่สุด (Mondy, 2012) รูปแบบของบรรยากาศองค์การได้ถูกอธิบายโดย Litwin and Stringer (1968) ไว้ที่น่าสนใจใน 9 มิติ ได้แก่ (1) โครงสร้างองค์การ (2) ความรับผิดชอบ (3) การให้รางวัล (4) ความเสี่ยงของงาน (5) ความอบอุ่น (6) การสนับสนุน (7) มาตรฐานการปฏิบัติงาน (8) การยอมรับความขัดแย้ง และ (9) ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทั้งนี้ เนื่องจากแนวคิดของ Litwin and Stringer (1968) มีความครอบคลุมหลายด้าน การศึกษานี้ จึงกำหนดตัวแปรบรรยากาศองค์การในมิติที่สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา โดยอาศัยแนวคิดของ Litwin and Stringer (1968) จำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ (1) โครงสร้างองค์การ (2) ความเป็นอิสระ (3) รางวัลตอบแทน (4) การสนับสนุน (5) ความขัดแย้ง และ (6) การเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ Taka and Chienwatanasook (2016) พบว่า บรรยากาศองค์การด้านโครงสร้างสามารถพยากรณ์ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้ พนักงานในองค์การจะทราบถึงบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของพวกเขาอย่างชัดเจนจากโครงสร้างที่มีประสิทธิภาพ และยังพบว่าบรรยากาศองค์การด้านการสนับสนุนสามารถพยากรณ์ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้ บรรยากาศการทำงานที่มีการสนับสนุนซึ่งกันและกันจะทำให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของทีมงาน ซึ่งบรรยากาศในด้านนี้จะเกิดขึ้นได้ พนักงานทุกระดับต้องร่วมมือกัน

คุณภาพชีวิตในการทำงาน แนวคิดของคุณภาพชีวิตในการทำงานมีมาช้านาน และเริ่มแพร่หลายใน

ยุโรปปี ค.ศ. 2009 จากผลการสำรวจการใช้เวลาในการทำงานของพนักงานในประเทศสหรัฐอเมริกา ของกระทรวงแรงงานแห่งสหรัฐอเมริกา (United States Department of Labor Bureau of Statistics, 2010) พบว่า พนักงานร้อยละ 84 จากจำนวนพนักงานที่สำรวจทั้งหมด ต้องทำงานภายในที่ทำงานเฉลี่ยถึง 7.5 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งเป็นเวลานานมาก ดังนั้น กระทรวงแรงงานแห่งสหรัฐอเมริกาจึงตระหนักถึงการพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยพิจารณาว่าเป็นสิ่งที่นายจ้างควรให้ความสำคัญ นอกจากนั้น ยังรวมถึงการสร้างตารางการทำงานที่สมดุล และการลดความเครียดในการทำงานของพนักงานด้วย สำหรับประเทศไทยก็ได้รับแนวคิดคุณภาพชีวิตในการทำงานได้รับการยอมรับจากทุกองค์การทั้งภาคส่วนรัฐและเอกชน คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีจะส่งผลให้พนักงานเกิดความสุขในองค์การ นอกจากนั้น ยังสร้างขวัญและกำลังใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การให้เกิดแก่พนักงานอีกด้วย Walton (1980) แนะนำว่าองค์การที่สร้างให้เกิดคุณภาพชีวิตในการทำงานให้แก่พนักงาน ควรคำนึงถึงองค์ประกอบ 8 ประการ ได้แก่ (1) การให้สิ่งตอบแทนที่เหมาะสมและยุติธรรม (2) สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (3) การพัฒนาความสามารถและความก้าวหน้าบุคคล (4) ความเจริญก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (5) การบูรณาการด้านสังคม (6) ประชาธิปไตยในการทำงาน (7) จังหวะชีวิต และ (8) การเกี่ยวข้องกับสังคม ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดของ Walton (1980) มาเป็นขอบข่ายเชิงทฤษฎีของการวิจัย โดยกำหนดตัวแปรที่ต้องการศึกษาที่พบเห็นในองค์การทั่วไป จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ (1) สิ่งตอบแทนที่ยุติธรรม (2) ความปลอดภัย (3) ความก้าวหน้า (4) การยอมรับ และ (5) ประชาธิปไตยในการทำงาน

ความผูกพันต่อองค์การ เป็นความรู้สึกและการแสดงออกด้วยพฤติกรรมอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

ที่ดีต่อองค์การ ไม่สนใจจะเปลี่ยนงานและมีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานเพื่อความสำเร็จต่อองค์การ ซึ่ง Buchanan (1974) ได้ระบุว่าความผูกพันต่อองค์การจะประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (2) การมีส่วนร่วมในองค์การ และ (3) ความจงรักภักดีต่อองค์การ ในขณะที่ Steers (1977) มีความเห็นว่าความผูกพันต่อองค์การ ประกอบไปด้วย (1) ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ (2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อองค์การ และ (3) ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกขององค์การ อย่างไรก็ตาม จากที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า แนวคิดของ Meyer and Allen (1997) มีความครอบคลุมแนวคิดของนักวิชาการทั้งสองท่านและงานวิจัยนี้ได้นำมาเป็นขอบข่ายในการกำหนดตัวแปรที่ต้องการศึกษา ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้ระบุว่า ความผูกพันต่อองค์การ เป็นความสัมพันธ์ของสมาชิกกับองค์การ ประกอบด้วยโครงสร้าง 3 ด้าน ได้แก่ (1) ความผูกพันด้านความรู้สึกรู้สึก (2) ความผูกพันต่อเนื้อ และ (3) ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานสังคม

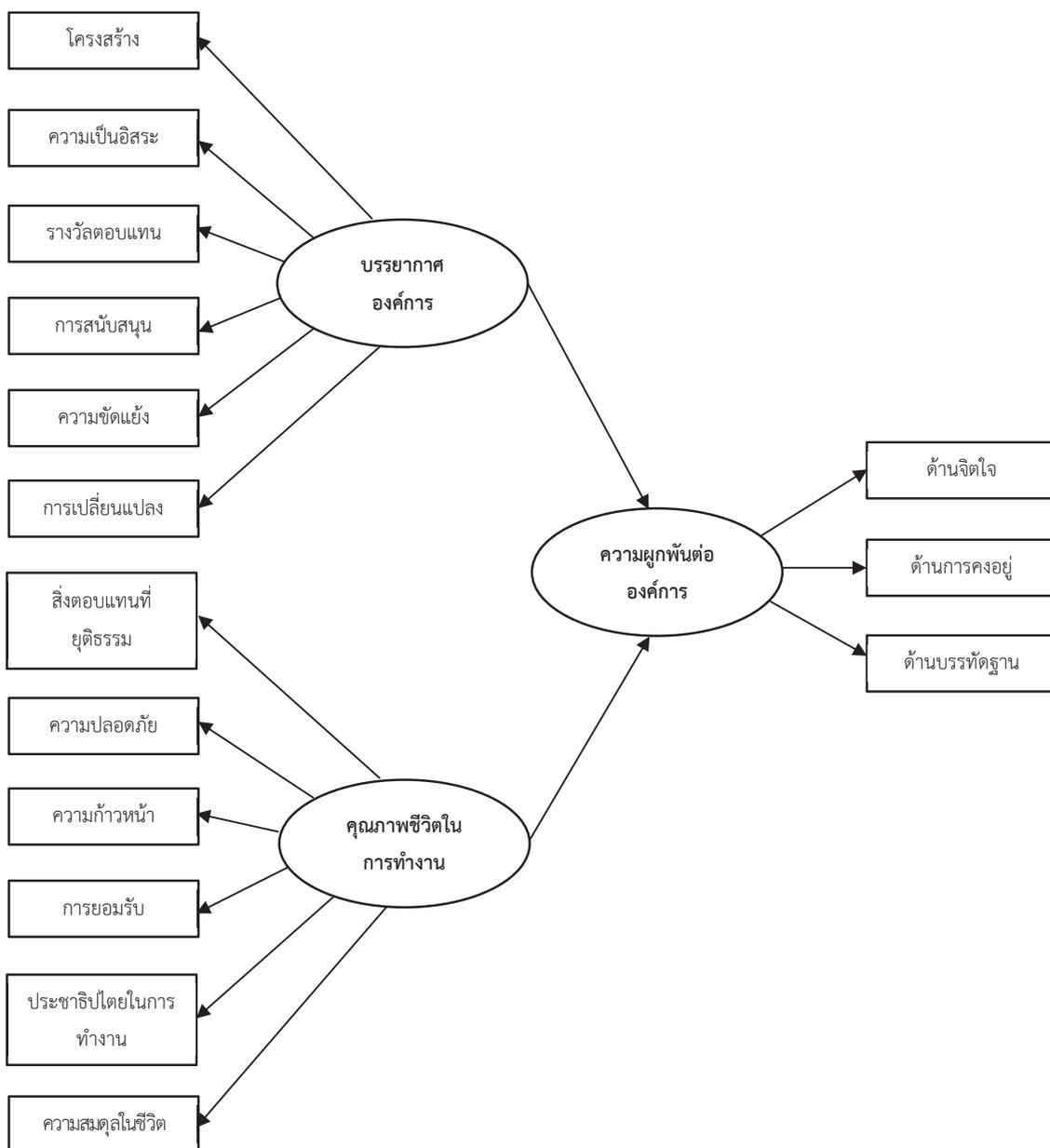
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาพบความสัมพันธ์ของตัวแปรในเบื้องต้นจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิจัยของ Rujit and Liemsuwan (2021) ที่ได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่นขององค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์: กรณีศึกษานิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ประเทศไทย ผลการศึกษาระบุว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานมีผลทางตรงต่อความผูกพันในองค์การและความพึงพอใจในงาน เช่นเดียวกับกับผลการศึกษาของ Junrodjana and Chienwattanasook (2020) ที่พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานโดยเฉพาะด้านประชาธิปไตยในองค์กรส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรภาพรวม และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Kriangchaiporn and Laohavichien (2019)

ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับคุณภาพชีวิตงาน ความผูกพันองค์การ และพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานการประชาสัมพันธ์ภูมิภาค พบว่าคุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลทางตรงต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Sungkapate and Srivichai (2017) ซึ่งผลการวิจัย สรุปได้ว่า คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลชุมชน จังหวัดปทุมธานี งานวิจัยของ Chupradist (2017) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของบรรยากาศองค์การ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การและความผูกพันของพนักงานกับประสิทธิผลองค์การของธุรกิจบริการ ซึ่งพบว่าบรรยากาศองค์การเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของพนักงาน และนอกจากนี้ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ งานวิจัยของ Wikhantanakul and Avakiat (2016) เรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรธุรกิจศูนย์การค้าเซ็นทรัล ซึ่งผลการวิจัยพบว่า บรรยากาศองค์การนั้นมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรธุรกิจศูนย์การค้าเซ็นทรัล ผ่านคุณภาพชีวิตในการทำงาน ทั้งนี้ ยังพบว่า มีงานวิจัยต่างประเทศที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การและความผูกพันต่อองค์การ เช่น การศึกษาของ Abun, Menor, Catabagan, Magallanes, and Ranay (2021) พบว่าบรรยากาศขององค์การมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับผลของงานวิจัยของ Ancarani, Di Mauro, and Giammanco (2019) ที่ได้ศึกษาการเชื่อมโยงระหว่างบรรยากาศองค์การกับการมีส่วนร่วมในการทำงาน ซึ่งพบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความผูกพันในการทำงานกับบรรยากาศที่ส่งเสริมความเป็นอิสระของผู้ปฏิบัติงาน การเสริมอำนาจ และความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ปฏิบัติงาน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปความสัมพันธ์ของบรรยากาศองค์การ คุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์การในเบื้องต้นได้นำมาซึ่งการ

กำหนดกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย ดังแสดงในภาพ 1

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

1. บรรยากาศองค์การส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์
2. คุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัว คือ พนักงานบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่ง โดยมีจำนวนพนักงานกว่า 3,000 คน ซึ่งกำหนดจำนวนตัวอย่างจากข้อตกลงเบื้องต้นของการกำหนดขนาดตัวอย่างในสมการโครงการของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) โดยพิจารณาจากขนาดตัวอย่าง 25 เท่าต่อตัวแปรสังเกตในแบบจำลองสมการโครงสร้างนั้น ขนาดตัวอย่างที่เพียงพอเท่ากับ 375 ตัวอย่าง ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถอ้างอิงไปยังกลุ่มประชากรได้ดียิ่งขึ้นจึงเพิ่มจำนวนขนาดตัวอย่างขึ้นอีก 25 ตัวอย่างเป็น 400 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน คือ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified sampling) โดยอาศัยการเปรียบเทียบสัดส่วนของพนักงานในบริษัท และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) โดยการส่งจดหมายปิดผนึกให้แก่ผู้จัดการหรือหัวหน้าพนักงานชั้นต้นในการเลือกตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้จนครบจำนวนที่ต้องการ

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย โดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) แบบสอบถามเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การ ซึ่งประกอบด้วย ด้านโครงสร้าง ด้านความเป็นอิสระ ด้านรางวัลตอบแทน ด้านการสนับสนุน ด้านความขัดแย้ง และด้านการเปลี่ยนแปลง จำนวน 23 คำถาม โดยมี

ค่าความเชื่อมั่น .70 ถึง .87 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่ยอมรับได้ (3) แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วย ด้านสิ่งตอบแทนที่ยุติธรรม ด้านความปลอดภัย ด้านความก้าวหน้า ด้านการยอมรับ ด้านประชาธิปไตยในการทำงาน และด้านความสมดุลในชีวิต จำนวน 34 คำถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่น .75 ถึง .90 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่ยอมรับได้ และ (4) แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ซึ่งประกอบด้วย ด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐาน จำนวน 12 คำถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่น .77 ถึง .84 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่ยอมรับได้ จากการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดพบว่ามีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ .7 ขึ้นไปแสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (Wanichbuncha & Wanichbuncha, 2015) โดยแบบใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบ Rating Scale 5 ระดับ และแบ่งช่วงคะแนนตามเกณฑ์การแบ่งแบบอันตรภาคชั้นที่ 0.8

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมุติฐานในการวิจัยนี้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation--SD) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) คือ แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling--SEM) ที่ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis--CFA) โดยพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite Reliability--CR) ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted--AVE) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งกำหนดนัยสำคัญไว้ที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า พนักงานบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 201 คน (ร้อยละ 50.2) อายุ 26-30 ปี จำนวน 115 คน (ร้อยละ 28.7) สถานภาพสมรส จำนวน 218 คน (ร้อยละ 54.5) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 188 คน (ร้อยละ 47.0) มีประสบการณ์ทำงาน จำนวน 3-5 ปี จำนวน 149 คน (ร้อยละ 37.3) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 162 คน (ร้อยละ 40.5)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบรรยากาศองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งจำแนกเป็นรายปัจจัย ดังนี้

1. บรรยากาศองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78, SD = 0.48$) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านโครงสร้างมากที่สุด ($\bar{X} = 4.06, SD = 0.54$) รองลงมา ด้านการเปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 3.88, SD = 0.54$) ด้านรางวัล

ตอบแทน ($\bar{X} = 3.70, SD = 0.78$) ด้านการสนับสนุน ($\bar{X} = 3.69, SD = 0.54$) ด้านความขัดแย้ง ($\bar{X} = 3.67, SD = 0.59$) และด้านความเป็นอิสระ ($\bar{X} = 3.67, SD = 0.66$) ตามลำดับ

2. คุณภาพชีวิตในการทำงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86, SD = 0.54$) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านความสมดุลในชีวิตมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47, SD = 0.93$) รองลงมา ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.89, SD = 0.66$) ด้านการยอมรับ ($\bar{X} = 3.75, SD = 0.51$) ด้านสิ่งตอบแทนที่ยุติธรรม ($\bar{X} = 3.73, SD = 0.67$) ด้านความก้าวหน้า ($\bar{X} = 3.67, SD = 0.67$) และด้านประชาธิปไตยในการทำงาน ($\bar{X} = 3.65, SD = 0.69$) ตามลำดับ

3. ความผูกพันต่อองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82, SD = 0.48$) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านจิตใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.00, SD = 0.55$) รองลงมา ด้านบรรทัดฐาน ($\bar{X} = 3.89, SD = 0.59$) และด้านการคงอยู่ ($\bar{X} = 3.58, SD = 0.61$) ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมุติฐาน (ดูตาราง 1)

ตาราง 1

การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างและความน่าเชื่อถือ

ตัวแปร	Factor Loading	R ²	CR	AVE	α
บรรยากาศองค์กร			0.87	0.54	
- โครงสร้าง	0.56	0.31			0.81
- ความเป็นอิสระ	0.68	0.46			0.80
- รางวัลตอบแทน	0.78	0.61			0.87
- การสนับสนุน	0.78	0.61			0.72
- ความขัดแย้ง	0.82	0.67			0.70
- การเปลี่ยนแปลง	0.74	0.55			0.74
คุณภาพชีวิตในการทำงาน			0.89	0.58	
- สิ่งตอบแทนที่ยุติธรรม	0.79	0.62			0.87
- ความปลอดภัย	0.66	0.44			0.89
- ความก้าวหน้า	0.81	0.66			0.87

ตาราง 1 (ต่อ)

การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างและความน่าเชื่อถือ

ตัวแปร	Factor Loading	R^2	CR	AVE	α
- การยอมรับ	0.74	0.55			0.75
- ประชาธิปไตยในการทำงาน	0.82	0.67			0.90
- ความสมดุลในชีวิต	0.72	0.52			0.90
ความผูกพันต่อองค์กร			0.88	0.71	
- ด้านจิตใจ	0.84	0.71			0.84
- ด้านการคงอยู่	0.84	0.71			0.80
- ด้านบรรทัดฐาน	0.84	0.71			0.77

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรสังเกตในแบบจำลอง สมการโครงสร้างมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบโดยรวมอยู่ระหว่าง .56 ถึง .84 ซึ่งสามารถในการอธิบายความแปรปรวนอยู่ระหว่าง .31 ถึง .71 และมีค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite Reliability--CR)

อยู่ระหว่าง .87 ถึง .89 ซึ่งมีค่ามากกว่า .7 และมีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted--AVE) อยู่ระหว่าง .54 ถึง .71 ซึ่งมีค่ามากกว่า .5 จึงสามารถนำไปใช้ในการทดสอบแบบจำลองสมการโครงสร้างได้ (Hair et al., 2010)

ตาราง 2

การทดสอบความสัมพันธ์และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

ตัวแปร	\bar{X}	SD	a	b	c
บรรยากาศองค์การ ^a	3.78	0.48	0.73		
คุณภาพชีวิตในการทำงาน ^b	3.86	0.54	0.96	0.76	
ความผูกพันต่อองค์กร ^c	3.82	0.48	0.79	0.83	0.84

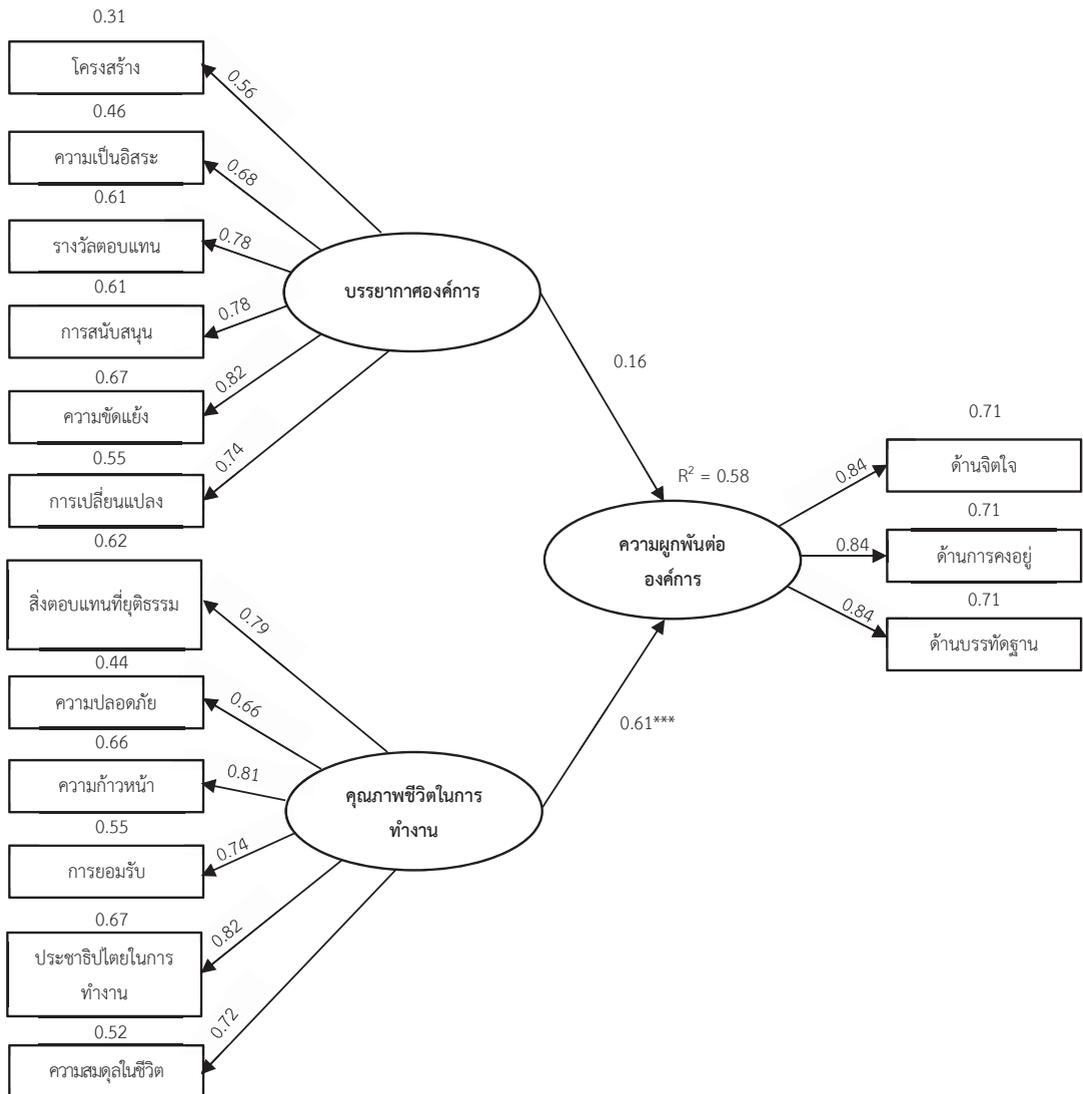
จากตาราง 2 พบว่า บรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในการทำงานในระดับมากที่สุด ($r = .96$) และมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การอยู่ในระดับมากที่สุด ($r = .79$) และคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การอยู่ในระดับมากที่สุด ($r = .83$) และเมื่อพิจารณาเปรียบระหว่างค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบกับรากที่สองของค่า AVE พบว่า

ความผูกพันต่อองค์การมีอำนาจจำแนกต่อบรรยากาศองค์การและคุณภาพชีวิตในการทำงาน เนื่องจากมีค่ารากที่สองของ AVE มากกว่าค่า r (Fornell & Larcker, 1981)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า χ^2 เท่ากับ 124.08 p -value เท่ากับ .06 χ^2/df เท่ากับ 1.939 GFI

เท่ากับ .961 AGFI เท่ากับ .926 CFI เท่ากับ .983 NFI เท่ากับ .966 และ RMSEA เท่ากับ .049 ซึ่งผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยคุณภาพชีวิตในการทำงาน ($t = 5.031, p\text{-value} = .000, \beta = 0.61$) ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 แต่บรรยากาศองค์กรไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ($t = 1.443, p\text{-value} = .149, \beta = 0.16$) ซึ่งแบบจำลองสมการโครงสร้างมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 58 ดังแสดงในภาพ 2 และตาราง 3



$\chi^2 = 124.08, df = 64, p\text{-value} = 0.06, \chi^2/df = 1.939, GFI = 0.961, AGFI = 0.926,$
 $CFI = 0.983, NFI = 0.966, RMSEA = 0.049$

ภาพ 2 แสดงการทดสอบสมมุติฐาน

ตาราง 3

ค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองสมการโครงสร้างก่อนปรับ-หลังปรับ

ค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องกลมกลืน	ก่อนปรับ	หลังปรับ	เกณฑ์การทดสอบ
χ^2	438.02	124.08	-
p-value	0.000	0.060	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
χ^2/df	5.035	1.939	ควรมีค่าน้อยกว่า 2
GFI	0.862	0.961	ควรมีค่ามากกว่า 0.95
AGFI	0.809	0.926	ควรมีค่ามากกว่า 0.90
CFI	0.902	0.983	ควรมีค่ามากกว่า 0.95
NFI	0.881	0.966	ควรมีค่ามากกว่า 0.95
RMSEA	0.101	0.049	ควรมีค่าน้อยกว่า 0.05

การอภิปรายผล

การศึกษาวินิจฉัยเชิงสาเหตุของบรรยากาศองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 58 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการที่พนักงานมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีจะทำให้พนักงานรู้สึกถึงความเอาใจใส่ขององค์กรต่อชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีทั้งในด้านการทำงานและชีวิตส่วนตัวทำให้พนักงานนั้นมีความพึงพอใจต่อสิ่งที่ได้รับจากองค์กรทั้งในเชิงนโยบายและการปฏิบัติที่ส่งเสริมให้พวกเขาสร้างความสมดุลในชีวิตของตนเองได้ มีความปลอดภัยในการทำงาน ได้รับการยอมรับจากองค์กรและเพื่อนร่วมงาน ได้รับสิ่งตอบแทนที่มีความยุติธรรม และการมีประชาธิปไตยในการทำงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนสร้างให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรทั้งในด้านจิตใจ ด้านบรรทัดฐาน และด้านการคงอยู่ ทำให้พนักงานมีความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้แก่องค์กรอย่างเต็มความ

สามารถและมีความจงรักภักดีต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kriangchaiporn and Laohavichien (2019) ที่พบว่า คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลทางตรงต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sungkapate and Srivichai (2017) ที่พบว่า คุณภาพชีวิตมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลชุมชน จังหวัดปทุมธานี นอกจากนี้ ผลการวิจัยที่พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในการศึกษานี้ ยังยืนยันผลการศึกษาของ Junrodjana and Chienwattanasook (2020) ที่พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานโดยเฉพาะด้านประชาธิปไตยในองค์กรส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Abun et al. (2021) ซึ่งพบว่า บรรยากาศขององค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และมีความคล้ายคลึงกับผลของงานวิจัยของ Ancarani et al. (2019) ซึ่งพบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความผูกพันในการทำงานกับบรรยากาศที่ส่งเสริมความเป็นอิสระของผู้ปฏิบัติงาน การเสริมอำนาจ และความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ปฏิบัติงาน

References

- Abun, D., Menor, R. I., Catabagan, N. C., Magallanes, T., & Ranay, F. B. (2021). Organizational climate and work engagement of employees of divine word colleges in Ilocos Region, Philippines. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 10(1), 107-121.
- Ancarani, A., Di Mauro, C., & Giammanco, M. D. (2019). Linking organizational climate to work engagement: A study in the healthcare sector. *International Journal of Public Administration*, 42(7), 547-557.
- Buchanan, B. (1974). Building organizational commitment: The socialization of managers in work organizations. *Administrative Science Quarterly*, 19(4), 533-546.
- Chupradist, W. (2017). The causal relationship of organizational climate, organizational citizenship behavior, employee engagement and organizational effectiveness of service business organizations. *Journal of Business Administration, The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 6(2), 31-47. [In Thai]
- Davis, K. (1981). *Human relations at work*. McGraw-Hill.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Government Savings Bank. (2019). *Automotive industry*. Retrieved from https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2019/10/IN_car_10_62_detail-1.pdf [In Thai].
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Pearson Education.
- Junrodjana, S., Chienwattanasook, K. (2020). Quality of work Life and work environment affecting organizational commitment of employee. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 5(4), 160-174. [In Thai]
- Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). *The social psychology of organizations* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Kriangchaiporn, N., & Laohavichien, U. (2019). The relationships between the level of quality of work life, Organizational commitment and the work behavior of employees at the Provincial Waterworks Authority. *Rajapark Journal*, 13(30), 71-82. [In Thai]
- Litwin, G. H., & Stringer R. A., Jr. (1968). *Motivation and organizational climate*. Harvard University Press.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Sage.

- Meekaew, L. (2020). *Happy Heart: Promote working atmosphere with organizational culture of giving*. Retrieved from [https://huso.kpru.ac.th/HappyWorkPlace/contents/Files/HWP_book%204-lesson%202%20\(1\).pdf](https://huso.kpru.ac.th/HappyWorkPlace/contents/Files/HWP_book%204-lesson%202%20(1).pdf) [In Thai].
- Mondy, R. (2012). *Human resource management* (12th ed.). Pearson Education.
- Ministry of Industry, Office of Industrial Economics. (2020). *Industry publications to know Introduction to the automotive industry*. Retrieved from <http://164.115.27.97/digital/files/original/d35c7796d70bd2373bcdcf98ade7d6d2.pdf> [In Thai]
- Rujit, W., & Liemsuwan, T. (2021). Causal factors influencing organizational commitment of employee in the automotive and auto parts industries: A case study of Amata City Industrial Estate Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 42(1), 75-80. [In Thai]
- Steers, R. M. (1977). Antecedents and outcomes of organizational commitment. *Administrative Science Quarterly*, 22(1), 46-56.
- Stringer, R. (2002). *Leadership and organization climate*. Person Education.
- Sungkapate, M., & Srivichai, C. (2017). Relationships between quality of work life and organizational commitment as perceived by nurses at the community hospitals in Pathum Thani province. *EAU Heritage Journal Science and Technology*, 11(2), 227-238. [In Thai].
- Taka, K., & Chienwattanasook, K. (2016). Organizational climate that supports organization learning in Thai Telecommunication Industry. *Valaya Alongkorn Review*, 6(2), 93-110. [In Thai]
- Thairath. (2020). *Workers 7.5 hundred thousand people, the automotive industry is poisonous Covid-19 has laid off people*. Retrieved from <https://www.thairath.co.th/news/business/1844648> [In Thai].
- United States Department of Labor Bureau of Statistics. (2010). *American time use survey*. Retrieved from <https://www.bls.gov>
- Walton, R. E. (1980). Improving the Quality of Work Life. *Harvard Business Review*, 19(12), 11-24.
- Wanichbuncha, K., & Wanichbuncha, T. (2015). *Using SPSS for Windows to analyze data*. 3 Lada. [In Thai].
- Wikhantanakul, S., & Avakiat, S. (2016). Causal factors influencing Central Shopping Center employee organizational commitment. *Hatyai Academic Journal*, 14(1), 43-56. [In Thai]

การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงาน ด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ทิบดี ทัพพรรณ¹ อีระวัฒน์ จันทิก² พิทักษ์ ศิริวงศ์³

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยผู้วิจัยบูรณาการเทคนิคการวิจัยเอกสารและการสังเคราะห์ ร่วมกับการประยุกต์ใช้เทคนิคการวิจัยแบบการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญและทรงคุณวุฒิจำนวน 17 คน และการใช้โปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ชุดคู่มือประกอบโปรแกรมการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ แบบประเมินความรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม แบบประเมินปฏิกริยาของผู้เข้าร่วมโปรแกรม แบบประเมินทักษะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์กลุ่มทดลองทั้งก่อนและหลังเข้าร่วมโปรแกรม

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาโปรแกรมดังกล่าว มีระดับความสอดคล้องดีมากกับวัตถุประสงค์การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ และผู้วิจัยได้นำแนวคิดเชิงระบบมาใช้ในการออกแบบและจัดทำรายละเอียดของโปรแกรมแต่ละขั้นตอน ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า, กระบวนการ, ผลผลิต และผลลัพธ์ คือพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยสามารถนำทักษะด้านการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นพนักงานบริการที่เปี่ยมด้วยศักยภาพ และมีความสามารถในการทำงาน

คำสำคัญ: โปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้น; แรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์; ธุรกิจโทรคมนาคม;
การเพิ่มศักยภาพพนักงาน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ทิบดี ทัพพรรณ, อีระวัฒน์ จันทิก, และ พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2564). การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 618-635.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
6 ตำบลลำพญา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000, ประเทศไทย

อีเมล: tibadee@gmail.com

^{2,3} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

The Development of Creative Stimulus Program for Enhancing Service Staff's Potential in Thai Telecommunication Business

Tibadee Tanhakorn¹ Thirawat Chantuk² Phitak Siriwong³

Abstract

The research objective was for the development of creative stimulus program for enhancing service staff's potential in Thai telecommunication business. The researcher integrates research techniques, documents, and synthesis and utilize focus group research techniques and in-depth interviews of 17 qualified experts together with creative stimulus program for enhancing service staff's potential in Thai telecommunication business, creative stimulus program guide set, creative impulse strengthening assessment form on experimental and controlled groups, program participants reaction assessment form on experimental group and controlled groups, creative stimulus skills assessment form on experimental group both before and after participating in the program.

The results showed that there is a very good level of conformity between the development of such programs and the creative stimulus objectives. And the researcher has applied the systematic concept to the design and details of each step of the program. These include inputs, processes, outputs, and outcomes. Service staff's potential in Thai telecommunication were able to apply creative thinking skills to work activities effectively, be service employees with full potential and with the ability to work.

Keywords: Stimulus Program; Creative Stimulus; Telecommunication Business; Staff's Potential

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Tanhakorn, T., Chantuk, T., & Siriwong, P. (2021). The development of creative stimulus program for enhancing service staff's potential in Thai telecommunication business. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 618-635.

¹ Doctor of Philosophy Program in Management, Silpakorn University, Samanchan Palace Campus
6, Lamphaya, Muang Nakhon Pathom, Nakhonpathom 73000, Thailand
E-mail: tibadee@gmail.com

^{2,3} Faculty of Management Science, Silpakorn University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการให้บริการธุรกิจโทรคมนาคมเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่ส่งผลต่อภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ทำให้มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับเทคโนโลยีใหม่ๆ การผลิตมีต้นทุนที่ถูกลง ทำให้อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับโครงข่ายโทรคมนาคมมีราคาถูกลงตามไปด้วย ในกรณีนี้ ผู้ให้บริการต่างเร่งพัฒนาและขยายโครงข่ายของตนเองให้มีคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการที่ดีขึ้น เพื่อให้รองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าของตนให้เพียงพอ ยิ่งทำให้ความต้องการการใช้งานด้านโทรคมนาคมของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก (Department of Business Development, 2016; National Broadcasting and Telecommunication Commission, 2017) สภาวะประเทศไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในด้านสังคม และเศรษฐกิจของโลกไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีผลกระทบและเกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง การปรับเปลี่ยนจากสภาพสังคมและเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อองค์กรต่างๆ จำเป็นจะต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือเหนือคู่แข่งได้ จำเป็นต้องอาศัยบทบาทของฝ่ายปฏิบัติการ หากบุคลากรได้รับการพัฒนาและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของตนเองก็จะส่งผลให้สามารถทำงานได้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้แก่องค์กร ดังนั้น องค์กรจะต้องมีทักษะกระบวนการบริหารงาน และสร้างแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Petsri, 2013; Wilairat, 2014) การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจะเน้นที่คนเป็นสำคัญ หากผู้ปฏิบัติงานมีศักยภาพในการปฏิบัติงานและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์กรที่ดำเนินธุรกิจมาระยะหนึ่ง ผู้บริหารมัก

ประสบปัญหาที่ต้องสร้างบรรยากาศในการทำงานให้หน้าทำงาน จากสาเหตุที่ลูกน้องขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน เกิดอาการเบื่อหน่ายในการสร้างสรรค์ผลงาน หรือที่เรียกว่า ศักยภาพลดลงโดยสาเหตุไม่ได้ ซึ่งมีผลกระทบต่อความเติบโตขององค์กร เป็นสิ่งที่ผู้อยู่ในระดับบริหารทุกคนจะหลีกเลี่ยง และนั่งนอนใจอยู่ไม่ได้ทั้งนี้เพราะตัวจักรสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดความสำเร็จในงานก็คือ ลูกน้อง หรือผู้ได้บังคับบัญชาตนเอง หากขาดแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้เกิดไฟในการทำงาน ย่อมเป็นอันตรายต่อองค์กรอย่างยิ่ง (Klankaew, 2008a) โดยการศึกษาวิธีสร้างกลยุทธ์ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ เพื่อใช้ป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำซ้อนขึ้นอีก เราเชื่อว่าต้องมีวันที่สมองไม่ทำงาน ความคิดสร้างสรรค์ไม่บังเกิด หรือค้นหาไอเดียเด็ดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งไม่ได้ โดยเฉพาะถ้าคุณอยู่ฝ่ายที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลา เช่น ฝ่ายการตลาด ครีเอทีฟโฆษณา งานบริการลูกค้า (Akrapin, 2012) ในความเป็นจริงแล้ว ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่สามารถบ่มเพาะขึ้นมาได้ และเป็นเรื่องที่ทุกคนในองค์กรสามารถช่วยกันได้ ถ้าคุณมีตำแหน่งเป็นหัวหน้างาน หน้าที่สำคัญคือการกระตุ้นให้พนักงานเกิดแรงบันดาลใจ และพร้อมจะขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวหน้า การพยายามสร้างแรงผลักดันจะช่วยเสริมให้เราสามารถคิดอะไรที่แตกต่างออกไป การนำสิ่งต่างๆ ที่เรามองออกไปจากรอบตัวเรามาศึกษาให้กระตุ้นให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ต้องอาศัยการเพื่อฝันในบางครั้ง จะช่วยให้มีแนวคิดที่แตกต่างออกไปจากกรอบเดิม (Buasruang, 2008)

จากความสำคัญ Tanhakorn and Chantuk (2017) กล่าวว่า กลไกสำคัญในการสร้างความเติบโตให้กับเศรษฐกิจในระยะยาว สามารถขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นอย่างยิ่งต้องส่งเสริมพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภาพเทคโนโลยีและการสร้างขีดความสามารถ สามารถพัฒนาโลกเพื่อขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบและการ

พัฒนาเครื่องมือการส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างการให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำอบรม พัฒนา มีความรู้ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาในแต่ละด้าน และการพัฒนาด้านเทคนิคและนวัตกรรมใหม่ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์เชิงนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่เปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ดังนั้น Tanhakorn and Chantuk (2018) เสนอว่า สามารถนำความคิดเชิงสร้างสรรค์มาใช้ในการบริหารจัดการในองค์การให้ประสบความสำเร็จ หากผู้ประกอบการสามารถนำความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการโดยอาศัยองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง คน เทคโนโลยี กระบวนการ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จ สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ด้านความมั่นคงมุ่งเน้นการพัฒนาคน เครื่องมือเทคโนโลยีและระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคามและภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบ และ Ministry of Industry (2016) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติให้เป็นคนดี เก่งและมีคุณภาพ

จากที่กล่าวมาข้างต้นและจากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสรุปเป็นองค์ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกรอบแนวคิดวิธีการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ทำให้ได้กรอบแนวคิด การวิเคราะห์บริบทของธุรกิจ เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ การประเมินผลประสิทธิภาพพนักงานบริการศูนย์บริการลูกค้าในธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ส่งผลให้เกิดการพัฒนาพนักงานบริการศูนย์บริการลูกค้าในธุรกิจโทรคมนาคมของไทยถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญ ทั้งนี้ในการเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยยังไม่มีกรทำเป็นโปรแกรมการ

พัฒนาที่ชัดเจนภายใต้กรอบแนวคิดและการวิจัยที่เป็นมาตรฐาน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย เพื่อให้องค์การได้นำความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าโปรแกรมนี้ไปประยุกต์ในการสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์หากได้นำมาใช้ปฏิบัติจริง เชื่อแน่ว่าจะมีส่วนช่วยยกระดับการทำงานรวมทั้งพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารและพนักงานให้มีความคิดสร้างสรรค์ต่อการให้บริการได้อย่างสมบูรณ์ มีโอกาสเจริญก้าวหน้าประสบความสำเร็จให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การอันเป็นรากฐานของการเจริญเติบโตในระบบเศรษฐกิจของสังคมประเทศสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์พนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ดังนี้ (1) ข้อมูลทั่วไปและพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย (2) วิธีการออกแบบการวิจัยและพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ (3) แนวคิดเกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้น (4) แนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ (5) แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ และ (6) แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ผู้วิจัยกำหนด

ขอบเขตกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ (1) ขั้นตอนการตรวจสอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของโปรแกรม ในการสร้างแนวโน้มองค์ประกอบของแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ แนวโน้มวิธีการและขั้นตอนเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ แนวโน้มองค์ประกอบที่เหมาะสมของโปรแกรม แนวโน้มรูปแบบประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรม ได้แก่ พนักงานบริการศูนย์บริการลูกค้าที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการบริการ ด้วยความสมัครใจเพื่อเข้าร่วมการจัดสนทนากลุ่ม จำนวน 13 คน (2) ขั้นตอนการตรวจสอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของโปรแกรม ในการสร้างรูปแบบองค์ประกอบของแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ รูปแบบวิธีการและขั้นตอนเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ รูปแบบองค์ประกอบที่เหมาะสมของโปรแกรม รูปแบบประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม จำนวน 17 คน ได้แก่ กลุ่มที่ 1 นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 ผู้บริหารที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาการบริหารงานบริการ จำนวน 5 คน และกลุ่มที่ 3 ผู้จัดการศูนย์บริการลูกค้าที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและมีผลงาน จำนวน 7 คน ผู้วิจัยใช้แบบแผนการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ร่วมกับการเลือกตัวอย่างแบบสโนว์บอลรวบรวมข้อมูลจนข้อมูลถึงจุดอิ่มตัว (3) ขั้นตอนการออกแบบพัฒนาและตรวจสอบรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นนักวิชาการในมหาวิทยาลัยทั้งสิ้น จำนวน 5 คน (4) ขั้นตอนการปรับปรุงโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ได้แก่ อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน และ (5) ขั้นตอนการสร้างรายละเอียดโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานบริการศูนย์บริการลูกค้าระดับปฏิบัติการ โดยกำหนดให้ตัวอย่างที่คัดเลือกมาแบบเจาะจงโดยปราศจากความเอนเอียงของการทดลอง มีจำนวน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลอง

จำนวน 10 คน และกลุ่มควบคุม จำนวน 10 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้แนวทางในการศึกษาแบบกรณีศึกษา (case study approach) ทั้งนี้ Yin (1994) กำหนดว่าในการเลือกกรณีศึกษาจำเป็นต้องมีการกำหนดเกณฑ์การเลือกเพื่อให้สามารถศึกษาได้ตามกรอบการศึกษา โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยการศึกษาครั้งนี้มีเกณฑ์ในการคัดเลือกกรณีศึกษาคือ พนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย เพื่อเป็นพื้นที่ตัวแทนในการดำเนินการวิจัยและทดลอง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

สามารถนำโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยที่พัฒนาแล้วไปประยุกต์ใช้ได้

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาในเรื่องที่เกี่ยวกับหลักการ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้น การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาองค์กร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปและพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ธุรกิจโทรคมนาคมเป็นธุรกิจที่ช่วยในการเข้าถึงข้อมูลและการแพร่กระจายของข้อมูล ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และเป็นปัจจัยในการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศไทยในการก้าวผ่านการเป็นประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง (Nikomborirak, 2013) ความหมายและประเภทธุรกิจของธุรกิจบริการโทรคมนาคม SMEs Knowledge Center

(2014) บริการโทรคมนาคมเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญใน 2 ด้าน คือ (1) เป็นภาคเศรษฐกิจที่มีขนาดใหญ่ ครอบคลุมการให้บริการแก่ประชาชนในทุกระดับของระบบเศรษฐกิจ และ (2) เป็นบริการที่มีบทบาทเป็นตัวกลาง หรือเป็นต้นทุนที่สำคัญในการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจประเภทอื่นๆ นอกจากนี้วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีและการหลอมรวมของสื่อต่างๆ ยังเป็นตัวกระตุ้นบทบาทของการบริการโทรคมนาคมให้ทวีความสำคัญมากขึ้น

ความสำคัญของงานบริการ ความหมายของการบริการตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (Office of the Royal Society, 2011) ให้ความหมาย “บริการ” หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ หรือให้ความสะดวกต่างๆ ดังนั้น การให้บริการจึงหมายถึงงานที่มีผู้คอยช่วยอำนวยความสะดวกซึ่งเรียกว่า “ผู้ให้บริการ” และ “ผู้มารับบริการ” ก็คือผู้มารับความสะดวก “การบริการ” ไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับ ผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) ในการที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไปมุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น (Tejagupta, 2006)

นอกจากนี้ ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ถึงแม้ธุรกิจบริการจะให้ความสำคัญอย่างมากกับลูกค้าหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการต่างๆ และพยายามทุกวิถีทางที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ดังนั้น ลูกค้าจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้บทบาทและขอบเขตความเป็นไปได้ของการใช้บริการ

ที่เหมาะสมด้วยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการ จะช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าใจกระบวนการบริการและสามารถคาดหวังการบริการที่จะได้รับอย่างมีเหตุผลตามข้อจำกัดของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนี้ (1) รับรู้และเข้าใจลักษณะของงานบริการว่าเป็นงานหนักที่จะต้องพบกับคนจำนวนมากและตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้มารับบริการอยู่ตลอดเวลาอันส่งผลให้การบริการ บางครั้งอาจไม่รวดเร็วทันกับความต้องการของผู้รับบริการทุกคนในเวลาเดียวกันได้ซึ่งผู้ใช้บริการจำเป็นต้องคาดหวังการบริการในระดับที่มีความเป็นไปได้ตามลักษณะของงานบริการต่างๆ และ (2) ตระหนักถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของผู้ใช้บริการผู้ที่แสดงเจตนาในการรับบริการควรมีมารยาทที่ดีและใช้คำพูดที่ชัดเจนเข้าใจง่ายในการระบุความต้องการการบริการเมื่อผู้ให้บริการเข้าใจและเสนอการบริการที่ถูกต้องผู้รับบริการก็จะทำให้เกิดความรู้สึกและทัศนคติที่มีต่อการบริการ

สรุปได้ว่า ธุรกิจโทรคมนาคมในส่วนของบริการโทรคมนาคมมีบทบาทสำคัญต่อการเจรจาการค้าด้านการโทรคมนาคม เนื่องจากเป็นส่วนที่ปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค สามารถสร้างสรรค์การให้บริการให้ตอบสนองต่อความต้องการตลาด และมีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ปัจจุบันบริการโทรคมนาคมมีความหลากหลายมากขึ้น (Chalamwong, Hongproyoon, Anantatus, Prasomsup, & Chalardsuk, 2016) ดังนั้นศูนย์บริการลูกค้าในธุรกิจโทรคมนาคมของไทย การมีพนักงานให้บริการที่ดี สร้างความพอใจให้ลูกค้าจะทำให้ลูกค้าใช้เวลากับศูนย์บริการลูกค้ามากขึ้น ได้เรียนรู้พฤติกรรมและได้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการ ความมีไหวพริบและความคุ้นเคยของพนักงานยังเป็นเรื่องสำคัญ หลายครั้งไม่มีตำรา ไม่มีแบบเรียน แต่ต้องรู้ได้ด้วยตัวเอง เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกได้ว่าเป็นคนสำคัญ บริการทุกอย่างจะมาถึงที่ด้วยพนักงานบริการเป็นการสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้า

(Tanhakorn & Pasunon, 2016)

2. วิธีการออกแบบการวิจัยและการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์

การออกแบบโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and Development--R&D) มาเป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมเพื่อให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอความหมายของการวิจัยและพัฒนา ลักษณะและรูปแบบ การวิจัยและพัฒนา ตามลำดับดังนี้

2.1 ความหมายของการวิจัยและพัฒนา

Chookhampaeng (2016) กล่าวว่า ประสบการณ์มวลที่จัดให้ผู้เรียนทั้งหมดมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ จุดมุ่งหมาย เนื้อหา การจัดประสบการณ์ การวัดและประเมินผลโดยรูปแบบหลักสูตรมีหลายรูปแบบ ในแต่ละรูปแบบได้รับอิทธิพลมาจากแนวคิดด้านปรัชญาการศึกษา จิตวิทยาการศึกษา หรือความต้องการของสังคมที่แตกต่างกันออกไป และหลักสูตรมีหลายระดับ แต่ระดับที่สำคัญคือ หลักสูตรระดับห้องเรียน ที่เกี่ยวข้องกับครูผู้สอนในการออกแบบการเรียนการสอนที่มุ่งไปสู่การเรียนรู้ของผู้เรียน

ตามจุดหมายของหลักสูตรอย่างแท้จริง นอกจากนั้น Buosonte (2013) กล่าวว่า การวิจัยและพัฒนาเป็นการนำวิธีการวิจัยมาใช้ในกระบวนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่บุคคลหรือหน่วยงานนั้นจัดให้มีขึ้น และผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นนั้นสามารถนำไปใช้ได้จริงๆ ตามวัตถุประสงค์ ดังนั้นความหมายของการวิจัยและพัฒนา โดยสรุปคือ การนำองค์ความรู้เดิมที่ได้จากผลของการวิจัยต่างๆ รวมถึงสิ่งประดิษฐ์เดิมที่มีอยู่แล้ว ไปดำเนินการวิจัยและพัฒนาต่ออย่างเป็นกระบวนการที่มีระบบ และมีเหตุผล เพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่ วิธีการใหม่ สิ่งประดิษฐ์หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ และสามารถนำสิ่งใหม่ๆ เหล่านี้ไปใช้ได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

2.2 ขั้นตอนการออกแบบการวิจัยและพัฒนา

Chookhampaeng (2016) กล่าวว่า หลักสูตรเป็นนวัตกรรมหนึ่งของการศึกษาที่ต้องอาศัยกระบวนการ พัฒนา ที่เป็นระบบหรือกระบวนการวิจัยและพัฒนา มีขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน การพัฒนาหลักสูตร การทดลองใช้หลักสูตร และการประเมินหลักสูตร โดยทุกขั้นตอนต้องอาศัยผลการวิจัยเพื่อไปพัฒนาขั้นต่อไป

ตาราง 1

ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร

ขั้นตอน	ประเด็นที่ศึกษา	ระเบียบวิธีวิจัย (R)	ข้อมูลที่ได้ (D)
การศึกษาข้อมูล	ปรัชญาการศึกษา จิตวิทยาการศึกษา สังคม และวัฒนธรรมวิชาการ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี	การวิจัยเอกสารการวิจัย เชิงสังเคราะห์การวิจัย เชิงสำรวจการวิจัยประเมิน ความต้องการจำเป็น	ได้ทราบข้อมูลพื้นฐานในการ ออกแบบพัฒนาหลักสูตร
การพัฒนาหลักสูตร	ร่างหลักสูตรตามองค์ ประกอบ และลักษณะ หลักสูตรที่กำหนดไว้	การวิจัยเชิงประเมิน การวิจัยเชิงสำรวจ	ได้ร่างหลักสูตรที่ผ่านการ ตรวจสอบสู่การพัฒนาขั้น ต่อไป

ตาราง 1 (ต่อ)

ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร

ขั้นตอน	ประเด็นที่ศึกษา	ระเบียบวิธีวิจัย (R)	ข้อมูลที่ได้ (D)
การทดลองใช้หลักสูตร	ผลของการใช้หลักสูตร ตามรูปแบบการทดลอง	การวิจัยเชิงทดลอง	ได้ผลของหลักสูตรที่ผ่านการทดลองใช้
การประเมินหลักสูตร	การประเมินและติดตามรูปแบบการประเมิน หรือ ประเด็นที่วางแผนไว้	การวิจัยเชิงประเมิน	ได้ทราบผลการประเมินหลักสูตรอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การเผยแพร่และพัฒนาต่อไป

3. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์

แรงบันดาลใจสามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา และสามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคน ขึ้นอยู่กับบุคคลนั้นว่าจะนำมาประยุกต์ใช้ปฏิบัติได้มากน้อยเพียงใด สิ่งกระตุ้น (stimulus) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลให้เกิดการตอบสนองและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในทางเดียวกับสิ่งกระตุ้นแรก การพัฒนาโปรแกรมเสริมแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยเป็นทฤษฎีที่เน้นการกำหนดให้บุคคลต้องกระทำในสิ่งที่เราต้องการให้เขากระทำ ซึ่งผู้วิจัยได้ให้รายละเอียดดังนี้

3.1 ความหมายของการเสริมสร้างแรงกระตุ้น

Klankaew (2008b) ได้ให้ความหมายว่า แรงกระตุ้น หมายถึง ความมุ่งมั่นในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเกิดจากสิ่งภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ มีที่มาจากหลายทางด้วยกัน เช่น ผู้บริหารให้คำแนะนำและมีกรมอบอำนาจการตัดสินใจแก่ผู้ปฏิบัติงานผู้จัดการให้การสนับสนุนความคิดของลูกน้อง รวมทั้งเพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือ และมีความเห็นพ้องในสิ่งที่ปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สิ่งเหล่านี้จัดเป็นตัวอย่างของการใช้แรงกระตุ้นผู้ปฏิบัติให้มีความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้าที่จะบรรลุสู่เป้าหมาย

Baker and Sinkula (2005) หมายถึงการกระทำของการถูกครอบครองหรือเกี่ยวข้องกับการกระตุ้นภายนอก ได้รับการเชื่อมโยงกับความเป้อลตลง อารมณ์บวก การเตรียมพร้อม Pervin (1975) แนะนำในความเป็นจริงจิตวิทยาโดยรวมที่สามารถเทียบเคียงกับปัญหาของการกำหนดการกระตุ้น การเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในที่ออกจากการตอบสนองไม่แปรเปลี่ยนขณะที่ความกังวลเกี่ยวกับปัญหานี้มานานแล้ว เห็นได้ชัดในด้านการรับรู้มันมีความสำคัญมากขึ้นในความสัมพันธ์ เพื่อความสนใจในปัจจุบันในการวิจัยบุคคลและสถานการณ์ในด้านสิ่งแวดล้อมจิตวิทยา

3.2 องค์ประกอบของการเสริมสร้างแรงกระตุ้น

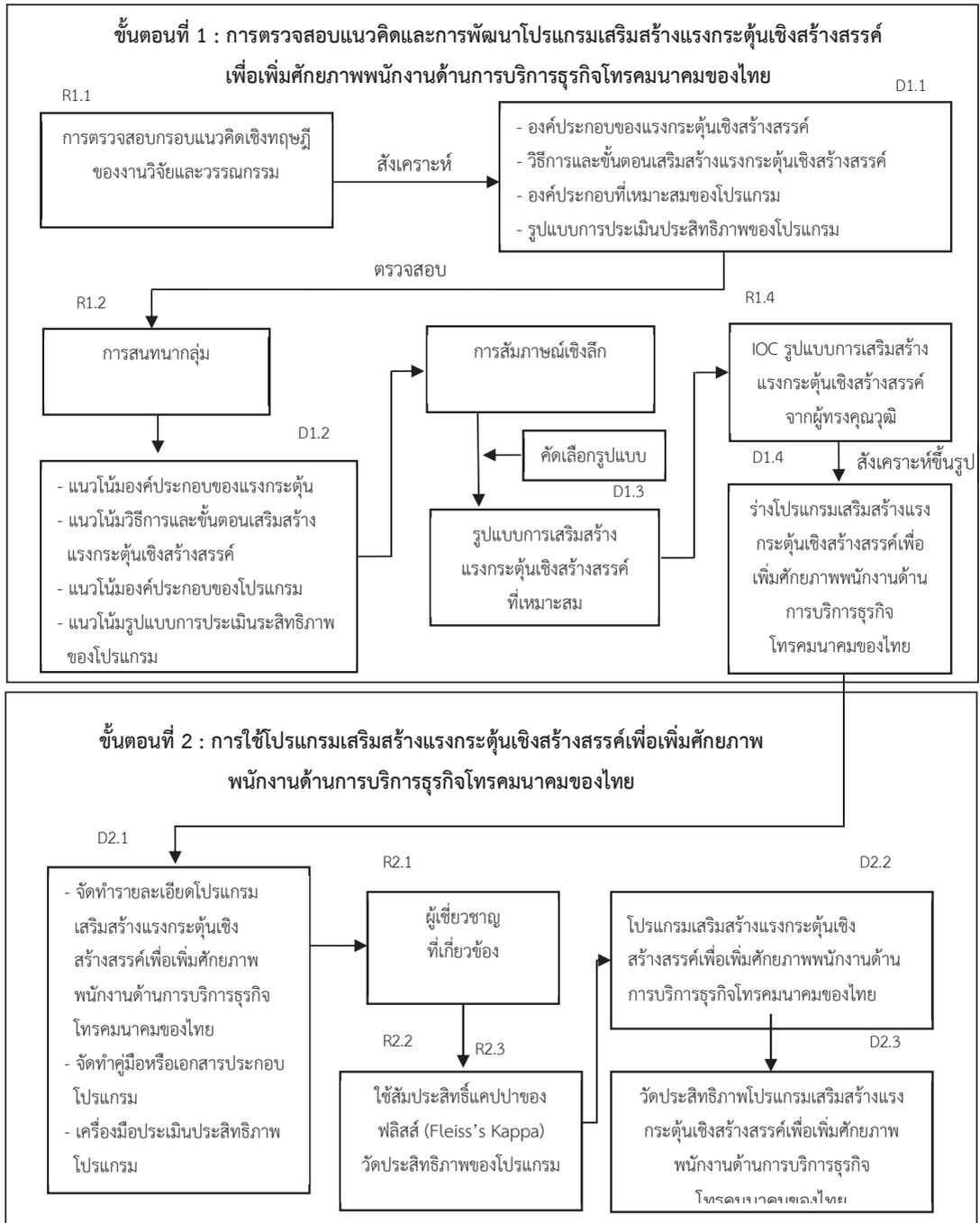
ผู้บริหารควรรู้จักวิธีที่จะช่วยกระตุ้นลูกน้องให้เกิดความกระตือรือร้นในการทำงานให้ผลงานออกมาดีที่สุด ได้แก่ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดพลังในตัวเอง และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองอย่างดีที่สุด โดยการตั้งใจให้ลูกน้องเข้าไปมีส่วนร่วมในงานที่เขารัก และอยากทำให้เกิดความสำเร็จด้วยวิธีการยอมรับศักยภาพที่มีอยู่ในตัวของลูกน้อง ทำให้ลูกน้องรู้สึกเป็นเจ้าขององค์การ (Klankaew, 2008a) เช่น มีการแสดงข้อมูลการเงินและกลยุทธ์การบริหารงานในองค์การให้พนักงานได้รับรู้ และแสดงให้เห็น

ด้วยว่า พวกเขาได้สร้างกำไรและทำประโยชน์อะไร ให้แก่องค์กรบ้าง เพื่อปลูกฝังความคิดของการเป็น ผู้ประกอบการ ต่อจากนั้นจึงเปิดโอกาสให้พวกเขาได้ แสดงความคิดอย่างสร้างสรรค์ออกมาอย่างเต็มที่ ผู้ บริหารที่ฉลาดต้องสามารถหาเหตุผลให้ได้ว่า ลูกน้อง ต้องการทำงานไปเพื่ออะไร ต้องการสิ่งใดตอบแทน และมีเป้าหมายในชีวิตอย่างไร ให้อาศัยการสังเกต เวลาที่พวกเขาทำงานว่าอะไรเป็นสิ่งที่ทำให้พนักงาน กระตือรือร้น และสิ่งไหนทำให้พวกเขาเบื่อหน่าย หรือ อาจใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม ค้นหาสิ่งที่ลูกน้องต้องการ แล้วนำมาเชื่อมโยงความต้องการ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยและพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรง กระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้าน

การบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยนี้ ผู้วิจัยได้ กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยจากองค์ความรู้ใน เรื่องการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ ด้วย การประยุกต์เทคนิคการวิจัยเอกสาร การสังเคราะห์ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทางการพัฒนาองค์กร ทาง ด้านศักยภาพบุคลากร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (descriptive research) โดยใช้พนักงานด้านการ บริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยเป็นหน่วยวิเคราะห์ (unit of analysis) ประกอบด้วย ขั้นตอนการดำเนินการ วิจัยและระเบียบวิธีวิจัย เพื่อให้ได้คำตอบของ รูปแบบสถานการณ์และภารกิจการเสริมสร้างแรง กระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ อันเป็นแนวทางการพัฒนา โปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่ม ศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคม ของไทย โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัย เป็น 2 ขั้นตอนประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การตรวจสอบกรอบแนวคิดและการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศไทย ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศไทยโดย (1) การวิเคราะห์เอกสาร (documentary analysis) ทั้งข้อมูลทั่วไปของพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศไทย แนวคิดเกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นแนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ ทั้งเอกสาร หนังสือ ตำรา แผ่นพับ สื่อชนิดต่างๆ และ Internet ผ่าน Website ต่างๆ (2) ดำเนินการพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมด้วยการประยุกต์ใช้เทคนิคการวิจัยและการพัฒนาหลักสูตรแนวคิดและกระบวนการ จากสถานการณ์ปฏิบัติงานจริงของพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศไทย (3) ดำเนินการจัดสนทนากลุ่ม (4) ดำเนินการร่างรูปแบบสถานการณ์และการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ และ (5) ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 17 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการศูนย์บริการลูกค้าในธุรกิจโทรคมนาคมขึ้นไป นักวิชาการด้านบริหารจัดการ และเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพนักงานบริการลูกค้า เพื่อคัดเลือกรูปแบบสถานการณ์และการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสม แล้วนำรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้เทคนิคการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ (Index of Item Objective Congruence--IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตามเทคนิค IOC แล้วนำรูปแบบการ

เสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมไปสังเคราะห์ขึ้นรูป เพื่อร่างเป็นโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 2 การทำรายละเอียดการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศไทย ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยดำเนินการจัดทำรายละเอียดของการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศไทย จัดทำเอกสารและคู่มือ รวมถึงเครื่องมือประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศไทย โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน เพื่อดำเนินการตรวจสอบความสอดคล้อง (Consistency) เชิงเนื้อหาของโปรแกรมด้านความเป็นประโยชน์ ด้านความเป็นไปได้ ด้านความสมเหตุสมผล และด้านความถูกต้องแม่นยำเพื่อนำไปใช้สร้างและพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศไทย โดยใช้สัมประสิทธิ์แคปปาของฟลิสส์ (Fleiss's Kappa) (Fleiss, 1971)

ผลการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยทำการวิจัยและพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศไทย ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการตรวจสอบกรอบแนวคิดและการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของประเทศไทย

จากการบูรณาการเทคนิคการวิจัยเอกสารและการสังเคราะห์ โดยการทบทวนเอกสาร งานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่องการเสริมสร้างแรง

กระตุ้น อุตสาหกรรมธุรกิจบริการ การพัฒนาองค์การ ร่วมกับการประยุกต์ใช้เทคนิคการวิจัยการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์การสนทนากลุ่มตามโครงสร้าง ภายใต้สถานการณ์การสนทนากลุ่มพนักงานด้านการ บริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยภายในนั้น โดยเริ่ม จากกระบวนการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ พบว่าพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของ ไทยใช้กระบวนการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ ได้เป็นแนวคิด Non-Script Model ดังนี้ (1) การเจรจาต่อรองมุ่งประโยชน์เชิงผลได้ (negotiation) (2) โครงสร้างองค์กร (organization structure) (3) ทักษะ แบบไม่เป็นกิจวัตร (non routine) (4) การกระตุ้น (stimulus) (5) ความก้าวหน้าในอาชีพ (career Path) (6) รางวัลและคำยกย่องชมเชย (reward and recognition) (7) สิ่งจูงใจ (incentive) (8) ประสิทธิภาพ การทำงาน (performance result) และ (9) การฝึกอบรม (training)

จากการศึกษาของผู้วิจัย ทั้งเรื่องการวิจัยเอกสาร

และวิเคราะห์บทสนทนา ผู้วิจัยได้ทำร่างรูปแบบ การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางนำไปสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้การ กำหนดทิศทางคำถามคร่าวๆ แบบกึ่งโครงสร้างในการ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน ประกอบด้วย ผู้ บริหารระดับสูง จำนวน 5 คน นักวิชาการ จำนวน 5 คน และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของ พนักงานบริการอีก 7 คน พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญสอดคล้องกัน ในรูปแบบการเสริมสร้าง แรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นของพนักงานด้าน การบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ตามคุณลักษณะ การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านการตอบสนองทั้งลูกค้าภายใน และภายนอก (2) ด้านความใส่ใจในงาน (3) ด้าน บังคับบัญชาและการควบคุม (4) ด้านความสัมพันธ์ใน องค์กรและมุ่งทำงานเป็นทีม และ (5) ด้านนโยบาย การบริหารงานของบริษัทและวัฒนธรรมองค์การ ดังแสดงในภาพ 2



ภาพ 2 องค์ประกอบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์

หลังจากที่ได้รูปแบบสถานการณ์เสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมแล้ว ผู้วิจัยนำรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญและทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้เทคนิคการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ (Index of Item Objective Congruence--IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตามเทคนิค IOC คน ผลการตรวจสอบเพื่อการยืนยันและการปรับปรุงแก้ไข พบว่าความเหมาะสมของโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย มีค่าตั้งแต่ 0.80–1.00 โดยมีค่า IOC สูงกว่า 0.50 ทุกประเด็นแสดงว่ารูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์นั้นมีประสิทธิภาพเหมาะสม ผู้วิจัยจึงนำไปสังเคราะห์ร่างขึ้นรูปเป็นโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยในขั้นตอนต่อไป

ผลการสร้างรายละเอียดการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ผู้วิจัยจัดทำรายละเอียดของโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จัดทำชุดคู่มือประกอบโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย รวมถึงจัดทำแบบประเมินความรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์กลุ่มทดลองสำหรับทดสอบความรู้พนักงานด้านการบริการก่อนและหลังเข้าโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จัดทำแบบประเมินความรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์กลุ่ม กลุ่มควบคุมสำหรับทดสอบความรู้

พนักงานด้านการบริการที่ไม่ได้เข้าโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จัดทำแบบประเมินปฏิกิริยาของผู้เข้าร่วมโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จัดทำแบบประเมินการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์กลุ่มทดลองทั้งก่อนและหลังเข้าร่วมโปรแกรม แล้วนำร่างโปรแกรมที่ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบความสอดคล้อง (consistency) เชิงเนื้อหาของโปรแกรม ดำเนินการประเมินโดยใช้สัมประสิทธิ์แคปปา ของฟลีสส์ (Fleiss's Kappa) โดยได้ค่าสถิติแคปปา เท่ากับ 0.81 พบว่าการพัฒนาโปรแกรมดังกล่าว มีระดับความสอดคล้องดีมากกับวัตถุประสงค์และการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ และผู้วิจัยได้นำแนวคิดเชิงระบบมาใช้ในการออกแบบและจัดทำรายละเอียดของโปรแกรมแต่ละขั้นตอน

ผลการสร้างรายละเอียดของโปรแกรม เอกสารคู่มือประกอบในโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ภายใต้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยผู้วิจัยประยุกต์จากแนวคิดการวิจัยและพัฒนาของ Chookhampaeng (2016) รวมถึงการบูรณาการแนวคิดด้านการพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้ตามแนวคิดของ Marquardt (2002) มาพัฒนาเป็นโปรแกรมเพื่อใช้เสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยสรุปประเด็นออกมาเป็นกระบวนการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ได้เป็นแนวคิด Non-Script Model และ STAR Model ดังนี้

กระบวนการที่ 1 การเตรียมสถานการณ์ (situation) เป็นการเตรียมก่อนการฝึกอบรม เนื้อหาและพื้นหลังของงานบริการลูกค้า การร้องเรียนของลูกค้า

ผลประกอบการธุรกิจ ทั้งนี้หาสาระขององค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง เอกสารและสื่อต่างๆ ที่ใช้ประกอบการฝึกอบรม กระบวนการและรูปแบบของการฝึกอบรม การจัดหาผู้เชี่ยวชาญที่เหมาะสม สถานที่ดำเนินการฝึกอบรม และงบประมาณต่างๆ รวมถึงประเมินความรู้ด้านการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานด้านการบริการก่อนการฝึกอบรม

กระบวนการที่ 2 ภารกิจ (task) การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ เป็นการฝึกอบรมเน้นความรู้ทักษะ และทัศนคติ ประกอบด้วย การปฐมนิเทศ เรียนรู้บทบาทและหน้าที่ เรียนรู้วิธีการบริการด้วยใจ เรียนรู้การโค้ชแบบพี่เลี้ยง การเรียนรู้จากการฟังบรรยาย การเรียนรู้จากเอกสารคู่มือประกอบโปรแกรม และเรียนรู้ประสบการณ์เสมือนจริง (VR educate)

กระบวนการที่ 3 การฝึกฝน (action) เป็นการปฏิบัตินำความรู้ไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นการมอบหมายงาน แล้วให้ผู้เข้าอบรมร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานขึ้นมา เพื่อให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ด้วยการมีส่วนร่วมในการอภิปราย การจำลองประสบการณ์จริง (simulation case study) การเรียนรู้ด้วยการลงมือปฏิบัติจริงและการนำเสนอบทบาทสมมติ (role play) ซึ่งเป็นการบูรณาการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง

กระบวนการที่ 4 การประเมินคุณค่าแห่งศักยภาพในตัวตนและการมุ่งผลงาน (results) เป็นการประเมินและทบทวนผลการประยุกต์ใช้ความรู้สู่การปฏิบัติ ประกอบด้วย การ Live Demo และ Morning Brief โดยการนำเสนอการสร้างสรรค์งาน มีการประเมินผู้เข้าอบรม 4 ประเภทคือ (1) แบบประเมินความรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ (2) แบบประเมินปฏิกริยาตอบสนองของกลุ่มทดลองต่อโปรแกรม (3) แบบประเมินคุณลักษณะของการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ และ (4) แบบ

ประเมินผลงานที่เกิดจากการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย

ผลการตรวจสอบประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมโดยใช้หลักค่าสัมประสิทธิ์แคปปา ของฟลิสส์ (Fleiss's Kappa)

การประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน โดยใช้หลักค่าสัมประสิทธิ์แคปปาของฟลิสส์ (Fleiss's Kappa) มีข้อคำถามทั้งสิ้นจำนวน 15 ข้อ ผลการวิเคราะห์พบว่า ได้ว่า ค่าสูงสุดที่เป็นไปได้คือ 0.81 หมายถึงผู้ทรงคุณวุฒิทุกฝ่ายเห็นตรงกันหมดโดยมีระเบียบวิธีวัดความเห็นพ้องต้องกัน ซึ่งใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้อง (consistency) เชิงเนื้อหาของโปรแกรม ในรายการประเมินด้านความเป็นประโยชน์ ด้านความเป็นไปได้ ด้านความสมเหตุสมผล และด้านความถูกต้องแม่นยำ แสดงว่าเนื้อหาและการประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมมีความสอดคล้องกันอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

การอภิปรายผล

การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

การออกแบบโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยนั้น ยังไม่มีการพัฒนาเป็นโปรแกรมที่ผ่านการวิจัยและพัฒนาเชิงวิชาการ เพื่อเป็นแนวทางการเสริมสร้างแรงกระตุ้น

เชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพของโปรแกรมที่ผู้วิจัยออกแบบและพัฒนาขึ้นนั้นมีคุณภาพตามที่เกณฑ์กำหนด ทั้งนี้เพราะว่าการพัฒนาโปรแกรมดังกล่าวผู้วิจัยได้ทำเป็นขั้นตอนของการพัฒนาโปรแกรม คือเริ่มจากศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องร่วมกับการศึกษาแนวคิดเชิงทฤษฎีของโปรแกรมเพื่อให้ได้กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดประเด็นสำคัญในการพิจารณา คือ คุณลักษณะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสม รวมถึงรูปแบบ วิธีการและขั้นตอนที่เหมาะสมในการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย แล้วสังเคราะห์เพื่อร่างรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้เพื่อให้พนักงานบริการลูกค้าที่เข้าโปรแกรมได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทักษะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือเกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้เข้าโปรแกรมเรียนรู้ด้วยตัวเองเพิ่มเติม และก่อนการเข้าโปรแกรมผู้วิจัยจัดทำการปฐมนิเทศ เพื่อให้ข้อมูลความรู้และแนวทางปฏิบัติ เพื่อป้องกันการสับสน ไม่นั่นใจ และสามารถทำกิจกรรมตามโปรแกรมได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด แล้วดำเนินการประเมินผลการพัฒนาโปรแกรม คือ การประเมินระดับปฏิบัติการ การประเมินระดับการเรียนรู้ ผู้เข้าโปรแกรมหรือกลุ่มทดลอง อย่างไรก็ตามผู้วิจัย ได้นำแนวคิดการเรียนรู้ในลักษณะที่เป็นองค์รวมทั้งระบบ (systems thinking) เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและบริหารจัดการองค์การในเชิงบูรณาการได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยค้นพบแนวทางการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยเชิงประจักษ์ อันเป็นประเด็น

ที่เกี่ยวข้องพัฒนาโปรแกรมในการจัดสนทนากลุ่ม ทำให้ได้แนวโน้มการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์แล้วนำไปพัฒนาเป็นแนวคำถามเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกจึงได้รูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสม เพื่อนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญและทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้เทคนิคการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ (Index of Item Objective Congruence--IOC) ทำให้ผู้วิจัยได้การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมแล้วนำไปพัฒนาเป็นคู่มือการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย แล้วนำไปสังเคราะห์ขึ้นรูปร่างเป็นโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องประเมินและยืนยันร่างโปรแกรมจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ ทำให้ผู้วิจัยพัฒนาแนวคิดที่ใช้ในการออกแบบโปรแกรมผ่าน Non-Script Model และ STAR Model โดยเป็นกระบวนการการเรียนรู้รูปแบบการลงมือปฏิบัติ ใช้กระบวนการฝึกอบรมและพัฒนาเพื่อให้เกิดความรู้ และทักษะทั้งในด้านองค์ความรู้เชิงทฤษฎี และด้านการนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาการเรียนรู้ที่ได้มีส่วนร่วมและประยุกต์ใช้ความรู้

องค์ประกอบการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยนั้น เป็นการพิจารณาถึงรูปแบบของด้านต่างๆ ของการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ เพื่อใช้เป็นประเด็นหลักในการพัฒนาครั้งนี้ ประกอบด้วย (1) การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ด้านการตอบสนองทั้งลูกค้าภายในและภายนอก (2) การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ด้านความใส่ใจในงาน (3) การเสริมสร้างแรงกระตุ้น

เชิงสร้างสรรค์ด้านบังคับบัญชาและการควบคุม และ (4) การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ด้านความสัมพันธ์ในองค์กรมุ่งทำงานเป็นทีม

การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาขึ้นในนี้ มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในเชิงการนำไปประยุกต์ให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมในอุตสาหกรรมบริการ ถือเป็นโปรแกรมที่มีความสร้างสรรค์และเหมาะสมกับการเรียนรู้และสอดคล้องกับบริบทการทำงานของพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย เนื้อหาการเรียนรู้มุ่งเน้นการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดความชำนาญ และพัฒนาตนเองให้มีความสามารถยิ่งขึ้นได้ ตลอดจนการออกแบบกิจกรรมที่ผู้วิจัยบูรณาการรูปแบบการเรียนรู้ทั้งการเรียนรู้แบบดั้งเดิม เพื่อปรับพื้นฐาน ความรู้ด้านการเสริมสร้างแรงกระตุ้นในเบื้องต้นให้กับพนักงานบริการศูนย์บริการลูกค้าก่อน ตลอดจนสร้างคู่มือการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ที่สั้นกระชับ ทันสมัย และน่าติดตาม สำหรับการเป็นใช้แนวทางเรียนรู้ฝึกฝนเพิ่มเติมด้วยตนเอง การสร้างแรงบันดาลใจให้เห็นความสำคัญของการพัฒนาตนเองด้านทักษะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้ที่ประสบความสำเร็จในสาขาวิชาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย โดยเนื้อหาของพัฒนาจะยังคงความเป็นโปรแกรมไว้ แต่ให้ความสำคัญในเรื่องของการเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้ประสบความสำเร็จและการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้รูปแบบเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยตามโปรแกรมนี้ สามารถขยายไปสู่กลุ่มเป้าหมายอื่น ทั้งพนักงานในฝ่ายอื่นๆ เช่น

ฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ เป็นต้น ตลอดจนพนักงานบริษัทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในอุตสาหกรรมบริการ และโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย จะช่วยจุดประกายให้หน่วยงานต่างๆ ในธุรกิจโทรคมนาคมของไทย รวมถึงบริษัทอื่นๆ ในธุรกิจบริการ ตลอดจนสถานศึกษาด้านการบริการ นำไปพัฒนาต่อยอดในการเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรให้เกิดทักษะด้านการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การพัฒนาบุคลากรที่เป็นรากฐานของการพัฒนาทุนมนุษย์ ในระดับองค์กรและระดับประเทศต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. จากวิจัยการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อสรุปเป็นกระบวนการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทย ซึ่งประกอบด้วยโมเดล Non-Script ซึ่งเป็นการเรียนรู้การเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์และโมเดล STAR ซึ่งเป็นการเรียนรู้เชิงลงมือปฏิบัติ ที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดทักษะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยและนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และส่งผลให้องค์กรสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้บริหารทุกภาคส่วนขององค์การสามารถนำไปใช้เสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยได้ทุกระดับ และสามารถสร้างเป็นกรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กรสืบไป

2. องค์กรหรือหน่วยงานใด ที่จะนำโปรแกรม

เสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพพนักงานด้านการบริการธุรกิจโทรคมนาคมของไทยไปประยุกต์ใช้ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้นจำเป็นต้องพิจารณาความเหมาะสมของบริบทและความต้องการของบุคลากรที่จะพัฒนาด้วย อย่างไรก็ตามการออกแบบโปรแกรมนี้ ผู้วิจัยคำนึงถึงการนำไปใช้ได้กับทุกหน่วยงาน ทุกองค์กร เพราะการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเป็นเรื่องพื้นฐานและสำคัญต่อทุกคน ทุกหน่วยงาน และทุกองค์กร ที่ต้องใช้กระตุ้นตามทฤษฎีนำมา

ใช้ด้านการบริหารในองค์กร เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในงานที่ทำ และเกิดความพยายามที่จะทำงาน เพราะรู้สึกในทางบวกกับงานที่ปฏิบัติ จึงทำให้ผลผลิตของงานเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถนำกระบวนการเสริมสร้างแรงกระตุ้นเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้แนวคิด Non-Script Model และ STAR Model ไปบูรณาการและประยุกต์ใช้เสริมสร้างทักษะด้านอื่นๆ ของบุคลากรในองค์กรให้เกิดความรู้ ทักษะ และความสามารถได้ด้วย

References

- Akarapin, M. (2012). *The correlation of contemporary motivation factors and efficiency of working performance: Case study of fuel services company*. Master's Thesis of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [In Thai]
- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (2005). Market orientation and the new product paradox. *Journal of Product Innovation Management*, 22(6), 483-502.
- Buasruang, E. (2008). *Leadership styles and achievement motive of public prosecutor in Attorney General Office Region 5*. Master's Thesis of Public Administration, Chiang Mai University. [In Thai]
- Buosonte, R. (2013). *Qualitative research in education* (4th ed.). Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Chalamwong, Y., Hongproyoon, K., Anantatus., A, Prasomsup, R., & Chalardsuk, A. (2016). *The study of demand for labor in special economic zones in the next five years* (B.E. 2060-2564) in connection with ASEAN Community. Ministry of Labour. [In Thai]
- Chookhampaeng, C. (2016). *Curriculum research and development: Concept and process*. Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Department of Business Development. (2016). *Commercial registration of store/normal person*. Retrieved from https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=373 [In Thai]
- Fleiss, J. L. (1971). Measuring nominal scale agreement among many raters. *Psychological Bulletin*, 76(5), 378-382.
- Klankaew, P. (2008a). Human relations to create success in the organization. *For Quality Magazine*, 15(134), 27-31. [In Thai]
- Klankaew, P. (2008b). To motivate subordinates to be diligent in their work. *For Quality*, 15(130), 129-134. [In Thai]

- Marquardt, M. J. (2002). *Building the learning organization: Mastering the 5 elements for corporate learning*. Davies-Black.
- Ministry of Industry. (2016). *Strategy for the development of Thai Industry 4.0 in 20 years (A. D. 2017-2036)*. Author. [In Thai]
- National Broadcasting and Telecommunication Commission. (2017). *Plan to provide universal basic telecommunication services and social services, Vol. 2, A.D. 2017-2021*. Author. [In Thai]
- Nikomborirak, D. (2013). *Thai telecommunication business: Retrogression*. Retrieved from <https://tdri.or.th/2012/10/ar011> [In Thai]
- Office of the Royal Society. (2011). *Service: Royal Institute Dictionary B.E. 2554*. Retrieved from <https://dictionary.orst.go.th/index.php> [In Thai]
- Pervin, L. A. (1975). *Personality: Theory assessment and research (2nd.ed.)*. John Wiley & Sons.
- Petsri, C. (2013). *The follower characteristics and organizational climate influencing operational efficiency of employees*. Master' Thesis of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [In Thai]
- SMEs Knowledge Center. (2014). *Meaning and business type of telecommunication service business*. Retrieved from <https://bit.ly/31nMtvV> [In Thai]
- Tanhakorn, T., & Pasunon, P. (2016). Factors influencing the decision to use a Coffee Shop True (True Coffee) in Bangkok. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 6(3), 169-180. [In Thai]
- Tanhakorn, T., & Chantuk, T. (2017). How to be new generation entrepreneurs in Thailand 4.0. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 12(2), 107-122. [In Thai]
- Tanhakorn, T., & Chantuk, T. (2018). Success factors for creative entrepreneurs in the creative economy. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 11(1), 396-410. [In Thai]
- Tejagupta, C. (2006). *Attitude and service satisfaction*. In the teaching document series service psychology units 8-15. Sukhothai Thammathirat Open University Press. [In Thai]
- Wilairat, P. (2014). *Strategic management*. Siamparitut. [In Thai]
- Yin, R. (1994). *Case study research design and methods*. John Wiley & Sons.

ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้ การสนับสนุนจากองค์กร ความยึดมั่นต่อองค์กร ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร ของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

ธนัชพร ทาชมภู¹

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความยึดมั่นต่อองค์กร และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร รวมถึงการสร้างสมการพยากรณ์พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยมีทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความยึดมั่นต่อองค์กรเป็นตัวพยากรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 222 คน จาก 12 หน่วยงาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการด้วยวิธี Stepwise

ผลการวิจัย พบว่า พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25-30 ปี มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี มีระดับทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกอยู่ในระดับสูง การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ความยึดมั่นต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง มีความสัมพันธ์ทางบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกและความยึดมั่นต่อองค์กร สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีอำนาจในการทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร ได้ร้อยละ 23.0

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร; ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก; ความยึดมั่นต่อองค์กร

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ธนัชพร ทาชมภู. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้ การสนับสนุนจากองค์กร ความยึดมั่นต่อองค์กร ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง. *วารสารดุสิตบัณฑิตยศาสตร์*, 11(3), 636-648.

¹ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: thanat_new@hotmail.com

The Relationships between Positive Psychological Capital, Perceived Organizational Support, and Employee Engagement on the Organizational Citizenship Behaviors of Employees at a Private Company

Thanatporn Thachomphu¹

Abstract

In this research article has the objective to study and analyze the relationship between positive psychological capital, perceived organizational support, employee engagement, and the organizational citizenship behaviors of employees at a private company and to create a predictive equation for the organizational citizenship behaviors of employees at a private company. Positive psychological capital, perceived organizational support and employee engagement served as predictor variables. The sample population consisted of 222 employees from twelve work units at a private company. The research tool was a questionnaire and utilizing frequency, percentage, mean, and standard deviation. Pearson's product-moment correlation coefficient method, and stepwise multiple regression analysis was also employed by the researcher.

Findings showed that the highest proportion of the employees under study were females between the ages of 25 and 30. The period of employment was less than a year. They exhibited a high level of positive psychological capital; perceived organizational support at a moderate level and employee engagement at a high level; and organizational citizenship behaviors at a high level, positive relationships with the organizational citizenship behaviors of the private company employees at the statistically significant level of .01, and positive psychological capital and employee engagement were jointly found to allow predictions of organizational citizenship behaviors at the statistically significant level of .01. The predictive power for organizational citizenship behaviors was at 23.0 percent.

Keywords: Organizational Citizenship Behavior; Positive Psychological Capital; Employee Engagement

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Thachomphu, T. (2021). The relationships between positive psychological capital, perceived organizational support, and employee engagement on the organizational citizenship behaviors of employees at a private company. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 636-648.

¹ Master of Science Program in Industrial and Organizational Psychology, Faculty of Education, Ramkhamhaeng University 2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: thanat_new@hotmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

งานบริการที่ดีในห้างสรรพสินค้ามักเกิดจากพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงาน พฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรเป็นการกระทำของพนักงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรสูงสุด นอกเหนือจากกฎระเบียบข้อบังคับ ตามที่องค์กรเป็นผู้กำหนด ซึ่ง Luthans, Youssef, and Avolio (2007) ได้ศึกษาแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวก ของ Martin Seligman ที่ได้อธิบายบุคคลที่มีจิตวิทยาเชิงบวกมี 4 ด้าน เช่น (1) การรับรู้ศักยภาพของตนเอง (2) การมองโลกในแง่ดี (3) ความมุ่งหวังที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย และ (4) ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ ดังนั้น ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวกจึงเป็นต้นทุนขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับพนักงานที่สามารถทำให้เกิดประสิทธิผลต่อองค์กร ได้ผลตอบแทนจากการลงทุนและได้รับการประโยชน์จากการแข่งขัน และการแสดงพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรอาจเป็นผลจากการ การรับรู้ว่า เช่น รายได้ที่เหมาะสมกับงานที่ทำ สวัสดิการที่สามารถสร้างความมั่นคงในชีวิต หรือระบบงานภายใน ขั้นตอนการพัฒนาพนักงานให้เติบโตในสายอาชีพที่ทำ เสถียรภาพในการบริหารงานองค์กรให้มีความมั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rhoades, Eisenberger, and Armeli (2001, p. 828) ในเรื่องของกรรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร การให้ความสำคัญในเรื่องกรรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและกรรับรู้ความยุติธรรมในองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลในการบริหารองค์กร และจึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กร และหากพนักงานที่มีความยืดหยุ่นต่อองค์กรมักจะแสดงพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร การส่งเสริมความยืดหยุ่นต่อองค์กร มีสามแนวทางหลัก คือ แนวทางที่หนึ่งเน้นความยืดหยุ่นทางอารมณ์ โดยทำให้พนักงานยึดติดกับองค์กรและเต็มใจที่จะเป็นสมาชิกขององค์กร แนวทางที่สอง คือ เน้นการลงทุน เช่น ค่าตอบแทน การที่พนักงานเห็นว่า องค์กรสามารถให้

ผลประโยชน์และค่าตอบแทนที่น่าพึงพอใจหากออกจากองค์กรไป จะเสียผลประโยชน์ จึงเป็นสมาชิกองค์กรต่อไป และแนวทางสุดท้าย คือ การหล่อหลอมขององค์กรให้เกิดเป็นครอบครัวและวัฒนธรรมองค์กร ทั้งการให้รางวัล การให้พนักงานได้รับการพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ ทำให้พนักงานอยู่กับองค์กรต่อไป

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความยืดหยุ่นต่อองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งว่ามีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อกันอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและเสริมสร้างพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความยืดหยุ่นต่อองค์กร และพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และความยืดหยุ่นต่อองค์กร กับพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง
3. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ พฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยมี ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และความยืดหยุ่นต่อองค์กรเป็นตัวพยากรณ์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาและตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ทฤษฎีจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และ ความยืดหยุ่นต่อองค์กร และ

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ เป็นการศึกษาในเขตพื้นที่สำนักงานใหญ่และสาขที่ตั้งอยู่ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และ จังหวัดสงขลา

3. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง คือ พนักงานประจำบริษัท เอฟเอ็น แפקตอรี เอ๊าท์เลท จำกัด (มหาชน) ทั้งหมด 12 สาขา และตัวอย่าง จำนวน 222 คน

4. ขอบเขตด้านเวลา เป็นการศึกษาในระหว่างปี พ.ศ. 2561 ถึงปี พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและเสริมสร้างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายเพื่อและเสริมสร้างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

3. เพื่อให้เกิดความรู้ใหม่ที่ทำให้เกิดความก้าวหน้าทางการวิจัย ทั้งในด้านทฤษฎีและปฏิบัติ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร คือ การกระทำและการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรในทางบวกนอกเหนือจากกฎระเบียบข้อบังคับ หรือนโยบายที่บริษัทกำหนดเป็นการกระทำที่ทำให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อองค์กร ซึ่งแนวความคิดดังกล่าวมีที่มาจากแนวความคิดหลักในการศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของ Organ (1991) มีองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ (1) พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ (2) พฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่น

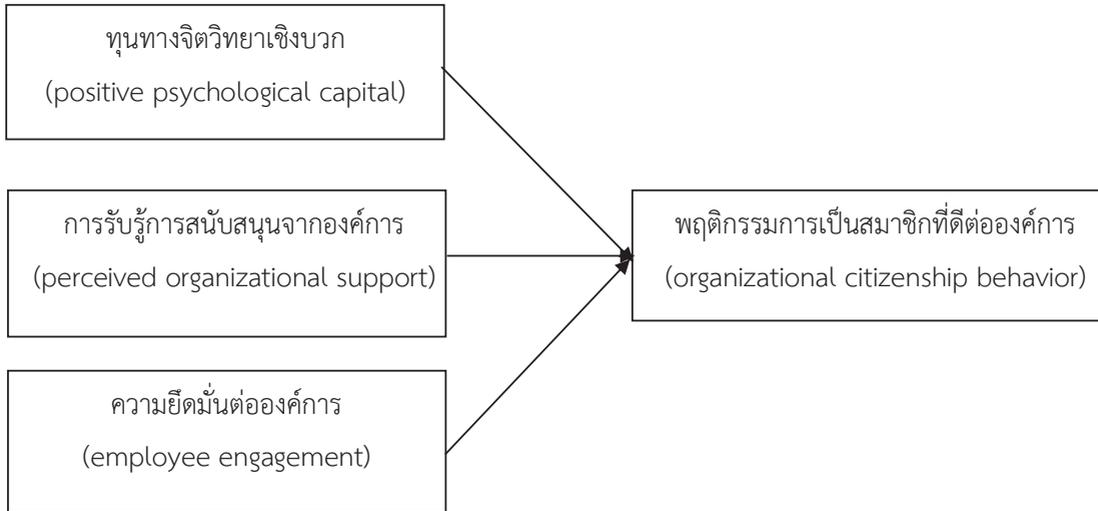
(3) พฤติกรรมความมีน้ำใจนักกีฬา (4) พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ และ (5) พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่

ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก คือ คุณลักษณะเฉพาะทางจิตส่วนบุคคล เกิดจากประสบการณ์ การอบรมเลี้ยงดู สถานะการณ์ และสถานที่ ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ มีที่มาจากแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวก (positive psychology) ที่คิดค้นขึ้นโดย Seligman (1998) (Luthans & Youssef, 2004) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้องค์ประกอบของทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกตามแนวคิดของ Luthans, Avolio, Avey, and Norman (2007) มีองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้ (1) ความหวัง (2) การมองโลกในแง่ดี (3) การรับรู้ความสามารถของตนเอง และ (4) การหยวนตัว

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร คือ ความรู้สึกที่พนักงานรับรู้ได้จากองค์กร ถึงสิ่งที่พนักงานได้รับ เป็นผลจากการได้รับข้อมูลจากองค์กรในแง่มุมมองต่างๆ และยังถูกมองว่าการช่วยเหลือองค์กรเป็นสิ่งส่งเสริมให้พนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้องค์ประกอบของการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร ตามแนวคิด Rhoades and Eisenberger (2002) มีองค์ประกอบ 6 ด้าน ดังนี้ (1) ความยุติธรรม (2) การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (3) ผลตอบแทนและสวัสดิการ (4) ด้านความมั่นคงในการทำงาน (5) ความรู้และโอกาสในการเติบโตในสายอาชีพ และ (6) ด้านสภาพการทำงาน

ความยึดมั่นต่อองค์กร คือ ความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร เข้าใจทิศทางและมุมมองที่จะดำเนินการให้องค์กรบรรลุถึงเป้าหมาย ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้องค์ประกอบของความยึดมั่นต่อองค์กรตามแนวคิดของ Hewitt Associates (2015) มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ดังนี้ (1) การพูดถึงองค์กรในทางบวก (2) ความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กร และ (3) การใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถ

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง
2. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง
3. ความยึดมั่นต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง
4. ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และความยึดมั่นต่อองค์กร สามารถรวมกันพยากรณ์พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งได้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (correlation research) โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทาง

จิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความยึดมั่นต่อองค์กร ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ทั้งหมด 12 สาขา จำนวนทั้งสิ้น 498 คน (ข้อมูลวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2562) คำนวณตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (1973, pp. 1088-1089) ได้ตัวอย่างจำนวน 222 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling--SRS) และ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) และใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (stepwise multiple regression analysis) เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดประมาณค่า (rating scale) มาพัฒนาและปรับปรุงให้เหมาะสมกับประชากรที่ต้องการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้พัฒนาและปรับปรุงให้เหมาะสมกับประชากรที่ต้องการศึกษาโดย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วยคำถามจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ และ อายุงาน ส่วนที่ 2 แบบวัดเกี่ยวกับทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกของ Thaikaeo (2014) ซึ่งใช้แนวคิดของ Luthans et al. (2007) ส่วนที่ 3 แบบวัดเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ของ Soontronpukdee (2016) ซึ่งใช้แนวคิดของ Eisenberger, Stinglhamber, Vandenberghe, Sucharski, and Rhoades (2002) ส่วนที่ 4 แบบวัดความยึดมั่นต่อองค์กร ของ Khanom (2014) ซึ่งใช้แนวคิดของ Hewitt Associates (2015) และ ส่วนที่ 5 แบบวัดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร ของ Thaikaeo (2014) ซึ่งใช้แนวคิดของ Organ, Podsakoff, and MacKenzie (2006) ลักษณะแบบวัดที่ใช้มาตรวัดประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของตัวอย่าง ดังนี้

พนักงานบริษัท เอฟเอ็น แพลคตอรี เอ๊าท์เลท จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 76.1 ส่วนใหญ่อายุ 25-30 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 ส่วนใหญ่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรที่ศึกษาดังนี้

2.1 ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกโดยรวม ของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.68$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูงทุกด้าน โดยด้านการมองโลกในแง่ดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.76$) รองลงมาคือด้านความคาดหวัง ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.58$)

2.2 การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรโดยรวมของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสภาพการทำงาน ด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ด้านความมั่นคงในการทำงาน และด้านความรู้และโอกาสในการเติบโตในสายอาชีพ อยู่ในระดับสูง โดยด้านสภาพการทำงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.68$) ด้านความยุติธรรม ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านผลตอบแทนและสวัสดิการมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.13$)

2.3 ความยึดมั่นต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.75$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูงทุกด้าน โดยด้านการใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมา คือ ด้านความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรและการพูดถึงองค์กรในทางบวก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.51$)

2.4 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.65$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูงทุกด้าน โดยด้านพฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่นมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ ด้านพฤติกรรมการให้ความร่วมมือ ด้านพฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่สุดท้าย คือ ด้านพฤติกรรมความมีน้ำใจเป็นนักกีฬา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.41$)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ สมมติฐานที่ 1 ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ดังข้อมูลที่ปรากฏ (ดูตาราง 1)

ตาราง 1

ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

(n = 222)

ตัวแปร	พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ
	รวม
ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก	
1. ด้านความคาดหวัง	.23**
2. ด้านการมองโลกในแง่ดี	.18**
3. ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง	.27**
4. ด้านการหย่อนตัว	.25**
รวม	.28**

** $p < .01$

จากตาราง 1 พบว่า ทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_{xy}) เท่ากับ .28 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุนทางจิตวิทยาทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุดคือ ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองเท่ากับ .27 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์น้อยที่สุดคือ ด้านการมองโลกในแง่ดี เท่ากับ .18

สมมุติฐานที่ 2 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ดังข้อมูลที่ปรากฏ (ดูตาราง 2)

ตาราง 2

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การกับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

(n = 222)

ตัวแปร	พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ
	รวม
การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ	
1. ด้านความยุติธรรม	.19**
2. ด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน	.03
3. ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ	.08

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตาราง 2 (ต่อ)

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

(n = 222)

ตัวแปร	พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ
	รวม
4. ด้านความมั่นคงในการทำงาน	.23**
5. ด้านความรู้และโอกาสในการเติบโตในสายอาชีพ	.20**
6. ด้านสภาพการทำงาน	.26**
รวม	21**

** $p < .01$

จากตาราง 2 พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_{xy}) เท่ากับ .21 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุดคือ ด้านสภาพการทำงาน

เท่ากับ .26 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์น้อยที่สุดคือ ด้านความยุติธรรม เท่ากับ .19

สมมุติฐานที่ 3 ความยึดมั่นต่อองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ดังข้อมูลที่ปรากฏ (ดูตาราง 3)

ตาราง 3

ความสัมพันธ์ระหว่างความยึดมั่นต่อองค์การกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

(n = 222)

ตัวแปร	พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ
	รวม
ความยึดมั่นต่อองค์การ	
1. การพูดถึงองค์การในทางบวก	.29**
2. ความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์การ	.36**
3. การใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถ	.46**
รวม	.45**

** $p < .01$

จากตาราง 3 พบว่า ความยึดมั่นต่อองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r_{xy}) เท่ากับ .45 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความยึดมั่นต่อองค์การทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุดคือ ด้านการ

ใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถ เท่ากับ .46 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์น้อยที่สุดคือ การพูดถึงองค์การในทางบวก เท่ากับ .29

สมมุติฐานที่ 4 ทูทางจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ และความยึดมั่นต่อองค์การสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ดังข้อมูลที่ปรากฏ (ดูตาราง 4)

ตาราง 4

สัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ โดยใช้ตัวแปรทูทางจิตวิทยาเชิงบวก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ และความยึดมั่นต่อองค์การ เป็นตัวทำนาย

ตัวแปร	b	Std.Error	Beta	t	Sig.
(ค่าคงที่)	58.053	6.590		8.810	0.000
1. ทูทางจิตวิทยาเชิงบวก	0.171	0.076	0.146	2.261**	0.025
2. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ	-0.032	0.034	-0.065	-0.918	0.360
3. ความยึดมั่นต่อองค์การ	0.548	0.090	0.440	6.098**	0.000

$R = .480$; $R^2 = .230$; $Adj.R^2 = .219$; $SEest = 9.217$; $F = 21.702$

** $p < .01$

จากตาราง 4 พบว่า ตัวแปรพยากรณ์สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มี 2 ตัวแปร คือ ทูทางจิตวิทยาเชิงบวกและความยึดมั่นต่อองค์การ ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ ร้อยละ 23.0 โดยความยึดมั่นต่อองค์การส่งผลถดถอยกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การมากที่สุด (Beta = .44) รองลงมา คือ ทูทางจิตวิทยาเชิงบวกเท่ากับ (Beta = .146)

การอภิปรายผล

สมมุติฐานที่ 1 ทูทางจิตวิทยาเชิงบวกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง และสมมุติฐานที่ 4 ทูทางจิตวิทยาเชิงบวก สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

จากผลการวิจัย พบว่า ทูทางจิตวิทยาเชิงบวกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ($r_{xy} = .286$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เป็นไปตามสมมุติฐานที่ 1 ที่ตั้งไว้ และจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ของพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การด้วยตัวแปร ทูทางจิตวิทยาเชิงบวก พบว่า ทูทางจิตวิทยาเชิงบวก สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งได้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1 โดยทูทางจิตวิทยาเชิงบวกสามารถส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การรองลงมา (Beta = .146) ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ 4 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องมาจาก บุคคลที่มีทูทางจิตวิทยาเชิงบวกสูงนั้น จะมีความหวัง การมองโลกในแง่ดี การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความหยุนตัว โดยคนที่มีความหวังสูง จะมีความเชื่อว่าตนเองสามารถประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งเกิดจากความเชื่อทางบวกที่เป็นแรงผลักดันให้ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Luthans, Youssef, and Avolio (2007, pp. 73-78) ที่พบว่า บุคคลที่มีความคาดหวังสูง จะมีความพยายามที่จะคิดหาวิธีการต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้ ส่วนคนที่มองโลกในแง่ดีสูง จะมีทัศนคติในการมองโลก หรือสิ่งที่พบเจอในด้านดี โดยไม่เกิดอคติที่ต่อต้านผู้อื่น องค์กร สถานการณ์ หรือบรรยากาศ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอนาคต ส่วนคนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะสามารถประมาณการและรับรู้ขีดจำกัดความสามารถในด้านต่างๆ ของตนเอง สามารถผลักดันความสามารถของตนเองที่จะทำสิ่งต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนคนที่มีการยึดหยุ่นตัวสูง จะสามารถกลับสู่สภาวะเดิมทางจิตใจที่เป็นปกติ แม้ว่าจะผ่านเรื่องราวเลวร้าย บันทอนจิตใจ ยากลำบาก ความผิดหวัง ความล้มเหลว ก็สามารถก้าวผ่านอุปสรรคต่างๆ ได้ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Plungklang (2016) พบว่า ทูทางจิตวิทยาทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ

สมมุติฐานที่ 2 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ

มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

จากผลการวิจัย พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ($r_{xy} = .212$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ 2 ที่ตั้งไว้ พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการรับรู้จากองค์การเป็นรายด้านกับพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การด้านสภาพการทำงานมีความสัมพันธ์มากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .263 ทั้งนี้เนื่องมาจาก เมื่อพนักงานทราบดีว่าองค์การมีการสนับสนุนในเรื่องของสถานที่ทำงานที่เหมาะสม บรรยากาศที่ดี สิ่งอำนวยความสะดวก และการสร้างความปลอดภัยต่างๆ ในที่ทำงาน เพื่อตอบแทนสิ่งที่องค์การสร้างขึ้นเพื่อพนักงาน พนักงานจึงแสดงพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีเพื่อเป็นสิ่งเสมือนแทนคำขอบคุณแก่องค์การ ที่สนับสนุนในด้านนี้เป็นอย่างดีหัวหน้างาน และผู้บริหารควรเพิ่มการรับรู้ด้านความยุติธรรม ด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ซึ่งอาจช่วยเพิ่มพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Rongklad (2016) พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Jebeli and Etebarian (2015) พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ

สมมุติฐานที่ 3 ความยึดมั่นต่อองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการณ์เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง และ

สมมุติฐานที่ 4 ความยึดมั่นต่อองค์กร สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

จากผลการวิจัย พบว่า ความยึดมั่นต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ($r_{xy} = .459$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ 3 ที่ตั้งไว้ และจากการวิเคราะห์หัตถดอยพหุคูณแบบขั้นตอน ของพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรด้วยตัวแปร ความยึดมั่นต่อองค์กร พบว่า ความยึดมั่นต่อองค์กรสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งได้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1 โดยความยึดมั่นต่อองค์กรสามารถส่งผลลดถอยกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรสูงที่สุด (Beta = .44) ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ 4 ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องมาจาก บุคคลที่มีความยึดมั่นต่อองค์กรสูง แสดงให้เห็นว่าพนักงานมีการทุ่มเท แรงกาย แรงใจ ความคิดความสามารถ ที่มีเพื่อให้เป้าหมายในการทำงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตนเองได้ตั้งไว้ ก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดี นอกจากความสำเร็จจะเกิดขึ้นกับพนักงานเอง ความสำเร็จนั้นยังมีส่วนช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จอีกด้วย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Intaravichai (2015) พบว่า ความยึดมั่นของพนักงานส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ariani (2013)

พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความยึดมั่นต่อองค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำแบบวัดทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก มาใช้ในการสรรหา คัดเลือกพนักงาน เพื่อให้ได้บุคคลที่มีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร

2. องค์กรควรมีนโยบายการบริหารงานให้พนักงานมีการรับรู้ การสนับสนุนจากองค์กร เพื่อพนักงานจะได้มีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร โดยการจัดกิจกรรมได้ ดังนี้

2.1 การบริหารการสืบทอดตำแหน่ง (succession planning management)

2.2 จัดโครงการสถานที่ทำงานน่าอยู่ น่าทำงาน (healthy workplace)

2.3 การสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กร

2.4 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่แสดงออกถึงความร่วมมือ ร่วมใจ ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เพื่อให้พนักงานมีความรักใคร่กลมเกลียวกันมากยิ่งขึ้น

3. องค์กรควรมีการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมค่านิยมเกี่ยวกับความยึดมั่นต่อองค์กร โดยการจัดกิจกรรมเสริมสร้างสติกับการทำงาน (mindfulness at work) ทำให้เกิดทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น (collaborative skill) ส่งผลต่อการละลายพฤติกรรมและสร้างเสริมความยึดมั่นต่อองค์กรให้มากยิ่งขึ้น เป็นตัวช่วยในการสร้างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร

References

- Ariani, D. W. (2013). Relationship between employee engagement, organizational citizenship behavior, and counterproductive work behavior. *International Journal of Business Administration*, 4(2), 46-56.
- Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I., & Rhoades, L. (2002). Perceived supervisor support: Contributions to perceived organizational support and employee retention. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 565-573.
- Hewitt Associates. (2015). *Say, stay, or strive? Unleash the engagement outcome you need*. Retrieved from https://www.aon.com/unitedkingdom/attachments/trp/Drivers_of_Say_Stay_Strive_White_Paper_2015.pdf
- Intaravichai, P. (2015). *The effects of communication factors and flow at work to employee engagement and organizational citizenship behavior*. Master's Thesis of Arts, Thammasat University. [In Thai]
- Jebeli, M. J., & Etebarian, A. (2015). The impact resilience and psychological well-being on organizational citizenship behavior (case study central municipality and areas 15 of Isfahan municipality). *Journal of Zoology and Research*, 5(1), 7-16.
- Khanom, K. (2014). *The relationship between job satisfaction and employee engagement of a state enterprise, the moderator effect of job involvement*. Master's Thesis of Arts, Thammasat University. [In Thai]
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541-572.
- Luthans, F., & Youssef, C. M. (2004). Human, social, and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), 143-160.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital*. Oxford University Press.
- Organ, D. W. (1991). *The applied psychology of work behavior* (4th ed.). R. R. Donnelly & Sons.
- Organ, D. W., Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (2006). *Organizational citizenship behaviors its nature, antecedents, and consequences*. Sage.
- Plungklang, N. (2016). The relationships between psychological capital and organizational commitment and the organizational citizenship behaviors, of Pathum Thani provincial administration organization civil officials. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 7(2), 180-189. [In Thai]
- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.

- Rhoades, L., Eisenberger, R., & Armeli, S. (2001). Affective commitment to the organization: The contribution of perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology, 86*(5), 825-836.
- Rongklad, W. (2016). *The relationships among organizational trust, perceived organizational support and organizational citizenship behavior of employees in a beverage and food company*. Master's Thesis of Arts, Thammasat University. [In Thai]
- Seligman, M. E. P. (1998). *Learned optimism*. Pocket Books.
- Soontronpukdee, A. (2016). *Perceived organizational support, occupational self-efficacy and performance of sale persons in a food and beverage company with goal commitment as mediating variable*. Master's Thesis of Arts thesis, Thammasat University. [In Thai]
- Thaikaeo, P. (2014). *Relationship between character strength psychological capital and subjective well-being with organizational citizenship behavior*. Master's Thesis of Arts, Thammasat University. [In Thai]
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.

อิทธิพลของความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวและความคุ้มค่าที่มีต่อความตั้งใจ ในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพเมื่อกำกับความสัมพันธ์ด้วยการซื้อสินค้า ด้วยเงื่อนไขพิเศษและความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความตั้งใจ ในการใช้ที่มีต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินและเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

ดำรงศักดิ์ โจรณะนาค¹ ประยงค์ มีใจชื้อ²

มนตรี พิริยะกุล³ นรพล จินันท์เดช⁴

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของตัวแปรสาเหตุและตัวแปรผลลัพธ์ เมื่อควบคุมตัวแปร ความคาดหวังจากประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน ความสอดคล้องในการทำงาน และแรงจูงใจที่สนุกสนานเพลิดเพลินที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณใช้ ตัวอย่างจำนวน 338 คน ใช้สถิติวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง และการวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน และสัมภาษณ์กลุ่ม จำนวน 4 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า การซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษ ไม่มีอิทธิพลกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวกับความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ แต่มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีเงื่อนไข อย่างไรก็ตาม ความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคล มีอิทธิพลกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้มค่า กับความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ และมีอิทธิพลทางตรงอย่างมีเงื่อนไข พบอีกว่า ความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินและความเต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ เป็นจริงทั้งก่อนและหลังควบคุมปัจจัย 4 ตัวแปร

คำสำคัญ: ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว; การซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษ; ความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคล; ความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ดำรงศักดิ์ โจรณะนาค, ประยงค์ มีใจชื้อ, มนตรี พิริยะกุล และนรพล จินันท์เดช. (2564). อิทธิพลของความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวและความคุ้มค่าที่มีต่อความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพเมื่อกำกับความสัมพันธ์ด้วยการซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษและความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ที่มีต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินและเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 649-664.

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย

อีเมล: damrongsakr@yahoo.com

^{2,4} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

The Effects of Price Value and Privacy Concern on the Behavioral Intention to Use Wristbands for Health in Controlling the Relationship with Personal Innovativeness and Coupon Proneness and the Effects of Behavioral Intention to Use and Willingness to Pay and Provide Personal Information

Damrongsak Rojananark¹ Prayong Meechaisue²

Montree Piriyakul³ Norapol Chinuntdej⁴

Abstract

The objective for this study is focused on the antecedent and outcome since controlled expectancy variables are as Performance Expectancy, Effort Expectancy Functional Congruence and Hedonic Motivation, and the Relationship Between Privacy Concern and Price Value on Behavioral Intention to Use Wristband for Health Influence. By multistage sampling Example of 338 people, to Use Wristbands for Health in Bangkok and its vicinity. And qualitative research In-depth interviews with 5 experts and group interviews of 4 were conducted. and Data were analyzed by content analysis.

Findings are as follows: The moderating effects of personal innovativeness on changes in the relationships between price value and behavioral intention to use the research found that personal innovativeness influenced the relationships between price value and behavioral intention to use. Furthermore, the research investigated that, Behavioral intention to use influenced the relationship between both willingness to pay and willingness to provide personal information. All 4 situations as mentioned above are statistically significant levels even before and after controlled expectancy variables.

Keywords: Privacy Concern; Coupon Proneness; Personal Innovativeness; Behavioral Intention to use

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Rojananark, D., Meechaisue, P., Piriyakul, M., & Chinuntdej, N. (2021). The effects of price value and privacy concern on the behavioral intention to use wristbands for health in controlling the relationship with personal innovativeness and coupon proneness and the effects of behavioral intention to use and willingness to pay and provide personal information. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 649-664.

¹ Doctor of Business Administration Program, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok, 10240, Thailand
E-mail: damrongsak@yahoo.com

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

³ Faculty of Science, Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลกเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตออฟฟิงส์ (Internet of Things-IoT) คือ การเชื่อมโยงอุปกรณ์ต่างๆ เข้ากันด้วยระบบฐานข้อมูลสารสนเทศผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนำไปสู่รูปแบบการให้บริการที่ชาญฉลาดและต่อเนื่องสำหรับมนุษย์ทั่วไป (Yan, Zhang, & Vasilakos, 2014) อุปกรณ์สวมใส่ที่เชื่อมต่อเป็นรูปแบบการเชื่อมโยงอย่างหนึ่งของอินเทอร์เน็ตออฟฟิงส์ โดยแบ่งเป็น อุปกรณ์สวมใส่เพื่อการออกกำลังกาย ซึ่งการทำงานจะมุ่งเน้นไปยังด้านการทำงานของร่างกายเป็นสำคัญเช่นการเก็บข้อมูล การเดิน การวิ่ง อัตราการเต้นของหัวใจ เป็นต้น ซึ่งโดยมากจะใช้ร่วมกับโทรศัพท์มือถือ ซึ่งจากตัวเลขข้อมูลการผลิตที่ถูกสำรวจโดยการ์ตเนอร์พบว่า มีการเพิ่มขึ้นประมาณ 46 เปอร์เซ็นต์ จากการผลิต 30.2 ล้านชิ้น ในปี ค.ศ. 2015 เพิ่มขึ้นเป็น 44.1 ล้านชิ้นในปี ค.ศ. 2017 อย่างไรก็ตาม อัตราการเติบโตของอุปกรณ์สวมใส่เพื่อการออกกำลังกายมีน้อยกว่าการเติบโตของนาฬิกาอัจฉริยะซึ่งเป็นอุปกรณ์สวมใส่ที่เชื่อมต่อเช่นเดียวกันแต่สามารถใช้งานได้ครอบคลุมมากกว่า เช่น การทำงาน ค้นหาข้อมูล ระบบแจ้งเตือน เป็นต้น และโดยมากนาฬิกาอัจฉริยะนี้สามารถใช้งานโดยลำพัง หรือสามารถใช้ร่วมกับโทรศัพท์มือถือได้ดีอีกด้วยซึ่งจากการเก็บข้อมูลโดย IDC ในปี ค.ศ. 2016 นาฬิกาอัจฉริยะ มีจำนวนการผลิตและจัดส่งประมาณ 28.3 ล้านชิ้น และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 82.5 ล้านชิ้น ในปี ค.ศ. 2020 (Weinswig, 2016) ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้ อุปกรณ์ทั้ง 2 ประเภท ดังกล่าวข้างต้น จะหมายถึง สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัญหาที่พบจากการสำรวจนำไปสู่การกำหนดตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรผลลัพธ์ ซึ่งได้มาจากทฤษฎีต่างๆ เช่น UTAUT2 (Venkatesh,

Thong, & Xu, 2012) ทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากการทำธุรกรรม (transaction utility theory) โดย Thaler (1985) อิทธิพลของตัวแปรกำกับความสนใจนวัตกรรมส่วนบุคคลในด้านความภักดีที่มีต่อร้านค้าออนไลน์ ของ Jianlin and Qi (2010) ส่วนขยายทฤษฎีความเป็นส่วนตัว EPCM และงานวิจัยเชิงประจักษ์ ซึ่งพบว่าตัวแปรที่กำหนดในทฤษฎีแล้ว ยังมีตัวแปรอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรผลลัพธ์และมีส่วนสัมพันธ์กับตัวแปรสาเหตุ ซึ่งหากไม่ทำการควบคุมอาจทำให้ผลการศึกษาค้นคว้าที่สนใจศึกษาอาจมีผลลัพธ์ที่คลาดเคลื่อน คือ อิทธิพลที่มีต่อกันอาจสูงหรือต่ำกว่าความเป็นจริง (over or under estimation) หรือทำให้ทิศทางของรูปแบบความสัมพันธ์ผิดไป การควบคุมตัวแปรตัวที่อยู่นอกความสนใจแต่มีอิทธิพล จะทำให้ผู้วิจัยทราบผลของอิทธิพลระหว่างตัวแปรที่ต้องการศึกษาในรูปปฏิสัมพันธ์ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความคาดหวังต่างๆ ที่ส่งผลต่อการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ (wristband for health) และผลกระทบที่มีต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงิน และความเต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล นอกจากนั้นการศึกษายังรวมถึงมุมมองด้านความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวเปรียบเทียบกับ การได้รับสิทธิเงื่อนไขพิเศษ และมุมมองด้านความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคลเปรียบเทียบกับความคุ้มค่าที่มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งที่ได้จ่ายออกไปที่จะมีผลต่อการตัดสินใจใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพที่ยังไม่มีผู้ศึกษาอิทธิพลในลักษณะความสัมพันธ์ดังกล่าว

ในขณะที่บุคคลที่จะเลือกใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ ยังคงมีความกังวลเรื่องการเปิดเผยข้อมูลความเป็นส่วนตัว ซึ่งสาเหตุมากจากการที่อุปกรณ์สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ มีคุณสมบัติในการวัดและ บันทึก แจ้ง ข้อมูลที่เกี่ยวกับสุขภาพของผู้สวมใส่ เช่น การนับก้าวเดิน การใช้พลังงาน การทำกิจกรรม ซึ่งข้อมูลนั้นอาจนำไปสู่การสูญเสียความเป็นส่วนตัวซึ่งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญในปัจจุบัน รวมถึงวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่ในปัจจุบัน

ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีต่างๆ ได้ โดยง่ายทำให้เป็นบุคคลที่มีความเข้าใจในเทคโนโลยีได้อย่างลึกซึ้ง จนทำให้เกิดความลังเลใจที่จะเลือกใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ โดยเปรียบเทียบระหว่างค่าของเงินที่จ่ายออกไปว่ามีความคุ้มค่ามากพอกับประโยชน์ที่ได้รับหรือไม่ รวมถึงหากมีความตั้งใจที่จะใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพแล้ว ผู้บริโภคจะเต็มใจที่จะจ่ายเงิน รวมถึงเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของตนเองหรือไม่ ซึ่งปัญหาดังกล่าวข้างต้นมีความน่าสนใจและนำไปสู่คำถามของงานวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของตัวแปรสาเหตุและตัวแปรผลลัพธ์ เมื่อควบคุมตัวแปร ความคาดหวังจากประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน ความสอดคล้องในการใช้งาน และแรงจูงใจที่สนุกสนาน เพลิดเพลินที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ
2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของความตั้งใจใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินและความเต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคลและการซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษ ในฐานะปัจจัยกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้มค่ากับความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพและความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวกับความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาตัวแปร ได้แก่ ความคาดหวังจากประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน แรงจูงใจที่สนุกสนาน เพลิดเพลิน ความคุ้มค่า ความสอดคล้องในการใช้งาน ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินและความ

เต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล แนวโน้มของบุคคลที่ซื้อสินค้าจากการได้เงื่อนไขพิเศษ และความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคล

2. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง กลุ่มประชากร คือ ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ ที่อาศัยหรือพักพิงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตัวอย่าง จำนวน 338 คน

3. ขอบเขตด้านเวลา เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพในปี พ.ศ. 2560-2561 และข้อมูลเชิงปริมาณในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2561

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ความเข้าใจในพฤติกรรม การยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อเทคโนโลยีที่จะนำไปประกอบการกำหนดแนวทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องกับสายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ รวมถึงอุปกรณ์เทคโนโลยีอื่นๆ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร อุปกรณ์ วิธีการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีในการดูแลสุขภาพที่สอดคล้องกับลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภค
3. แนวคิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลในรูปแบบของการดูแลสุขภาพโดยภาครัฐหรือเอกชนที่จัดให้กับพนักงานหรือประชาชนทั่วไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Davis (1985) ได้เสนอแนวคิดทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Models--TAM) และในปี ค.ศ. 2003 โดย Venkatesh, Morris, Davis, and Davis (2003) ได้ร่วมพัฒนาแนวคิดนี้ โดยศึกษาปัจจัยต่างๆ จาก 8 ทฤษฎี ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลง (change theories) จากแนวคิด ทศนคติ ผู้การกระทำของบุคคล และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

(extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology--UTAUT2) เป็นทฤษฎีที่ถูกพัฒนาขึ้น (Venkatesh et al., 2003; Venkatesh et al., 2012) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดข้อจำกัดของการศึกษาของการใช้เทคโนโลยีที่ศึกษาเฉพาะบริบทองค์กรเท่านั้น ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมที่แตกต่างในการทำนายพฤติกรรมการยอมรับ และการใช้เทคโนโลยีของบุคคลทั่วไป ในปี ค.ศ. 2011 มีการวิจัยเพิ่มเติมจาก UTAUT และพัฒนา UTAUT2 ในบริบทของผู้บริโภค โดยในแบบจำลองได้เพิ่มเติมปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจที่สนุกสนานเพลิดเพลิน (hedonic motivation) ปัจจัยความคุ้มค่า (price value) และปัจจัยประสบการณ์และนิสัย (habit) (Venkatesh et al., 2012) ได้เลือกใช้ตัวแปรบางตัวมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัย ดังนี้ (1) ความคาดหวังจากประสิทธิภาพ (Performance Expectancy--PE) หมายถึง การที่บุคคลเชื่อว่าการใช้ระบบเทคโนโลยี-สารสนเทศจะช่วยให้บรรลุผลสำเร็จในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี เป็นตัวแปรที่ถูกกำหนดจากปัจจัยต่างๆ ที่เป็นพื้นฐาน ในการพยากรณ์ถึงความตั้งใจและการใช้เทคโนโลยีจากปัจจัยต่างๆ ที่ทำการศึกษาในทฤษฎี และโมเดลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและใช้เทคโนโลยี (Venkatesh et al., 2012) (2) ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน (Effort Expectancy--EE) หมายถึง ความคาดหวัง ความเชื่อและการรับรู้ส่วนบุคคลที่มีต่อความง่ายในการใช้งาน ความเชื่อว่าใช้งานง่าย และ ความเข้าใจถึงความซับซ้อนของการทำงานสายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพเป็นปัจจัยที่ ความสัมพันธ์ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ (Moon, 2016) (3) ความสอดคล้องในการใช้งาน (Functional Congruence--FC) หมายถึง ระดับของการรับรู้ส่วนบุคคลที่มีต่อรูปลักษณะ ความสวยงาม ทนทาน ความสะดวกสบายในการใช้ รวมถึงความสามารถในการปรับให้เข้ากับวัตถุประสงค์การใช้งาน

ของสายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพในแต่ละโอกาส (Gao, Li, & Luo, 2015; Huber, Vollhardt, Matthes, & Vogel, 2010) เป็นตัวแปรที่การศึกษาครั้งนี้ กำหนดเพิ่มเติมเข้ามาจากการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีประสบการณ์ นอกเหนือจากตัวแปรที่กำหนดไว้ใน UTAUT และ UTAUT2 (4) แรงจูงใจที่สนุกสนานเพลิดเพลิน (Hedonic Motivation--HM) หมายถึง การที่ผู้บริโภครู้สึกถึงความสนุก หรือความพึงพอใจที่ได้ใช้เทคโนโลยีเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในการใช้สินค้าหรือเทคโนโลยี (Venkatesh et al., 2012) ในขณะที่ แนวคิดแรงจูงใจที่สนุกสนานเพลิดเพลิน หมายถึง การรับรู้ถึงความสนุก (perceived enjoyment) ที่มีผลโดยตรงต่อการยอมรับและใช้เทคโนโลยี (Van der Heijden, 2004) (5) ความคุ้มค่า (Price Value--PV) หมายถึง การเปรียบเทียบของผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับและค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปสำหรับการได้ใช้เทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพโดยตรง ซึ่งจะส่งผลต่อการยินดีที่จะซื้อใช้ในที่สุด (Chaveesuk & Vongjaturapat, 2012; Venkatesh et al., 2012) (6) ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Concern--PC) หมายถึง ความกังวลที่เกิดจากความหวั่นเกรงว่า ข้อมูลส่วนตัวที่ถูกนำไปใช้หรือถูกเอาเปรียบจากการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลจากการเปิดเผยหรือให้ข้อมูลเมื่อใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ (Buchanan, Paine, Joinson, & Reips, 2007; Dinev & Hart, 2006; Kowatsch & Maass, 2012)

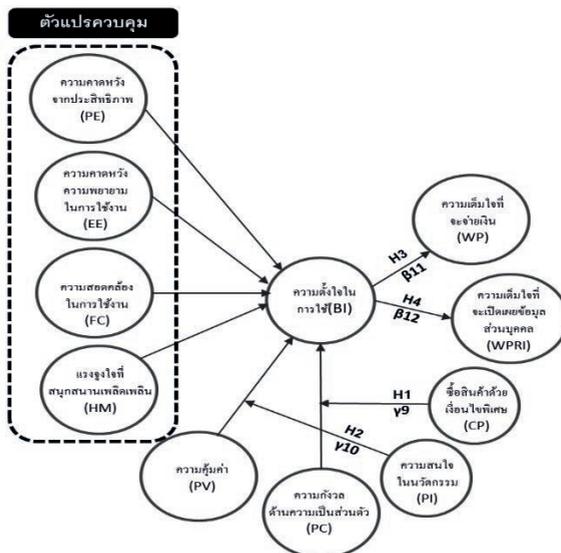
การศึกษาความสัมพันธ์ในฐานะตัวแปรกำกับ (moderator) ของ (7) การซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษ (Coupon Proneness--CP) หมายถึง แนวโน้มของบุคคลที่ซื้อสินค้าจากการได้รับเงื่อนไขพิเศษต่างๆ เพิ่มเติมจากการซื้อด้วยเงื่อนไขปกติ เช่น การได้รับส่วนลด ราคาพิเศษ ของแถม การรับประกัน การบำรุง

รักษา หรือเงื่อนไขอื่นๆ ที่เพิ่มมูลค่าเพิ่มเติมจากการซื้อสินค้า นั้น ซึ่งจะส่งผลให้เพิ่มโอกาสในการซื้อของผู้บริโภค (Lichtenstein, Netemeyer, & Burton, 1990; Sarkarm & Khare, 2017) และ (8) ความสนใจนวัตกรรมส่วนบุคคล (Personal Innovativeness--PI) หมายถึง ระดับความรู้ ความเข้าใจของบุคคลที่มีการค้นหาและชื่นชอบที่จะใช้เทคโนโลยี ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ จะหมายถึง การที่บุคคลใดที่มีความสนใจในนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีจะเป็นผู้ที่มีโอกาสเลือกใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ (Accenture, 2014; Agarwal & Prasad, 1998; Jeong, Yoo, & Heo, 2009; Jianlin & Qi, 2010; Moon, 2016)

รูปแบบโมเดลความเป็นส่วนตัว (the extended privacy calculus model--EPCM) Dinev and Hart (2006) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นในการยินยอมเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และความวิตกกังวลในความเป็นส่วนตัวที่อาจเสียไปจากการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมาก จากการศึกษา พบว่า ความวิตกกังวลในความเป็นส่วนตัว (privacy concern) มีความสัมพันธ์กับระดับของโอกาสในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลในการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต ตามที่กล่าวข้างต้น ได้เลือกใช้ตัวแปรบางตัวมาประยุกต์ใช้กับตัวแปรของ

งานวิจัย ดังนี้ (9) ความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ (behavioral intention to use--BI) หมายถึง การแสดงออกถึงความคาดหวังในพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนที่จะทำนายถึงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในอนาคตซึ่งในที่นี้ คือ พฤติกรรมในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ (Gao et al., 2015; Kowatsch & Maass, 2012; Kumar, Ali, & Leong, 2015; Moon, 2016) (10) ความเต็มใจที่จะจ่ายเงิน (Willingness to Pay--WP) หมายถึง ความพอใจที่จะชำระเงินซื้อเพื่อใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ (Kowatsch & Maass, 2012) โดยเปรียบเทียบกับการประเมินจากราคาสูงสุดที่ผู้ซื้อสามารถยอมรับได้เทียบกับปริมาณของสินค้าหรือบริการที่จะได้รับจากการซื้อ (Gall-Ely, 2009) และ (11) ความเต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (Willingness to Provide Personal Information--WPRI) หมายถึง ความเต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวให้กับผู้อื่น ผ่านการบันทึกข้อมูลบนสายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ (Kowatsch & Maass, 2012) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ จะหมายถึง ความเต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้กับผู้ให้บริการข้อมูลในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพซึ่งได้รับอิทธิพลจากการที่บุคคลนั้นมีความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการใช้สินค้าด้วยเงินบาทพิเศษกับความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลกับความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ

สมมุติฐานที่ 2 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความสนใจในนวัตกรรมของบุคคลกับความคุ้มค่ามีอิทธิพลกับความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ

สมมุติฐานที่ 3 ความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ

สมมุติฐานที่ 4 ความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัย ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม (mixed research) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิง

ปริมาณ โดยใช้แนวทางการใช้ข้อมูลร่วมกัน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสัมภาษณ์กลุ่ม โดยใช้แนวทางการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Chantavanich, 2016) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม ทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน คือ ค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปถือว่าใช้ได้ และทดสอบความเชื่อมั่น ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนนาค ซึ่งมีความมากกว่า 0.7 (Nunnally, 1967, p. 396) การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนาร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วย Smart PLS 3.0 การวิเคราะห์เส้นทาง และการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (SEM) (Hayes, 2017)

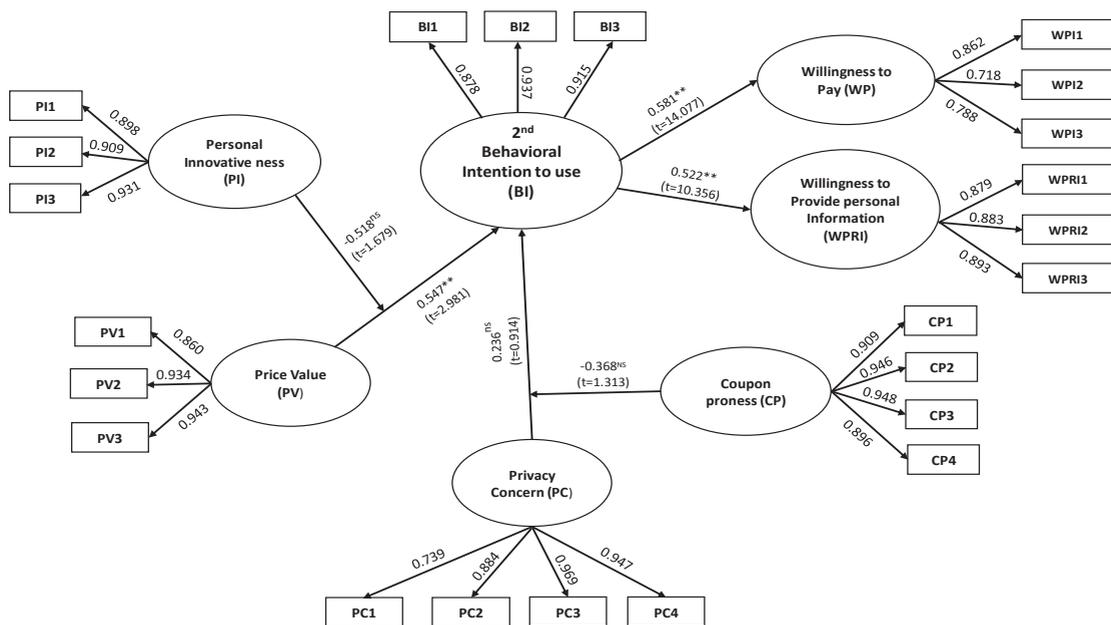
ประชากรและตัวอย่าง การวิจัยเชิงคุณภาพได้แก่

ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน และสัมภาษณ์กลุ่ม จำนวน 4 คน โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ในขณะที่การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ ที่อาศัยหรือพักพิงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกำหนดตัวอย่างโดยวิธี Proper Solution คือ การใช้ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดเป็นตัวกำหนดขนาดตัวอย่าง (Piriyakul, 2020) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามี จำนวน 11 ตัวแปร ทำให้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 300 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi stage samplings) การสุ่มขั้นที่ 1 สุ่มพื้นที่ ส่วนกลางซึ่งแบ่งเป็นพื้นที่สวนสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 6 แห่ง การสุ่มขั้นที่ 2 เลือกตัวอย่าง

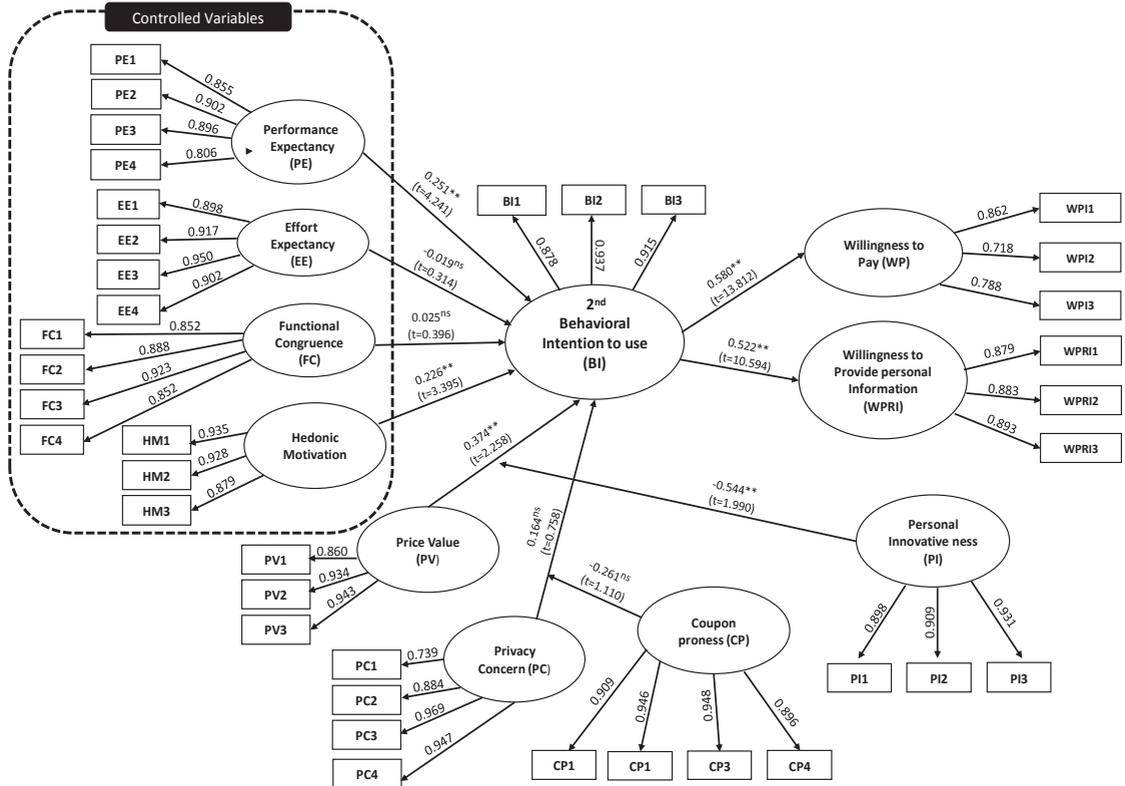
เฉพาะผู้ที่มาออกกำลังกายและเคยใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ จำนวน 70 คนต่อสวนสาธารณะ รวมตัวอย่างในการวิจัย ในครั้งนี้ จำนวน 338 คน

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ จำนวน 338 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.10 มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25-54 ปี ร้อยละ 70.60 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 67.40 มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 50,000 บาท/เดือนขึ้นไป ร้อยละ 40.50 และเป็นผู้ออกกำลังกาย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 33.70 ตามลำดับ



ภาพ 2 ตัวแบบสมการโครงสร้างก่อนการควบคุมปัจจัย PE, EE, FC และ HM แสดงอิทธิพลของตัวแปรสาเหตุที่มีต่อตัวแปรผลลัพธ์ ก่อนการควบคุมปัจจัย PE, EE, FC และ HM



ภาพ 3 ตัวแบบสมการโครงสร้างหลังการควบคุมปัจจัย PE, EE, FC และ HM แสดงอิทธิพลของตัวแปรสาเหตุที่มีต่อตัวแปรผลลัพธ์หลังการควบคุมปัจจัย PE, EE, FC และ HM

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ โดยศึกษาอิทธิพลการกำกับผ่านการควบคุมตัวแปร (ดูตาราง 1)

ตาราง 1

อิทธิพลของตัวแปรก่อน-หลังการควบคุมปัจจัย PE, EE, FC และ HM

ตัวแปรควบคุม (controlled variables)	สัมประสิทธิ์เส้นทาง (ก่อนการควบคุม)	t statistic (ก่อนการควบคุม)	สัมประสิทธิ์เส้นทาง (หลังการควบคุม)	t statistic (หลังการควบคุม)
ความคาดหวังจาก ประสิทธิภาพ (PE)	-	-	0.251**	4.421
ความคาดหวังในความ พยายามใช้งาน (EE)	-	-	-0.019 ^{NS}	0.314
ความสอดคล้องในการ ใช้งาน (FC)	-	-	0.025 ^{NS}	0.396
แรงจูงใจที่สนุกสนาน เพลิดเพลิน (HM)	-	-	0.226**	3.395

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตาราง 1 (ต่อ)

อิทธิพลของตัวแปรก่อน-หลังการควบคุมปัจจัย PE, EE, FC และ HM

ตัวแปรควบคุม (controlled variables)	สัมประสิทธิ์เส้นทาง (ก่อนการควบคุม)	t statistic (ก่อนการควบคุม)	สัมประสิทธิ์เส้นทาง (หลังการควบคุม)	t statistic (หลังการควบคุม)
ตัวแปรวิจัย (research variables)				
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการซื้อ สินค้าด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ ความกังวลด้านความเป็น ส่วนตัว (CP * PC)				
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความสนใจ นวัตกรรมส่วนบุคคลกับความ คุ้มค่า (PI * PV)	-0.368 ^{NS}	1.313	-0.261 ^{NS}	1.110
ตัวแปรผลลัพธ์ คือ ความตั้งใจในการใช้ (BI) เมื่อสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R2) ก่อนการควบคุมเท่ากับ 0.381 และหลังการควบคุมตัวแปร R2 เท่ากับ 0.484				
ความตั้งใจในการใช้ (BI)	0.581**	14.077	0.581**	13.812
ตัวแปรผลลัพธ์ คือ ความเต็มใจที่จะจ่ายเงิน (WP) เมื่อสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R2) ก่อนการควบคุมเท่ากับ 0.337 และหลังการควบคุมตัวแปร R2 เท่ากับ 0.337				
ความตั้งใจในการใช้ (BI)	0.522**	10.356	0.522**	10.594
ตัวแปรผลลัพธ์ คือ ความเต็มใจในการเปิดเผยข้อมูล (WPRI) เมื่อสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R2) ก่อนการควบคุม เท่ากับ 0.272 และหลังการควบคุมตัวแปร R2 เท่ากับ 0.273				

ตาราง 2

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย (hypothesis)	สมมติฐาน การวิจัย (hypothesis)	t statistic	ผลลัพธ์
H1: ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการซื้อสินค้าด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์กับความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพล กับความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ	-0.261NS	1.110	ไม่สนับสนุน
H2: ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความสนใจในนวัตกรรมของ บุคคลกับความคุ้มค่ามีอิทธิพลกับความตั้งใจในการ ใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ	-0.544**	1.990	สนับสนุน

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตาราง 2 (ต่อ)

สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานการวิจัย (hypothesis)	สมมุติฐานการวิจัย (hypothesis)	t statistic	ผลลัพธ์
H3: ความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ	0.580**	13.812	สนับสนุน
H4: ความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล	0.522**	10.594	สนับสนุน

หมายเหตุ: **หมายถึง p value ≤ 0.05 หรือ ค่า $t \geq 1.96$

ผลการวิจัย อิทธิพลการกำกับของการซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษบนความสัมพันธ์ระหว่างความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวและความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ ตามสมมุติฐานที่ 1 ผลการวิเคราะห์ภายใต้สมการ $BI = \beta_0 + \beta_1 CP + \beta_2 PC + \alpha CP + \zeta$ พบว่า การซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษ (CP) ไม่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว (PC) กับความตั้งใจใช้ในอุปกรณ์ (BI) อย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = -0.261, p$ value = $0.267 < 0.10$) แม้ว่าการซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษ (CP) เป็นกระบวนการที่นำมาซึ่งสร้างความรู้สึที่เป็นพิเศษที่ทำให้รู้สึกแตกต่างจากบุคคลอื่น ซึ่งช่วยเพิ่มความคุ้นเคยและทำให้ผ่อนคลายลดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวซึ่งจะช่วยเพิ่มความตั้งใจใช้ในอุปกรณ์จากผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลที่ทำ การศึกษายังไม่สนับสนุนว่าการซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษ (CP) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว (PC) กับความตั้งใจใช้ในอุปกรณ์ (BI) อีกทั้งเส้นทาง $PC \rightarrow BI$ ก็ไม่มีนัยสำคัญด้วย ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้ใช้อุปกรณ์สายรัดข้อมือเคยเป็นผู้เปิดเผยข้อมูลจากการลงทะเบียนใช้มาแล้ว จึงทำให้มี

ความกังวลด้านความไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้อุปกรณ์สายรัดข้อมือ

ในขณะที่ ผลการวิจัยอิทธิพลกำกับของความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคลบนความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้มค่าและความตั้งใจในการใช้ ตามสมมุติฐานที่ 2 ภายใต้สมการ $BI = \beta_0 + \beta_1 PI + \beta_2 PV + \alpha PI + \zeta$ พบว่า การยอมรับและสนใจในนวัตกรรมของบุคคล (PI) มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้มค่า (PV) และความตั้งใจในการใช้ (BI) อย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = -0.544, p$ value = $0.047 < 0.10$) พบว่า เมื่อ PI เพิ่มและ PV เพิ่มจะทำให้ BI ลดลง ทั้งนี้ เพราะผู้มีความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคลจะยอมรับอยู่แล้ว และเห็นว่า การใช้อุปกรณ์ IOT มีความคุ้มค่าจึงข้ามไปสู่ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินหรือเปิดเผยข้อมูลได้โดยไม่ต้องส่งผ่านความตั้งใจในการใช้

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ สรุปได้ ดังนี้ (1) การซื้อสินค้าโดยได้รับเงื่อนไขพิเศษ (CP) มีอิทธิพลต่อการคลายความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว (PC) และความตั้งใจในการใช้ (BI) กล่าวคือ หากผู้ใช้อุปกรณ์มีความจำเป็น ต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งอาจแลกกับการได้สิทธิประโยชน์พิเศษอื่นเพิ่มเติมจะทำให้ผู้ใช้

อุปกรณ์คลายความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวลงได้บ้าง ซึ่งจะไปช่วยเพิ่มความตั้งใจในการใช้ (2) ความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคล (PI) มีอิทธิพลต่อความรู้สึกคุ้มค่า (PV) ได้ง่ายและนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้ (BI) โดยพิจารณาความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องเสียไปเมื่อเทียบกับนวัตกรรม ความรู้ที่ทันสมัยความแปลกใหม่ที่ได้รับโดยอาจตัดสินใจซื้อหรือทำให้ได้มาเพื่อการได้ใช้

ได้ทดลองทันที และ (3) ความตั้งใจในการใช้ (BI) มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงิน (WP) เป็นความพอใจที่จะชำระเงินซื้อเพื่อให้ได้มาซึ่งการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพและยังมีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (WPRI) ซึ่งหมายถึง ความพอใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวให้กับผู้ให้บริการหรือผู้อื่นผ่านการเชื่อมต่อกับสายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ

ตาราง 3

ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ

สมมติฐานการวิจัย (hypothesis)	ผลการวิเคราะห์	
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ
H1: ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษกับความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลกับความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ	ไม่สนับสนุน	สนับสนุน
H2: ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความสนใจในนวัตกรรมของบุคคลกับความคุ้มค่ามีอิทธิพลกับความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ	สนับสนุน	สนับสนุน
H3: ความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ	สนับสนุน	สนับสนุน
H4: ความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล	สนับสนุน	สนับสนุน

การอภิปรายผล

ในขณะที่ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษกับความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว (CP * PC) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ (BI) ผลการวิจัยก่อนการควบคุมปัจจัย 4 ตัวแปร คือ PE, EE, FC และ HM พบว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษกับความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว (CP * PC) ไม่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้ (BI) โดยมีค่าเท่ากับ -0.368^{NS} ในขณะที่หลังการควบคุมปัจจัย 4 ตัวแปร ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษกับความกังวลด้านความเป็น

ส่วนตัว (CP * PC) ก็ยังคงไม่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้ (BI) โดยมีค่าเท่ากับ -0.261^{NS} ถึงแม้ว่าผลการทดสอบก่อนและหลังการควบคุมตัวแปร แสดงว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการซื้อสินค้าด้วยเงื่อนไขพิเศษกับความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวไม่มีอิทธิพลกับความตั้งใจในการใช้อุปกรณ์แต่จากค่า R^2 ที่มีขนาดใหญ่ขึ้นและผลการวิเคราะห์จากตารางอิทธิพลทางตรงอย่างมีเงื่อนไข พบว่า ตัวแปรผลลัพธ์ซึ่งก็คือความตั้งใจในการใช้ มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันและมีที่ท้าวว่าจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจ (Buchanan et al., 2007; Kowatsch & Maass, 2012; Lichtenstein et al., 1990;

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Swaminathan & Bawa, 2005) แม้ว่าความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูลจะเป็นประเด็นที่มีความสำคัญในปัจจุบัน แต่ทั้งนี้ เพราะตัวอย่างเป็นผู้ใช้อุปกรณ์สายรัดข้อมือ เคยมีประสบการณ์ การเปิดเผยข้อมูลอันเนื่องมาจากการลงทะเบียนใช้งานมาแล้ว จึงทำให้มีความกังวลด้านความไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้อุปกรณ์สายรัดข้อมือ

อย่างไรก็ตาม จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องการซื้อสินค้าโดยได้รับเงื่อนไขพิเศษจะถูกกล่าวถึงในลักษณะที่ผู้ใช้อุปกรณ์ สนใจการได้รับข้อเสนอพิเศษเพิ่มเติมจากการซื้อโดยปกติ เช่น ได้รับราคาพิเศษ ส่วนลด ของแถม ซึ่งในปัจจุบันที่ผู้ซื้อไม่ทางเลือกมากมาย ทำให้มักพยายามเสาะหาข้อมูลเกี่ยวกับส่วนลดพิเศษ แต่สำหรับสายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีจำเป็นมีการลงทะเบียนเพื่อยืนยันตัวตนใช้สำหรับข้อมูลทั้งในส่วนตัวข้อมูลส่วนบุคคลและการเก็บรวบรวมกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับชีวิตของผู้ใช้แต่ละช่วงเวลา โดยปกติแล้วการเปิดเผยข้อมูลเหล่านี้มักจะทำให้ผู้ใช้อุปกรณ์ลังเลหรือไม่แน่ใจที่จะเปิดเผยข้อมูลเหล่านั้น แต่หากการเปิดเผยข้อมูลนั้นแลกกับการได้สิทธิประโยชน์หรือเงื่อนไขพิเศษอื่น ผู้ใช้อุปกรณ์จะคลายความกังวลด้านความเป็นส่วนหลง จะช่วยเพิ่มความตั้งใจในการใช้ในส่วน

นอกจากนี้ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคลและความคุ้มค่า (PI * PV) ที่ส่งผลความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ (BI) ผลการวิจัย ก่อนการควบคุมปัจจัย 4 ตัวแปร คือ PE, EE, FC และ HM พบว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับและสนใจในนวัตกรรมของบุคคลและความคุ้มค่าอย่างไม่มีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการใช้โดยมีค่าเท่ากับ -0.518^{NS} ในขณะที่ ผลการวิเคราะห์หลังการควบคุมปัจจัย 4 ตัวแปร ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับและสนใจในนวัตกรรมของบุคคลและความคุ้มค่าอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการใช้ โดยมี

ค่าเท่ากับ -0.544^{**} สรุปผลการวิจัยได้ว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างความสนใจในนวัตกรรมส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้มค่าและความตั้งใจในการใช้ โดยเห็นได้จากความแตกต่างกันระหว่างก่อนและหลังควบคุมปัจจัย 4 ตัวแปร และหากพิจารณาระดับอิทธิพลทางตรงอย่างมีเงื่อนไข พบว่า ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้มค่าและความตั้งใจในการใช้ อย่างชัดเจนโดยหากเส้นสัมพันธ์ของการยอมรับและสนใจในนวัตกรรมของบุคคล (PI) ลดลง จะมีผลให้ความคุ้มค่า (PV) มีแนวโน้มที่จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้ (BI) สูงขึ้นซึ่งสามารถอธิบายปรากฏการณ์นี้ได้ว่า เมื่อระดับการยอมรับและสนใจในนวัตกรรมของบุคคลลดลงจะมีผลให้ความคุ้มค่าส่งผลต่อความตั้งใจใช้อุปกรณ์ที่เพิ่มขึ้นที่เป็นเช่นนี้เพราะการที่บุคคลที่มีความสนใจและยอมรับในนวัตกรรมมักจะเป็นผู้ชอบความแปลกใหม่ หากแต่เมื่อเข้าใจและมีความคุ้นเคยในอุปกรณ์แล้วก็จะทำให้เข้าใจในประโยชน์และตระหนักถึงความคุ้มค่าในอุปกรณ์ IOT อยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องมีความตั้งใจในการใช้ แต่จะตัดสินใจซื้อหรือเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวให้ได้ เพราะเป็นผู้สนใจยอมรับในนวัตกรรมมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีต่างๆ มากมายและคุ้นเคยกับข้อกำหนดเงื่อนไขต่างๆ ซึ่งจะทำให้ตัดสินใจที่จะซื้อหรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลได้ทันทีโดยไม่มีการพิจารณามากนัก (Accenture, 2014; Agarwal & Prasad, 1998; Jianlin & Qi, 2010; Kumar et al., 2015; Moon, 2016; Singh, 2015; Venkatesh et al., 2012; Yang, Yang, & Plotnick, 2013)

และความตั้งใจในการใช้ (BI) ที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงิน (WP) และความเต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (WPRI) ผลการวิจัยก่อนและหลังการควบคุมปัจจัย 4 ตัวแปร คือ PE, EE, FC และ HM ความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินโดยก่อนการควบคุมมีค่า

เท่ากับ 0.581** และหลังการควบคุมปัจจัย 4 ตัวแปร ความตั้งใจในการใช้อย่างมีนัยสำคัญต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเงินตั้งใจเพื่อได้ใช้อุปกรณ์มีค่าเท่ากับ 0.580** ซึ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก ทั้งนี้ เนื่องมาจากอิทธิพลจากตัวแปรต่างๆ ถูกรวบรวมอยู่ในความตั้งใจในการใช้แล้วนั่นเอง

ในขณะที่ ผลการวิจัยก่อนและหลังการควบคุมปัจจัย 4 ตัวแปร คือ PE, EE, FC และ HM ความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญต่อความเต็มใจเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งสังเกตได้ว่า ก่อนการควบคุมปัจจัย 4 ตัวแปร ความตั้งใจในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญต่อความเต็มใจที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล โดยมีค่าเท่ากับ 0.522** และหลังการควบคุมปัจจัย 4 ตัวแปร ความตั้งใจในการใช้มีนัยสำคัญต่อความเต็มใจเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลมีค่าเท่ากับ 0.522** ซึ่งตัวแปรผลลัพธ์ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก เนื่องมาจากอิทธิพลจากตัวแปรต่างๆ ถูกรวบรวมอยู่ในความตั้งใจในการใช้แล้ว เช่นเดียวกับความเต็มใจที่จะจ่ายเงิน

นอกจากนี้ ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญความตั้งใจในการใช้ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี จะแสดงออกถึงความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีนั้นโดยการตัดสินใจใช้อุปกรณ์ใหม่ๆ ในระยะเวลาอันสั้น หรือสำหรับคนที่เคยใช้อยู่แล้วก็จะตัดสินใจใช้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง เช่น การใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพในชีวิตประจำวันประกอบกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการออกกำลังกายซึ่งในที่นี้คือพฤติกรรมในการใช้สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพและสำหรับผู้ที่มีความตั้งใจในการใช้ซึ่งหากมีระดับความตั้งใจที่เพียงพอต่อการตัดสินใจที่ใช้อุปกรณ์นั้นจะมี

ความพยายามในการใช้งานซึ่งจะส่งผลต่อเต็มใจที่จะจ่ายเงินหรือทำวิธีการใดวิธีการหนึ่งทำให้ได้ใช้อุปกรณ์ดังกล่าว (Gao et al., 2015; Kowatsch & Maass, 2012; Kumar et al., 2015; Moon, 2016; Singh, 2015)

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผลการวิจัยซึ่งเป็นบริบทหนึ่งในของอุปกรณ์อินเทอร์เน็ตต่อฟิงส์ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ ด้วยแนวคิดและทฤษฎี พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลมีการเปลี่ยนแปลงของปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสาเหตุและตัวแปรผลลัพธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันและทิศทางตรงข้ามกันทำให้ผลลัพธ์มีมิติของความเข้าใจในผู้บริโภคมากขึ้น และสามารถนำไปใช้คาดการณ์ในพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อเทคโนโลยีในบริบทต่างๆ ได้

2. จากการศึกษาและวิเคราะห์ในภาพรวมของกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ใช้อุปกรณ์สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ ควรมุ่งเน้นการศึกษาและวิเคราะห์แยกกลุ่มระหว่างกลุ่มผู้ใช้และผู้ที่ยังไม่เคยใช้เพื่อความเข้าใจในพฤติกรรมของลูกค้าที่มีความแตกต่างกัน รวมถึงความเข้าใจเรื่องการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ยังคงเป็นประเด็นสำคัญในการทำธุรกรรมต่างๆ ในปัจจุบัน และมุมมองด้านความคุ้มค่าของผู้บริโภคที่อยู่ในบริบทสังคมอุดมข้อมูลในปัจจุบันและเป็นผู้ที่สามารถใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีได้อย่างคล่องแคล่ว ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนา และปรับปรุงทางการวางแผนทางการตลาดและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีต่อไปในอนาคต

References

- Accenture. (2014). *The Internet of things: The future of consumer adoption*. Retrieved from <https://rb.gy/xuguax>
- Agarwal, R., & Prasad, J. (1998). A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. *Information Systems Research*, 9(2), 204-215.
- Buchanan, T., Paine, C., Joinson, A. N., & Reips, U. D. (2007). Development of measures of online privacy concern and protection for use on the Internet. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(2), 157-165.
- Chantavanich, S. (2016). *Data analysis in qualitative research* (12th ed.). Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Chaveesuk, S., & Vongjaturapat, S. (2012). Theory of Information Technology Adoption. *KMITL Information Technology Journal*, 1(1), 1-21. [In Thai]
- Davis, F. D. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results*. Unpublished doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology.
- Dinev, T., & Hart, P. (2006). An extended privacy calculus model for e-commerce transactions. *Information Systems Research*, 17(1), 61-80.
- Gall-Ely, M. L. (2009). Definition, measurement and determinants of the consumer's willingness to pay: A critical synthesis and directions for further research. *Recherche et Applications Marketing*, 24(2), 91-113.
- Gao, Y., Li, H., & Luo, Y. (2015). An empirical study of wearable technology acceptance in healthcare. *Industrial Management & Data Systems*, 115(9), 1704-1723.
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2nd ed.). Guilford.
- Huber, F., Vollhardt, K., Matthes, I., & Vogel, J. (2010). Brand misconduct: Consequences on consumer-brand relationships. *Journal of Business Research*, 63(11), 1113-1120.
- Jeong, N., Yoo, Y., & Heo, T. Y. (2009). Moderating effect of personal innovativeness on mobile-RFID services: Based on Warshaw's purchase intention model. *Technological Forecasting and Social Change*, 76(1), 154-164.
- Jianlin, W., & Qi, D. (2010). Moderating effect of personal innovativeness in the model for e-store loyalty. In *2010 International Conference on E-Business and E-Government* (pp. 2065-2068). IEEE.

- Kowatsch, T., & Maass, W. (2012). *Critical privacy factors of internet of things services: An empirical investigation with domain experts*. Paper presented at the conference on the 7th Mediterranean Conference on Information Systems, MCIS 2012. Guimaraes, Portugal.
- Kumar, P. N., Ali, F., & Leong, L. C. (2015). Factor affecting acceptance & use of rewind: Validating the extended unified theory of acceptance and use of technology. *Interactive Technology and Smart Education, 12*(3), 183-201.
- Lichtenstein, D. R., Netemeyer, R. G., & Burton, S. (1990). Distinguishing coupon proneness from value consciousness: An acquisition-transaction utility theory perspective. *Journal of Marketing, 54*(3), 54-67.
- Moon, Y. (2016). Statistical of effect of extended UTAUT variables on user acceptance of smart wearable devices and use behavior. *Journal of Computer Science and Information Engineering, 3*(3), 16-22.
- Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric theory*. McGraw-Hill.
- Piriyakul, M. (2020). *Sample size determination for Structural Equation Modeling (SEM)*. Retrieved from http://www.research.ru.ac.th/images/ArticleMr/1544072259_Article.pdf [In Thai]
- Sarkarm, S., & Khare, A. (2017). Moderating effect of price perception on factors affecting attitude towards online shopping. *Journal of Marketing Analytics, 5*(2), 68-80.
- Singh, S. (2015). Consumer behavioural intentions toward Internet marketing. *Global Journal of Science Frontier Research: Einterdisciplinary, 15*(1), 1-16.
- Swaminathan, S., & Bawa, K. (2005). Category-specific coupon proneness: The impact of individual characteristics and category-specific variables. *Journal of Retailing, 81*(3), 205-214.
- Thaler, R. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science, 4*(3), 199-214.
- Van der Heijden, H. (2004). User acceptance of hedonic information systems. *MIS Quarterly, 28*(4), 695-704.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly, 36*(1), 157-178.
- Weinswig, D. (2016). *Wear 2016: Wearable tech, data and style*. Retrieved from <https://www.deborahweinswig.com/wear-2016-wearable-tech-data-and-style>
- Yang, L., Yang, S. H., & Plotnick, L. (2013). How the Internet of things technology enhances emergency response operations. *Technological Forecasting and Social Change, 80*(9), 1854-1867.
- Yan, Z., Zhang, P., & Vasilakos, A. V. (2014). A survey on trust management for internet of things. *Journal of Network and Computer Applications, 42*, 120-134.

Factors Influencing Organizational Commitment and Work Engagement of Employees in the Wood and Furniture Industry in Thailand

Piyamas Suesawadwanit¹ Piyachat Jarutirasarn² Kriengkriyos Punthai³

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the overall influences, direct and indirect influences of factors influencing organizational commitment and work engagement of employees in the wood and furniture industry in Thailand and 2) to verify the consistency of the causal model with the empirical data. The researcher used the quantitative research by distributing 322 questionnaires. The statistics used in data analysis were descriptive statistics and inferential statistics. In inferential statistics, the researcher employed the technique of structural equation modeling (SEM) with the LISREL program.

The results of the research showed that factors influencing organizational commitment and work engagement of employees consisted of the followings: Career Advancement Opportunity was the most direct influence on organizational commitment influence, equal to 0.187, Organizational Commitment was direct influence on work engagement influence, equal to 0.518, the satisfaction with the supervisor was a direct influence on work engagement influence, equal to 0.369, statistically significant at 0.001 level. After software package processing was performed to test the consistency of the structural equation model, it was found that all indices indicated above passed the benchmark, namely, Chi-square/df=1.736, SRMR=0.048, CFI=0.970, NFI=0.934, TLI=0.964 and RMSEA=0.051. It can be concluded that the results of this analysis are consistent with the empirical data.

Keywords: Organizational Commitment; Work Engagement; Wood and Furniture Industry

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Suesawadwanit, P., Jarutirasarn, P., & Punthai, K. (2021). Factors influencing organizational commitment and work engagement of employees in the wood and furniture industry in Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 665-679.

¹ Doctor of Philosophy Program in Social Sciences, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: nuy_111@hotmail.com

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

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ตลอดเวลา และประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่โลกการค้าเสรีที่มีเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ประโยชน์ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม องค์กรธุรกิจหลายแห่งพยายามที่จะปรับเปลี่ยน เพื่อให้กิจการสามารถอยู่รอดและเติบโตได้ การที่องค์กรจะสามารถดำเนินกิจการอยู่ในสภาพปัจจุบัน มีปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญมาก นั่นก็คือ พนักงานในองค์กร ซึ่งพนักงานเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยทางด้านทรัพยากรบุคคลที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร เมื่อพนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร พนักงานเหล่านั้นจะทุ่มเท มุ่งมั่นทำงาน สิ่งนี้เป็นสิ่งที่ผู้บริหารองค์กรต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความรู้สึก (Allen & Meyer, 1990)

นอกจากนี้ ความผูกพันต่อองค์กร ยังเป็นกุญแจสำคัญที่จะประสานและเชื่อมโยงพนักงานแต่ละฝ่ายให้ปฏิบัติงานและร่วมงานกับองค์กรไปในระยะยาว รวมถึงช่วยเป็นแรงผลักดันและจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างอุทิศตนเพื่อองค์กร แต่องค์กรเองจะต้องให้ความสำคัญกับเรื่องโอกาสก้าวหน้าในงาน ความยุติธรรมในระบบจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงาน เพราะถ้าพนักงานรับรู้ถึงความไม่ยุติธรรมในองค์กร จะเกิดความขัดแย้งขึ้น อาจจะเป็นความขัดแย้งในงานหรือความขัดแย้งในความสัมพันธ์ จะส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์กรลดลง อัตราการลาออกมากขึ้น ความใส่ใจในการทำงานลดลง ความมุ่งมั่นในการทำงานลดลง (Porter, Steers, Mowday, & Boulian, 1974) อุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือน จำแนกปัญหาออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านแรกคือ ปัญหาภายในองค์กร ประกอบด้วย ขาดการวางแผนการพัฒนาและผลิตรทรัพยากรบุคคล การหมุนเวียนของแรงงานสูง ผู้บริหารองค์กรไม่สามารถรักษาพนักงานที่มีทักษะ ฝีมือเอาไว้

ในองค์กรได้นาน ต้นทุนในการดำเนินงานสูงขึ้น คุณภาพของสินค้าต่ำกว่ามาตรฐาน กระบวนการผลิตยังไม่มีประสิทธิภาพ ด้านที่สอง คือ ปัญหาภายนอกองค์กร ประกอบด้วย ราคาขายพารามีราคาสูงทำให้วัตถุดิบไม่เพียงพอ ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น เครื่องจักรต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ขาดฐานข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีที่สนับสนุนและการรับช่วงการผลิต วัตถุดิบอื่นๆ เช่น สี และสารเคลือบเงาต่างๆ นำเข้าจากต่างประเทศและมีราคาสูง (Panel Plus Company Limited, 2017)

จากปัญหาหลายๆ ด้าน ทำให้องค์กรจะต้องมีการปรับตัวและแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อให้องค์กรอยู่รอดได้ในธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคำนึงถึงการดำเนินการภายในองค์กร นั่นก็คือพนักงาน เพราะพนักงานถือเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญที่มีส่วนช่วยในการผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการให้มีประสิทธิภาพและเป็นกำลังสำคัญในการนำพาองค์กรขับเคลื่อนไปข้างหน้าสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้น งานวิจัยนี้ จึงได้ผสมผสานปัจจัยหลายๆ อย่างที่ส่งผลต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กรและความมุ่งมั่นในการทำงานให้กับองค์กรที่ตนทำงานอยู่ รู้สึกมีความสุข มีพลังอย่างมากเมื่อได้ทำงานมาก รู้สึกภาคภูมิใจในงานที่ทำ ทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มที่ และมีแรงบันดาลใจที่ได้ทำงานที่ทำอยู่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กรและความมุ่งมั่นในการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนในประเทศไทย

2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาและตัวแปร การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กรและความมุ่งมั่นในการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนในประเทศไทย ผู้วิจัยจะได้ทำการศึกษาตัวแปรต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ความพึงพอใจที่มีต่อองค์กร ความพึงพอใจที่มีต่อหัวหน้างาน ความพึงพอใจที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน ความขัดแย้งในงาน ความขัดแย้งในความสัมพันธ์ โอกาสก้าวหน้าในงาน ความยุติธรรมของระบบผลตอบแทน ตัวแปรคั่นกลาง คือ ความผูกพันที่มีต่อองค์กร และตัวแปรตาม คือ ความมุ่งมั่นในการทำงาน

2. ขอบเขตด้านประชากร ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษากับพนักงานประจำที่ไม่มีตำแหน่งทางบริหารที่ได้รับค่าจ้างรายเดือนในอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนซึ่งเปิดดำเนินการผลิตอยู่ในปีที่ผู้วิจัยทำการสำรวจ

3. ขอบเขตด้านเวลา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาระหว่าง ปี พ.ศ. 2560 ถึงปี พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยและเชิงวิชาการ เกิดองค์ความรู้ใหม่ เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กรและความมุ่งมั่นในการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนในประเทศไทย โดยที่งานวิจัยในอดีตส่วนใหญ่จะเน้นศึกษาไปที่ความผูกพันที่มีต่อองค์กร การวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์เป็นฐานข้อมูลด้านการศึกษาวิจัย การกำหนดนโยบาย และการวางแผนงานในอนาคตต่อไป

2. ประโยชน์ต่อธุรกิจ ในอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือน สามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงใช้ในการดำเนินงานภายในองค์กร เพื่อให้องค์กรมีแนวทางในการสร้างความผูกพันที่มีต่อองค์กรและความมุ่งมั่นในการทำงาน เช่น สร้างระบบการจ่ายเงินเดือน การ

ประเมินผลและแจ้งผลการประเมินเป็นไปตามระบบและกฎเกณฑ์ขององค์กร การสนับสนุนกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย

3. ประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการวางแผน กลยุทธ์ นโยบาย เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มอุตสาหกรรมต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความมุ่งมั่นในการทำงาน (work engagement) หมายถึง ความมุ่งมั่นใส่ใจ ตั้งใจในการทำงาน ตัวพนักงานเองจะรู้สึกมีพลังอย่างมากในการทำงาน มีความกระตือรือร้น มีความสุขมากเมื่อได้ทำงานมาก รู้สึกภาคภูมิใจในงานที่ทำ ทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มที่ และมีแรงบันดาลใจที่ได้ทำงานที่ทำอยู่ (Thompson, 2016, pp. 98-102) ความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานจึงมีสำคัญยิ่งต่อองค์กร

ความผูกพันที่มีต่อองค์กร (organizational commitment) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีที่มีต่อองค์กร เกิดความรู้สึกว่าองค์กรมีความหมายกับตัวพนักงานมาก เปรียบเสมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน รวมถึงมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ทำงานในองค์กร และมักรู้สึกว่าการแก้ปัญหาขององค์กรเป็นปัญหาของตนเองเช่นกัน (Bonds, 2017, pp. 121-122; Luthans, 2011, p. 147) ความผูกพันที่มีต่อองค์กรเปรียบเสมือนทัศนคติของพนักงานที่มีต่อองค์กรในเชิงบวก จะเกิดเป็นความสัมพันธ์ แต่ละบุคคลจะมีความสัมพันธ์ลึกซึ้งที่แตกต่างกันตามการรับรู้ การยอมรับในวัตถุประสงค์และค่านิยมขององค์กรและการปฏิบัติงานตามบทบาทของตนเอง ดังนั้น พนักงานที่มีทัศนคติเชิงบวกจะมีความผูกพันต่อองค์กร รู้สึกตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Meyer & Allen, 1991, pp. 61-89) มีพฤติกรรมคงอยู่ ผู้กัณยึดติดกับงานมีความต้องการที่จะปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย มีพลังในการปฏิบัติงาน ทั้งทางด้านความคิด ร่างกายและอารมณ์

(Burke, 2003)

ความพึงพอใจที่มีต่อองค์กร (satisfaction with organization) หมายถึง ความพึงพอใจที่มีต่อนโยบายขององค์กร ความพึงพอใจที่มีต่อการบริหารงาน การจัดสรรทรัพยากร การวางแผนงานขององค์กร และบรรยากาศที่เอื้อต่อการทำงาน (Gibson, 2000, pp. 15-17) เป็นความรู้สึกส่วนบุคคลจากการเปรียบเทียบการทำงานกับความเข้าใจในสิ่งที่คาดหวังจากองค์กร พนักงานในองค์กรต่างคาดหวังให้ตนประสบความสำเร็จในการงานและพึงพอใจในสิ่งตอบแทนที่จะได้รับเป็นผลตอบแทนจากการปฏิบัติงาน (Davis & Newstrom, 1985, p. 112; Maslow, 1954, pp. 80-106) เมื่อพนักงานมีความพึงพอใจต่อองค์กร เช่น การบริหารจัดการภายในองค์กรที่ดี การวางแผนอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม การจัดการทรัพยากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการทำงานในองค์กร (Burton, 2010) พนักงานก็จะเกิดความผูกพันกับองค์กรที่ทำงานอยู่ รวมถึงส่งผลต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน (Ismail, Mohamed, Sulaiman, Mohamad, & Yusuf, 2011)

ความพึงพอใจที่มีต่อหัวหน้างาน (satisfaction with supervisor) หมายถึง ความพึงพอใจที่มีต่อหัวหน้างานในเรื่องการทำหน้าที่ของหัวหน้างาน การชี้แจงและอธิบายงาน การบริหารงาน และการให้คำแนะนำในการปฏิบัติงานและเป็นมิตรกับพนักงาน (Andrew, 2001, p. 167) เรื่องนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบังคับบัญชาของหัวหน้างานของฝ่ายนั้นๆ การทำงานร่วมกันดี มีความร่วมมือในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ พึงพอใจ เข้าใจระหว่างกันดี มีการชี้แจง อธิบาย และให้คำแนะนำการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน การปฏิบัติงานตามจุดมุ่งหมายที่ ตั้งไว้ย่อมสำเร็จลุล่วงตามมอบหมายได้ทันตามกำหนด หัวหน้าชมเชย ส่งเสริมและให้โอกาสก้าวหน้าในงานมากขึ้น (Luthans, 1995) ก็จะส่งผลให้พนักงานเกิดความ

ผูกพันต่อองค์กรของตน รวมถึงส่งผลต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน

ความพึงพอใจที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน (satisfaction with co-workers) หมายถึง ความพึงพอใจของพนักงานที่ต่อเพื่อนร่วมงานด้วยกัน ในเรื่องความไว้วางใจ ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การทำงานที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงการให้การสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานด้วยกัน (Jason, Jeffery, & Michael, 2009, p. 45) สัมพันธภาพระหว่างบุคคล ที่แต่ละคนมีการยอมรับความแตกต่างของเพื่อนร่วมงานที่มีความแตกต่างกัน ในเรื่องของจิตใจ สติปัญญา ร่างกาย สังคมและค่านิยมส่วนตัว (Beyer & Marshall, 1981) ย่อมส่งผลต่อความมีสัมพันธภาพระหว่างกัน เมื่อคุณภาพของความสัมพันธภาพดีย่อมเกิดความพึงพอใจ ไว้วางใจกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เมื่อพนักงานมีความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน ก็จะส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรเช่นเดียวกัน รวมถึงส่งผลต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน

ความขัดแย้งในงาน (task conflict) หมายถึง เรื่องที่เกี่ยวข้องกับความไม่เห็นด้วยของสมาชิกในกลุ่มเกี่ยวกับความคิดเห็นต่างๆ ซึ่งรวมถึงแนวทางการปฏิบัติงาน การจัดสรรทรัพยากรที่ใช้ในการปฏิบัติงาน รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงาน (Andrew, 2001, p. 141; Peter, 2012, pp. 107-110) ซึ่งอาจเกิดจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ความกดดัน ความคาดหวังในบทบาทต่างๆ มีมากขึ้น วิธีการทำงานที่แตกต่างกันของแต่ละคนในองค์กร ทำให้เกิดความขัดแย้งเกิดขึ้นในการทำงาน

ความขัดแย้งในความสัมพันธ์ (relationship conflict) หมายถึง การเข้ากันไม่ค่อยได้ระหว่างพนักงานด้วยกัน ซึ่งทำให้พนักงานเกิดอาการหงุดหงิด ความขัดแย้งนี้มักจะเกี่ยวข้องกับความเข้ากันไม่ค่อยได้ในเรื่องรสนิยมส่วนตัว (Andrew, 2001, p. 141) เนื่องจากความสัมพันธ์เป็นพื้นฐานตั้งต้นของ

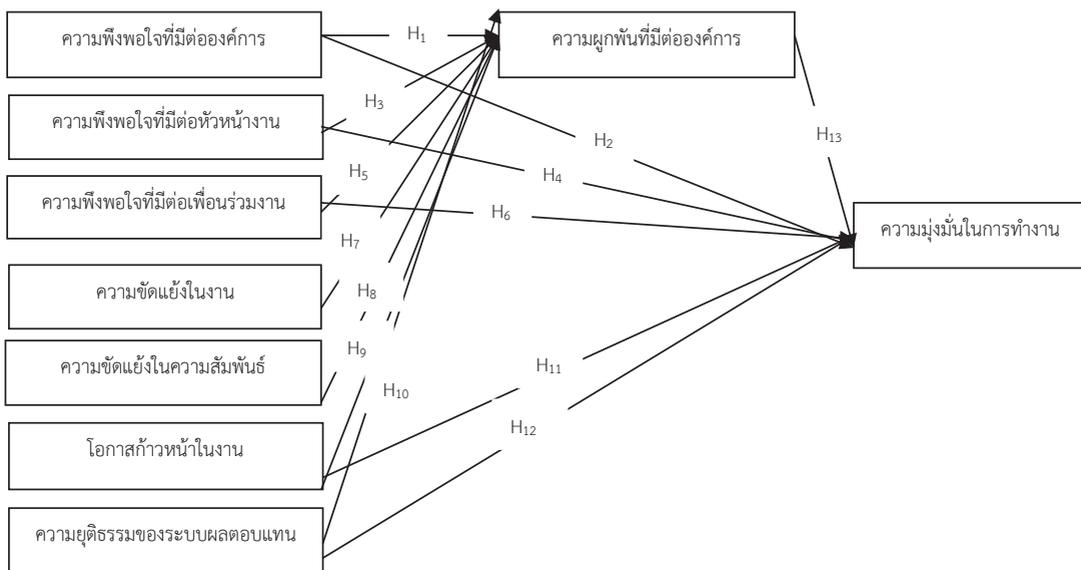
สัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความสัมพันธ์ที่ดีและไม่ดี เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่สามารถแก้ไขได้ ความขัดแย้งในความสัมพันธ์อาจเกิดขึ้น 4 แบบ คือ ความขัดแย้งระหว่างบุคคล ความขัดแย้งระหว่างเพื่อนร่วมงาน ความขัดแย้งทางด้านการเจรจาต่อรอง และความขัดแย้งระหว่างกลุ่ม (Putnam & Poole, 1992) ความขัดแย้งในความสัมพันธ์ใดๆ ก็ตามย่อมส่งผลในทางลบ ต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กร

โอกาสก้าวหน้าในงาน (career advancement opportunity) หมายถึง องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงาน มีโอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง ให้โอกาสในการเพิ่มพูนความรู้เพื่อความก้าวหน้า และจะให้ความสำคัญกับความสามารถของพนักงานในการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง (Hossein & Robert, 2013, p. 146) พนักงานได้รับผลตอบแทนตามที่คาดหวังกับองค์กร พนักงานก็จะเกิดความผูกพันต่อองค์กรปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถอันนำไปสู่ความมุ่งมั่นในการทำงาน

(Teerathanachaiyakun, 2014, p. 278)

ความยุติธรรมของระบบผลตอบแทน (reward system fairness) หมายถึง ความยุติธรรมที่พนักงานรับรู้ได้จากเงินเดือนที่ได้รับว่าเหมาะสมกับภาระหน้าที่ที่รับผิดชอบหรือไม่ เหมาะสมกับผลการปฏิบัติงานหรือไม่ มีการขึ้นเงินเดือนที่เป็นธรรม และได้รับสิ่งตอบแทนอื่นที่สมควรได้รับ (Shalley, Gilson, & Blum, 2000) ปัจจุบันองค์การต่างๆ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในเรื่องระบบการบริหารค่าตอบแทน เพราะบ่งบอกถึงความยุติธรรมในองค์กร ซึ่งจะเป็นแรงเสริมให้พนักงานเกิดทัศนคติด้านบวกหรือด้านลบได้ เมื่อปฏิบัติงานดีย่อมได้รับผลตอบแทนดี แต่ถ้าปฏิบัติงานไม่ดีได้รับผลตอบแทนดี เป็นกระทำหรือการบริหารที่ไม่ดีภายในองค์กร พนักงานจะรับรู้ความรู้สึกได้ทั้งทางด้านบวกและลบ การบริหารค่าตอบแทนที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่สำคัญต่อองค์กร (Hossein & Robert, 2013)

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ความพึงพอใจที่มีต่อองค์การจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันที่มีต่อองค์การ

สมมุติฐานที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อองค์การจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน

สมมุติฐานที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อหัวหน้างานจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันที่มีต่อองค์การ

สมมุติฐานที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อหัวหน้างานจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน

สมมุติฐานที่ 5 ความพึงพอใจที่มีต่อเพื่อนร่วมงานจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันที่มีต่อองค์การ

สมมุติฐานที่ 6 ความพึงพอใจที่มีต่อเพื่อนร่วมงานจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน

สมมุติฐานที่ 7 ความขัดแย้งในงานจะมีอิทธิพลในเชิงลบต่อความผูกพันที่มีต่อองค์การ

สมมุติฐานที่ 8 ความขัดแย้งในความสัมพันธ์จะมีอิทธิพลในเชิงลบต่อความผูกพันที่มีต่อองค์การ

สมมุติฐานที่ 9 โอกาสก้าวหน้าในงานจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันที่มีต่อองค์การ

สมมุติฐานที่ 10 โอกาสก้าวหน้าในงานจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน

สมมุติฐานที่ 11 ความยุติธรรมของระบบผลตอบแทนจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันที่มีต่อองค์การ

สมมุติฐานที่ 12 ความยุติธรรมของระบบผลตอบแทนจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน

สมมุติฐานที่ 13 ความผูกพันที่มีต่อองค์การจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน

ระเบียบวิธีวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนามในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ตารางเปรียบเทียบตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, p. 607) จากตาราง

เปรียบเทียบจะได้ตัวอย่าง 384 คน แต่ผู้วิจัยจะเก็บจากตัวอย่าง 400 คน เพื่อให้การกระจายแบบสอบถามไปยังบริษัทต่างๆ นั้นมีจำนวนเท่าๆ กันผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากบริษัททั้งหมด 40 บริษัท โดยจะคัดเลือกบริษัทที่ใช้เป็นตัวอย่างในการทดลองใช้แบบสอบถาม (pretest) ออกจำนวน 5 บริษัท คงเหลือจำนวนบริษัท 35 บริษัท ผู้วิจัยได้เลือกสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย แบบไม่มีการแทนที่ จำนวน 20 บริษัท เพื่อเป็นตัวแทนประชากรในการวิจัยครั้งนี้ โดยเก็บแบบสอบถามจากบริษัทละ 20 ชุด รวมเป็น 400 ชุด จากนั้นใช้วิธีการติดต่อผ่านผู้ประสานงาน ซึ่งเป็นผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ แล้วจัดส่งแบบสอบถามให้ผู้ประสานงานทางไปรษณีย์เพื่อให้ช่วยแจกแบบสอบถามให้กับพนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานกับองค์การนี้ตั้งแต่ 1 ปี หลังทดลองงานและได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง และให้พนักงานส่งคืนผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เพื่อรวบรวมแล้วส่งกลับคืนให้กับผู้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ก่อนเก็บข้อมูลจริงเพื่อใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารองค์การในอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนจำนวน 5 คน เพื่อยืนยันกรอบแนวคิดและคำนิยามตัวแปร หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) พบว่า ข้อคำถามแต่ละข้อมีค่ามากกว่า 0.5 และได้ทำการทดลองใช้แบบสอบถาม (try-out) กับพนักงาน 50 คนที่ไม่อยู่ในตัวอย่าง พบว่าค่า Cronbach's Alpha ของทุกตัวแปรล้วนเกิน 0.7 (Nunnally, 1978) และค่า Item-Total Correlation สูงกว่า 0.3 (Field, 2005) หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) เพื่อยืนยันว่าตัวชี้วัดของตัวแปรแต่ละตัวนั้นวัดตัวแปรตัวเดียวกัน (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ พบว่า ตัวชี้วัดของตัวแปรตัวเดียวกันเกาะกลุ่มวัดตัวแปรตัวเดียวกัน จึงไม่มีการ

ตัดข้อคำถามใดออก โดยมีค่า Factor Loadings อยู่ระหว่าง .590-936

การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปให้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ช่วยแจกให้พนักงานในองค์การตอบแล้ว ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งสิ้นจำนวน 340 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับเท่ากับ 68 เปอร์เซ็นต์ มีแบบสอบถามที่ใช้ได้จำนวน 327 ชุด และเมื่อตรวจสอบดูอย่างละเอียดถี่ถ้วนของข้อมูล พบว่า มีค่าที่ออกนอกกลุ่ม จำนวน 5 ชุด คือ ดูจากอายุของผู้ตอบเกือบเกษียณแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ตัด 5 ชุดนี้ออก คงเหลือ จำนวน 322 ชุด เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยจะทำการลงรหัสและป้อนข้อมูล หลังจากนั้นผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบจำนวนของคำตอบที่ขาดหายไป (missing values) และแทนค่าของคำตอบที่ขาดหายไปในแต่ละตัวชี้วัดด้วยค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดแต่ละตัว

ความลำเอียงของการไม่ตอบแบบสอบถาม (non-response bias) ผู้วิจัยจึงได้เปรียบเทียบกับผู้ที่ส่งกลับเร็วกับผู้ที่ไม่ส่งกลับช้า ผลจากการตรวจสอบพบว่า มีส่งกลับเร็วทั้งหมด 277 ชุด ส่งกลับช้า 45 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบอายุจริงและอายุงานของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่ม โดยใช้ Two Sample t-Test พบว่า ตัวอย่างทั้ง 322 คน นั้นเป็นตัวแทนของประชากรได้ ไม่มีความลำเอียงในการไม่ตอบ

การตรวจสอบข้อสันนิษฐาน (assumptions) ของการใช้โปรแกรม LISREL ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น (assumptions) ของการใช้โปรแกรม LISREL ได้แก่ ค่าที่ออกนอกกลุ่ม (outliers) พบค่าที่ออกนอก

กลุ่ม จำนวน 5 ชุด ผู้วิจัยจึงได้ตัด 5 ชุดนี้ออก คงเหลือแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป จำนวน 322 ชุด (Miles & Shevlin, 2001; Stevens, 1992) ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวชี้วัด (linearity) ผู้วิจัยได้ใช้ Scatter Plot ระหว่างตัวชี้วัดทีละสองตัวของแต่ละตัวแปร พบว่า ทุกคู่ของตัวชี้วัดของแต่ละตัวแปร มีลักษณะความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง และการกระจายของข้อมูลแบบปกติ (normality) ตัวชี้วัดส่วนใหญ่มีการเบี่ยงเบนจากการแจกแจงแบบปกติไม่มากนัก ค่า Skewness มีค่าไม่ถึง 0 และ Kurtosis มีค่าไม่เกิน 3 (Hun, 2008) ซึ่งผู้วิจัยจึงใช้คำสั่ง Normal Score ใน PRELIS ในการปรับข้อมูลให้เข้าใกล้การกระจายข้อมูลแบบปกติก่อนการใช้โปรแกรม LISREL

การวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์และแบบแตกต่างกัน ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันในการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ พบว่าค่า Lambda ของตัวชี้วัดทุกตัวมีค่าสูงกว่า 0.6 มีตัวชี้วัดเพียงตัวเดียวเท่านั้นที่มีค่า 0.596 ซึ่งใกล้เคียง 0.6 มาก ถือว่ายอมรับได้ แสดงว่าตัวชี้วัดทุกตัวมีความตรงแบบรวมศูนย์สามารถใช้ในการวัดตัวแปรแฝงได้ดี ค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝงทุกตัวแปรมีค่าสูงกว่า 0.6 ส่วนผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดแล้ว (AVE) ส่วนใหญ่มีค่าผ่านเกณฑ์ 0.5 มีบางตัวแปรเท่านั้นที่มีค่าต่ำกว่า 0.5 แต่ก็ไม่มากนัก ถือว่ายอมรับได้ (Bagozzi & Yi, 1988) ส่วนความตรงแบบแตกต่างกัน (discriminant validity) พบว่า ทุกคู่ของตัวแปรมีผลความแตกต่างของค่า Chi-Square มากกว่า 3.84 นั่นคือตัวแปรมีความตรงแบบแตกต่างกันทุกตัวแปร (Phillips, 1981)

ผลการวิจัย

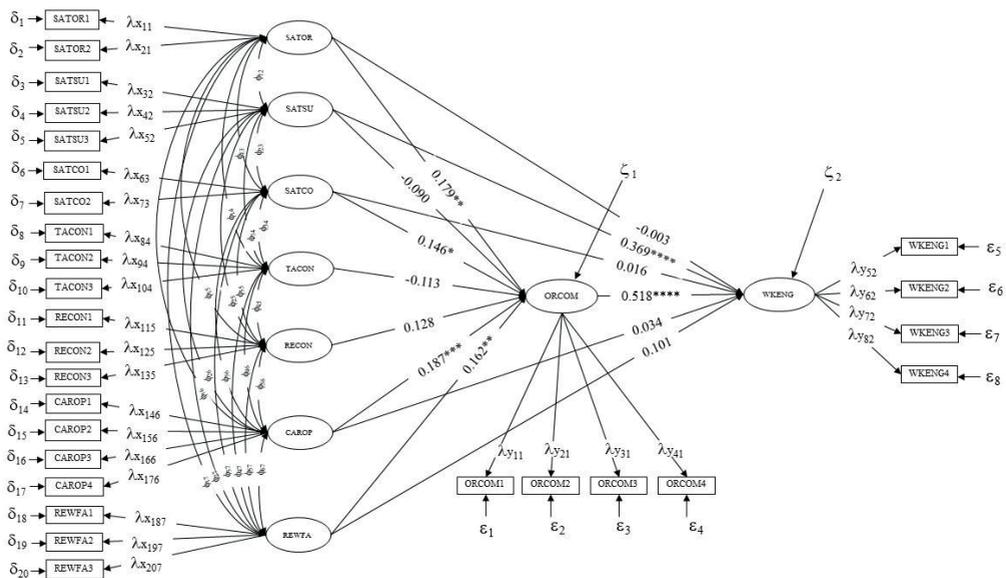
ตาราง 1

ดัชนีความสอดคล้องของการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าที่ได้จากการศึกษา	ผลการพิจารณา
1. ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df)	< 3.00	1.73	สอดคล้อง
2. Goodness of Fit Index (GFI)	> 0.90	0.89	ไม่สอดคล้อง
3. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	< 0.06	0.05	สอดคล้อง
4. Standardized Root-Mean-square Residual (SRMR)	< 0.08	0.05	สอดคล้อง
5. Normed Fit Index (NFI)	> 0.90	0.93	สอดคล้อง
6. Non-Normed Fit Index (NNFI)	> 0.90	0.96	สอดคล้อง
7. Comparative Fit Index (CFI)	> 0.90	0.97	สอดคล้อง
8. Tucker Lewis Index (TLI)	> 0.90	0.96	สอดคล้อง

จากตาราง 1 แสดงดัชนีความสอดคล้องของการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน พบว่า ถ้าดูตามเกณฑ์ของ Hu and Bentler (1998) ซึ่งกล่าวว่า ให้ดูเฉพาะค่า SRMR และ CFI หรือ TLI หรือ RMSEA ตัวใดตัวหนึ่ง

ก็เพียงพอแล้ว ในที่นี้ ค่า SRMR = 0.05 และค่า CFI = 0.97 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก สรุปได้ว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดลตามกรอบแนวคิดการวิจัย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับโมเดลเชิงทฤษฎี



ภาพ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 2

ผลการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐาน	สัญลักษณ์ LISREL	ค่าสัมประสิทธิ์	t-value
1. ความพึงพอใจที่มีต่อองค์กร -> ความผูกพันที่มีต่อองค์กร	γ_{11}	0.179	2.547**
2. ความพึงพอใจที่มีต่อองค์กร -> ความมุ่งมั่นในการทำงาน	γ_{21}	-0.003	-0.036
3. ความพึงพอใจที่มีต่อหัวหน้างาน -> ความผูกพันที่มีต่อองค์กร	γ_{12}	-0.090	-1.085
4. ความพึงพอใจที่มีต่อหัวหน้างาน -> ความมุ่งมั่นในการทำงาน	γ_{22}	0.369	4.259****
5. ความพึงพอใจที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน -> ความผูกพันที่มีต่อองค์กร	γ_{13}	0.146	1.737*
6. ความพึงพอใจที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน -> ความมุ่งมั่นในการทำงาน	γ_{23}	0.016	0.192
7. ความขัดแย้งในงาน -> ความผูกพันที่มีต่อองค์กร	γ_{14}	-0.113	-1.599
8. ความขัดแย้งในความสัมพันธ์ -> ความผูกพันที่มีต่อองค์กร	γ_{15}	0.128	1.586
9. โอกาสก้าวหน้าในงาน -> ความผูกพันที่มีต่อองค์กร	γ_{16}	0.187	2.581***
10. โอกาสก้าวหน้าในงาน -> ความความมุ่งมั่นในการทำงาน	γ_{26}	0.034	0.479
11. ความยุติธรรมของระบบผลตอบแทน -> ความผูกพันที่มีต่อองค์กร	γ_{17}	0.162	2.464**
12. ความยุติธรรมของระบบผลตอบแทน -> ความมุ่งมั่นในการทำงาน	γ_{27}	0.101	1.520
13. ความผูกพันที่มีต่อองค์กร -> ความมุ่งมั่นในการทำงาน	β_{21}	0.518	5.468****

* $p < .10$. ** $p < .05$. *** $p < .01$. **** $p < .001$.

การอภิปรายผล

ตัวแปรที่ส่งผลต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กรนั้น โอกาสก้าวหน้าในงานมีอิทธิพลมากที่สุด ตามด้วยความพึงพอใจที่มีต่อองค์กร ความยุติธรรมของระบบผลตอบแทนและความพึงพอใจที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน ส่วนความมุ่งมั่นในงานนั้นมีเพียงตัวแปรเดียวที่ส่งผล นั่นคือความพึงพอใจที่มีต่อหัวหน้างาน โดยแยกอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

ผลการวิจัยที่เป็นไปตามสมมุติฐานที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กร ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อองค์กรมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับงานวิจัยของ Ismail et al. (2011) ที่กล่าวว่า องค์กรจะต้องมีแผนวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน รวมถึงมีเป้าหมายที่แน่นอน เพื่อให้พนักงานมีแผนการปฏิบัติงานที่ไปในทิศทางเดียวกัน มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ก็จะเกิดความผูกพันต่อองค์กร ความพึงพอใจที่มีต่อเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 (marginally significant) ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับงานวิจัยของ Beyer and Marshall (1981) ที่กล่าวถึง องค์กรประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อสัมพันธภาพระหว่างบุคคลว่า เพื่อนร่วมงานต้องมีความไว้วางใจ สนับสนุน เป็นมิตรต่อกัน และช่วยกันทำงานให้ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายเดียวกัน เพื่อนร่วมงานที่ดีจะนำเพื่อนไปสู่การรับรู้ การปฏิบัติที่ดี ส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของ Clayton (1972) ที่กล่าวว่า มนุษย์ต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่นในองค์กร โอกาสก้าวหน้าในงานจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กร ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า โอกาสก้าวหน้าในงานมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถเทียบเคียง

ได้กับงานวิจัยของ Hossein and Robert (2013) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางด้านความก้าวหน้าในงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้พนักงานในองค์กรเกิดความหวังที่จะมีโอกาสก้าวหน้า ความผูกพันที่มีต่อองค์กรก็จะมีตามไปด้วย การทำงานในองค์กรที่มีโอกาสเจริญก้าวหน้า ในหน้าที่การงาน จะส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจ มีความผูกพันที่ดีต่อองค์กร และความยุติธรรมของระบบผลตอบแทนมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับงานวิจัยของ Shalley et al. (2000) และ Hossein and Robert (2013) ที่กล่าวว่า การจ่ายค่าตอบแทนหรือค่าอื่นๆ ที่เป็นรูปตัวเงินหรือไม่ใช่ในรูปตัวเงินก็ตาม องค์กรต้องมีระบบการจ่ายค่าตอบแทนอย่างยุติธรรม เหมาะสม ไม่มีการเอินเอียงเข้าข้างฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด พนักงานจึงจะเกิดความผูกพันต่อองค์กร

ผลการวิจัยที่เป็นไปตามสมมุติฐานที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อหัวหน้างานมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับงานวิจัยของ The Ken Blanchard Companies (2019) ที่กล่าวว่า พนักงานรับรู้ถึงความสัมพันธ์ที่ดีที่ได้รับจากหัวหน้างาน เช่น การสนับสนุน การแลกเปลี่ยนทักษะ การได้รับความชื่นชม ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ได้รับการวางใจจากผู้นำ เมื่อพนักงานมีความพึงพอใจต่อหัวหน้างานแล้ว จะทำให้การทำงานเป็นไปด้วยดีเหมือนครอบครัวเดียวกัน ช่วยเหลือกัน รู้สึกรักต่อกัน สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของ Schaufeli and Bakker (2004) ที่ว่า ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นความรู้สึกเชิงบวกที่มีต่องานและเป็นสภาวะที่มีความเกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติ ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ซึ่งไม่ได้ขึ้นอยู่กับบุคคล สถานการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และความผูกพันที่มีต่อองค์กรมีอิทธิพล

ในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับงานวิจัยของ Burke (2003) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันนั้นประกอบด้วย องค์การ ผู้บริหาร เพื่อนร่วมงาน ลักษณะงาน ความก้าวหน้าในอาชีพและลูกค้ำ เมื่อพนักงานมีความผูกพันจะสร้างความเชื่อมโยงไปสู่ความมุ่งมั่นในการทำงาน ซึ่งความมุ่งมั่นในการทำงานมีความคงทนมากกว่าความผูกพัน

ผลการวิจัยที่ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน ดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อองค์การไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในที่แต่ละคนเปรียบเทียบระหว่างความคิดเห็นต่อสภาพการณ์ที่อยากให้เป็นหรือคาดหวัง หรือรู้สึกว่าจะสมควรจะได้รับ ความพึงพอใจที่มีต่อหัวหน้างานไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความผูกพันที่มีต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นได้ว่า ในอุตสาหกรรมนี้ หัวหน้างานไม่ค่อยใกล้ชิดกับพนักงานเท่าที่ควร การให้การสนับสนุน คำแนะนำ การมอบหมายงาน และการตัดสินใจแก้ไข ปัญหา รวมถึงการให้ความยุติธรรมแก่พนักงาน ความพึงพอใจที่มีต่อเพื่อนร่วมงานไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะมนุษย์ต้องการความสัมพันธ์ คือ ความต้องการในด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่นในองค์การ อยากร่วมอยู่กับเพื่อนอย่างมีสัมพันธภาพที่ดี การสื่อสารที่ดี การมีทัศนคติเป็นไปในทิศทางเดียวกันเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างพนักงานกับพนักงานด้วยกัน องค์การเป็นสถานที่ให้พนักงานได้มาอยู่ด้วยกัน ความขัดแย้งในงานไม่มีอิทธิพลในเชิงลบต่อความผูกพันที่มีต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะผลการปฏิบัติงานจะเกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานของฝ่าย แต่ละฝ่ายย่อมอยากให้ฝ่ายของตนมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ลักษณะของงานจะตายตัว พนักงานแต่ละคนจะทำงานของตนเอง ความขัดแย้งในงานจึงอาจมี

น้อย ความขัดแย้งในความสัมพันธ์ไม่มีอิทธิพลในเชิงลบต่อความผูกพันที่มีต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยทั่วไปแล้ว การทำงานร่วมกันกับกลุ่มบุคคลย่อมมีความไม่พอใจเกิดขึ้นบ้าง ความสัมพันธ์อาจไม่ตีกลายเป็นความขัดแย้ง บางครั้งไม่ใช่ความขัดแย้งระหว่างคน อาจเป็นความขัดแย้งระหว่างกลุ่มด้วย โอกาสก้าวหน้าในงานไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะโอกาสก้าวหน้าในงาน เป็นโอกาสที่ได้รับจากผลการปฏิบัติงานที่พนักงานทำได้ ซึ่งอาจส่งผลให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์การ แต่ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นเรื่องส่วนตัว คนแต่ละคนตั้งใจทำงานไม่เหมือนกัน ฉะนั้น การคาดหวังว่าเมื่อมีโอกาสก้าวหน้าแล้ว จะทุ่มเทและขยันในการทำงานนั้น อาจจะไม่ใช้พนักงานอาจทำงานแค่พอให้ผ่านเกณฑ์ ไม่ได้มุ่งมั่นในการทำงานความยุติธรรมของระบบผลตอบแทนไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะความยุติธรรมในองค์การที่พนักงานรับรู้อาจรับรู้ในมุมมองที่ต่างจากกัน องค์การอาจมีความยุติธรรมในเรื่องผลตอบแทนก็จริง แต่นั่นเป็นสิ่งที่ทุกคนคาดหวังว่าจะได้รับคน เราทุกคนต่างอยากได้ผลตอบแทนที่ดีและจะผูกพันกับองค์การนั้น ไม่ยอมไปทำงานที่อื่น

ข้อเสนอแนะ

1. องค์การควรมีการจัดการภายในขององค์การที่ดี ตั้งแต่ผู้บริหารที่มีทัศนคติทางบวก การวางแผนและกำหนดนโยบายที่ชัดเจน สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และคอยสนับสนุนให้งานเหล่านั้นประสบความสำเร็จ พนักงานก็จะเกิดความพึงพอใจ อันส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์การ

2. องค์การควรส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมระหว่างเพื่อนร่วมงาน เพื่อจะได้ใกล้ชิดกัน รู้จักกัน เมื่อพนักงานเกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน ก็จะเกิดความผูกพัน

ต่อองค์กร ไม่อยากไปไหนหรือหาสถานที่ทำงานใหม่

3. องค์กรควรให้ความสำคัญกับโอกาสก้าวหน้าในงาน โอกาสก้าวหน้าในงานเป็นสิ่งที่พนักงานทุกคนใฝ่ฝัน ฉะนั้น องค์กรควรประกาศให้ชัดเจนว่า พนักงานที่ทำงานดี จะได้รับการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง และแสดงให้เห็นว่ามีกรเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งตามที่ประกาศไปจริง พนักงานก็จะเกิดความผูกพัน

4. องค์กรควรเน้นถึงความยุติธรรมในการจ่ายค่าตอบแทนต่างๆ เนื่องจากพนักงานทุกคนทำงานเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนนำมาใช้ในการดำรงชีวิตประจำวัน องค์กรควรกำหนดการจ่ายค่าตอบแทนให้ชัดเจน ให้พนักงานทุกคนได้รับทราบว่าจะได้รับการขึ้นเงินเดือนแบบใด มีโบนัสเท่าไร มีเบี้ยขยันเท่าไร และมีผลตอบแทนอื่นอย่างไร จึงจะสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นได้

References

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization. *The Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Andrew, J. D. (2001). *Human relations: Interpersonal, job-oriented skills*. Prentice Hall.
- Bagozzi, R., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Sciences*, 16(1), 74-94.
- Beyer, J. E., & Marshall, J. (1981). The interpersonal dimension of collegiality. *Nursing Outlook*, 29(11), 662-665.
- Bonds, A. A. (2017). *Employees' organizational commitment and turnover intentions*. Doctoral Dissertation of Business Administration, Walden University.
- Burke. (2003). *Employee engagement*. Retrieved from <http://www.burke.com>
- Burton, J. (2010). *WHO healthy workplace framework and model: Background and supporting literature and practices*. World Health Organization.
- Clayton, A. P. (1972). *Existence, relatedness, and growth: Human needs in organizational settings*. Free Press.
- Davis, K., & Newstrom, J. W. (1985). *Human behavior at work: Organization behavior*. McGraw-Hill.
- Division of the Industrial Factory. (2018). *List of companies in the wood and wood industry group house*. Retrieved from <https://userdb.diw.go.th/results1.asp> [In Thai]
- Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS* (2nd ed.). Sage.
- Gibson, J. L. (2000). *Organizations: Behavior, structure, process* (10th ed.). Irwin/McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hossein, N., & Robert, J. P. (2013). Career growth opportunities and employee turnover intentions in public accounting firms. *British Accounting Review*, 45(2), 138-148.
- Hu, L., & Bentler, P. (1998). Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to under parameterized model misspecification. *Psychological Methods*, 3(4), 424-453.
- Hun, M. P. (2008). *Univariate analysis and normality test using SAS, Stata, and SPSS*. Retrieved from <http://cef-cfr.ca/uploads/Reference/sasNORMALITY.pdf>
- Ismail, A., Mohamed, H. A., Sulaiman, A. Z., Mohamad, M. H., & Yusuf, M. H. (2011). An empirical study of the relationship between transformational leadership, empowerment and organizational commitment. *Business and Economics Research Journal*, 2(1), 89-107.
- Jason, A. C., Jeffery, A. L., & Michael, J. W. (2009). *Organizational behavior: Improving performance and commitment in the workplace*. McGraw-Hill Irwin.

- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Luthans, F. (1995). *Organizational behavior* (7th ed.). McGraw-Hill.
- Luthans, F. (2011). *Organizational behavior: An evidence-based approach* (12th ed.). McGraw-Hill Irwin.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. Harper & Row.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J., & (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Miles, J., & Shevlin, M. (2001). *Applying regression and correlation: A guide for students and researchers*. Sage.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Panel Plus Company Limited. (2017). *MDF and particle board wood products*. Retrieved from https://www.panelplus.co.th/product/detail/flame_retardant_board [In Thai]
- Peter, C. (2012). *Conflict management: A practical guide* (4th ed.). TAFE.
- Phillips, L. W. (1981). Assessing measurement error in key informant reports: A methodological note on organizational analysis in marketing. *Journal of Marketing Research*, 18(4), 395-415.
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R.T., & Boulian, P. V. (1974). Organization commitment, job satisfaction and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59(5), 603-609.
- Putnam, L. L., & Poole, M. S. (1992). *Conflict and negotiation: Handbook of organizational communication* (3rd ed.). Sage.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293-315.
- Shalley, C. E., Gilson, L. L., & Blum, T. C. (2000). Matching creativity requirements and the work environment: Effects on satisfaction and intentions to leave. *Academy of Management Journal*, 43(2), 215-223.
- Stevens, J. (1992). *Applied multivariate statistics for the social sciences*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Teerathanachaiyakun, K. (2014). *Human resource management*. Panyachon. [In Thai]
- The Ken Blanchard Companies. (2019). *Employee work passion - Volume 1: Employee passion*. Retrieved from <https://resources.kenblanchard.com/whitepapers/employee-work-passion-volume-1-employee-passion>
- Thompson, R. J. (2016). *An investigation of work environment characteristics and work engagement of limited- and full-service hotel property front-line employees*. Doctoral Dissertation of Philosophy, University of Southern Mississippi.

การประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร

จริยา สนามทอง¹ วิชาชา ภู่อินดา² อาวีวรรณ ปัญญาโกเมศ³

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ ของโรงแรมประเภท 1 (โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพัก) ในกรุงเทพมหานคร และ (2) เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการน้ำให้กับโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยเป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้ข้อมูลเชิงปริมาณในการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการคำนวณตาม Hotel Water Measurement Initiative (HWMI) Methodology จำนวน 20 แห่ง ซึ่งได้รับข้อมูลจากการประสานครหลวง และใช้แบบสอบถามสำหรับการศึกษาการบริหารจัดการน้ำของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นตัวแทนจากโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 54 แห่ง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาตามทฤษฎี McKinsey 7S Model

ผลการวิจัย พบว่า ค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ปริมาณการใช้น้ำของผู้เข้าพัก 1 คนต่อ 1 คืน โรงแรมประเภท 1 จำนวนมากกว่ากึ่งหนึ่ง มีปริมาณการใช้น้ำเกินอัตราเฉลี่ยการใช้น้ำเพื่อการอุปโภคและบริโภคของคนกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 200 ลิตรต่อคนต่อวัน และการบริหารจัดการน้ำของโรงแรมประเภท 1 เมื่อวิเคราะห์ตามทฤษฎี McKinsey 7S Model พบอีกว่า ประเด็นที่โรงแรมประเภท 1 จำนวนมากกว่ากึ่งหนึ่ง ไม่มีในการบริหารจัดการน้ำภายในโรงแรม คือ นโยบายด้านการอนุรักษ์น้ำ ด้านกลยุทธ์ การฝึกอบรมเรื่องการอนุรักษ์น้ำให้กับพนักงานภายในโรงแรมด้านทักษะ ความรู้ และความสามารถ และการมอบรางวัลให้กับพนักงานในรูปแบบด้านการบริหาร ทั้งนี้งานวิจัยจึงได้เสนอแนวทางการบริหารจัดการน้ำของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ตามทฤษฎี McKinsey 7S Model เพื่อลดค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรมประเภท 1 รวมถึงเป็นการเตรียมพร้อมในการรับมือกับกระแสโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: วอเตอร์ฟุตพริ้นท์; โรงแรมประเภท 1; วอเตอร์ฟุตพริ้นท์ในกรุงเทพมหานคร

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

จริยา สนามทอง, วิชาชา ภู่อินดา และอาวีวรรณ ปัญญาโกเมศ. (2021). การประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารดุซุญบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 680-692.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
148 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย

อีเมล: jariya.sana@stu.nida.ac.th

² คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

³ วิทยาลัยนานาชาติ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

The Water Footprint Assessment of Hotel Type 1 in Bangkok

Jariya Sanamthong¹ Wisakha Phoochinda² Aweewan Panyagometh³

Abstract

This research aimed to (1) Conduct a water footprint assessment of hotels type 1 in Bangkok (Hotel that offers room only). (2) Recommend guidelines of water management for hotels type 1 in Bangkok. This research was mixed-method, using quantitative data to assess water footprint in 20 hotels type 1 in Bangkok through the calculation based on Hotel Water Measurement Initiative (HWMI) Methodology. The data were obtained from Metropolitan Waterworks Authority and a questionnaire was used for the study of water management of hotels type 1 in Bangkok. The informants were representatives of 54 hotels type 1 in Bangkok. The data analysis was conducted by a descriptive method according to McKinsey 7S Model.

The research findings revealed the following: for water footprint of hotels type1 in Bangkok, the volume of the use of water of one hotel guest per one night, more than half of the hotels used to water above the average usage of water used for consumption in Bangkok of the average of 200 liters per person per day. For water management of hotels type 1, the analysis based on McKinsey 7S Model found that more than half of hotels type 1 did not implement in internal water management namely, the Water Preservation Strategic Policy, ater conservation training for hotel employees on skills, knowledge, and abilities, and rewarding employees in a management style. Therefore, the research recommended the guideline for water management of hotels type 1 in Bangkok based on McKinsey 7S Model to reduce water footprint and yet to create a good image for the hotels, as well as prepare them to meet the requirements of the trend of environmental-friendly hotels.

Keywords: Water Footprint; Hotels Type 1; Water Footprint in Bangkok

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Sanamthong, J., Phoochinda, W., & Panyagometh, A. (2021). The water footprint assessment of hotel type 1 in Bangkok. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 680-692.

¹ Doctor of Philosophy Program in Environmental Management, National Institute of Development Administration
148 Serithai Road, Klong-Chan, Bangkok, 10240, Thailand

E-mail: jariya.sana@stu.nida.ac.th

² Graduate School of Environmental Development Administration, National Institute of Development Administration

³ International College, National Institute of Development Administration

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทรัพยากรน้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสิ่งมีชีวิต เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่สิ่งมีชีวิตขาดไม่ได้ ทั้งมนุษย์ สัตว์และพืช ต่างจำเป็นต้องใช้น้ำในการอุปโภค บริโภค และกิจกรรมต่างๆ ปัจจุบันความต้องการใช้น้ำเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้น จาก ค.ศ. 2014 จำนวน 7.269 พันล้านคน ค.ศ. 2015 จำนวน 7.355 พันล้านคน และ ค.ศ. 2016 จำนวน 7.442 พันล้านคน ตามลำดับ (World bank, 2017a) และการเติบโตของเศรษฐกิจโลกอย่างต่อเนื่อง ค.ศ. 2014-2016 เป็นต้นมา ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) มีอัตราการเติบโตอยู่ในช่วงร้อยละ 2.4-2.8 (World bank, 2017b) ถึงแม้ทรัพยากรน้ำจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติประเภทที่หมุนเวียนได้ ตามการเกิดวัฏจักรของน้ำ แต่ด้วยสภาพปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ภาวะโลกร้อน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ ภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ภัยแล้ง ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมทั่วโลกจึงได้ตระหนักและให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น ดังที่องค์การสหประชาชาติ ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในช่วงระยะเวลา 15 ปี ระหว่างกันยายน ค.ศ. 2015 ถึงสิงหาคม ค.ศ. 2030 โดยเป้าหมายที่ 6 ได้กล่าวถึงการจัดการน้ำและสุขาภิบาลที่ยั่งยืนว่า ปัญหาขาดแคลนน้ำส่งผลกระทบต่อประชากรโลกถึงร้อยละ 40 และภายในปี ค.ศ. 2030 จะต้องทำให้มีน้ำดื่มที่ปลอดภัยและราคาเหมาะสม ส่งเสริมการใช้น้ำให้มีประสิทธิภาพ (United Nation, 2015) ซึ่งประเทศไทยได้ดำเนินงานสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยภาครัฐได้ดำเนินการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เพื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และเป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ หนึ่งใน

ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ได้กำหนดการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้ำเพื่อให้เกิดความมั่นคง สมดุล และยั่งยืน ทั้งในมิติเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และส่งเสริมการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการออกฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ฉลากเขียว และฉลากสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เพื่อนำไปสู่การกำหนดมาตรฐานฟุตพริ้นท์สิ่งแวดล้อม (Office of the National Economic and Social Development Board, 2016) จะเห็นได้ว่าประเด็นทรัพยากรน้ำมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งได้ถูกกำหนดเป็นประเด็นยุทธศาสตร์ทั้งในระดับสากลและระดับประเทศ ประกอบกับการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทั้งนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศและนักท่องเที่ยวในประเทศไทยเองที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ทำให้ต้องคำนึงถึงการบริหารจัดการน้ำเพื่อสามารถรองรับกับการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกยังคงมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากรายงานของ United Nation World Tourism Organization (UNTWO) จาก ค.ศ. 1990 เรื่อยมาจะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคาดการณ์ข้างหน้าในปี ค.ศ. 2030 จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,800 ล้านคน ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเติบโตขึ้นและมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของนานาประเทศ แนวโน้มการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในอนาคตก็จะยิ่งมากขึ้นด้วย ส่วนสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้มีการคาดการณ์ในอีก 15 ปีข้างหน้าจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 24.7 ล้านคน ในปี

พ.ศ. 2563 คาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นราว 45 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2573 คาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นราว 67 ล้านคน (Ministry of Tourism and Sports, 2015) สำหรับประเทศไทยนั้น กรุงเทพมหานครเมืองหลวงของประเทศไทยได้รับคัดเลือกให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกในปี ค.ศ. 2015 โดย MasterCard's Asia Pacific Destinations Index 2015 (Master Card, 2015; The Ministry of Tourism and Sports Thailand, 2017) และเป็นสถานที่ที่มีสถานประกอบการประเภทโรงแรม และนักท่องเที่ยวมาเที่ยวและพักผ่อนเป็นจำนวนมาก ในช่วงปี พ.ศ. 2554-2557 กรุงเทพมหานคร มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าเยี่ยมเยียนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยว 18,580,855 คน อันดับที่ 2 จังหวัดภูเก็ต จำนวนนักท่องเที่ยว 8,395,921 คน และอันดับที่ 3 จังหวัดชลบุรี จำนวนนักท่องเที่ยว 7,216,105 คน (Ministry of Tourism and Sports, 2015) จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้นนี้ ส่งผลให้ธุรกิจอื่นๆ สร้างรายได้ได้มากขึ้นจากนักท่องเที่ยวตามลำดับดังนี้ อันดับที่ 1 ที่พัก อันดับที่ 2 สินค้าและของที่ระลึก และ อันดับที่ 3 อาหารและเครื่องดื่ม (Department of Business Development, 2018)

ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมเติบโตอย่างต่อเนื่องตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นที่ทราบดีว่า การประกอบธุรกิจโรงแรมเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่มีการใช้น้ำปริมาณสูง ทั้งจากการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงแรม เช่น ห้องครัว ห้องซักล้าง การจัดประชุม สัมมนา สระว่ายน้ำ ห้องอบไอน้ำ ฟิตเนส และสปา การบริหารจัดการน้ำเพื่อให้เกิดความยั่งยืน จึงสำคัญในการดำเนินธุรกิจโรงแรม ดังนั้น วอเตอร์ฟุตพริ้นท์จึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือทางสิ่งแวดล้อมที่สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการวางแผนบริหารจัดการน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับวอเตอร์ฟุตพริ้นท์นั้น มีที่มาจากแนวคิดของ Wackernagel and Rees (1996) ได้ให้คำนิยามคำว่า “Ecological Footprint” ซึ่งเป็นการประเมินความต้องการทางด้านระบบนิเวศต่อจำนวนประชากรโลก ต่อมาพัฒนาเป็น “Carbon Footprint” และพัฒนาต่อมาเป็น “Water Footprint” (Office of Industrial Economics and National Food Institute, 2015, p. 10) ซึ่งหน่วยงานระดับสากลที่รับผิดชอบเรื่องวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ คือ Water Footprint Network ได้ร่วมมือกับ International Tourism Partnership (ITP) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน สร้างเครื่องมือในการประเมินปริมาณการใช้น้ำสำหรับธุรกิจโรงแรมคือ Hotel Water Measurement Initiative (HWMI) สำหรับให้โรงแรมต่างๆ นำไปใช้ประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรม (International Tourism Partnership, 2016) ผลลัพธ์จากการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์นี้จะแสดงให้เห็นถึงปริมาณการใช้น้ำของผู้เข้าพัก 1 คนต่อ 1 คืน และ 1 ห้องพักต่อ 1 คืน

จากทั้งหมดที่กล่าวมา ประเด็นปัญหาทรัพยากรน้ำ เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญทั้งในเรื่องของทรัพยากรน้ำและการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงทำการศึกษาเรื่องการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ผลจากการศึกษาการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ จะทราบถึงปริมาณการใช้น้ำของผู้เข้าพัก 1 คนต่อ 1 คืน ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการในการบริหารจัดการน้ำ เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำและวางแผนการใช้น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุดและยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรม และเป็นการเตรียมพร้อมในการรับมือกับกระแสโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการน้ำให้กับโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษานี้เป็นการประเมินค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์โดยคำนวณหาค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้ดำเนินการตาม Hotel Water Measurement Initiative (HWMI) Methodology โดยผลการศึกษาจะทราบถึงปริมาณการใช้น้ำของผู้เข้าพัก 1 คนต่อ 1 คืน หน่วยเป็นลูกบาศก์เมตรต่อคนต่อวัน และมุ่งเน้นให้เกิดการตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ ใช้น้ำอย่างประหยัดและให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมทั้งเสนอแนวทางการบริหารจัดการน้ำที่เหมาะสมกับโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้บริหารโรงแรม หรือพนักงานในโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร รวมตัวอย่างจำนวน 54 คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 20 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ เป็นการศึกษาโรงแรมประเภท 1 ตามกฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

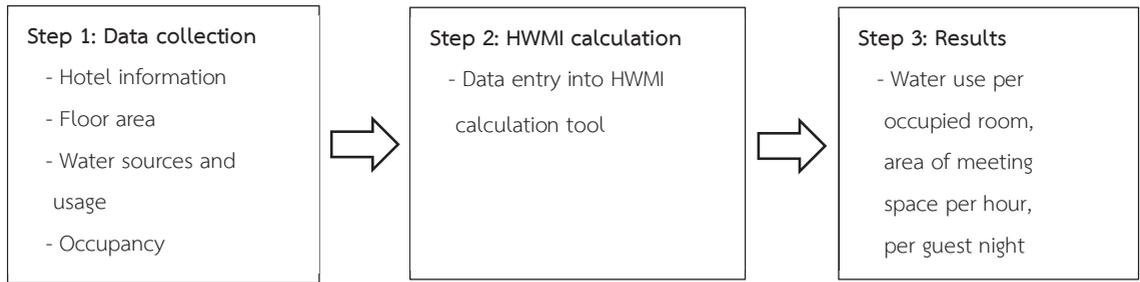
4. ขอบเขตด้านเวลา เป็นการศึกษาในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร
2. ได้แนวทางการบริหารจัดการน้ำให้กับโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร และสามารถนำไปปรับใช้กับโรงแรมประเภทอื่น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

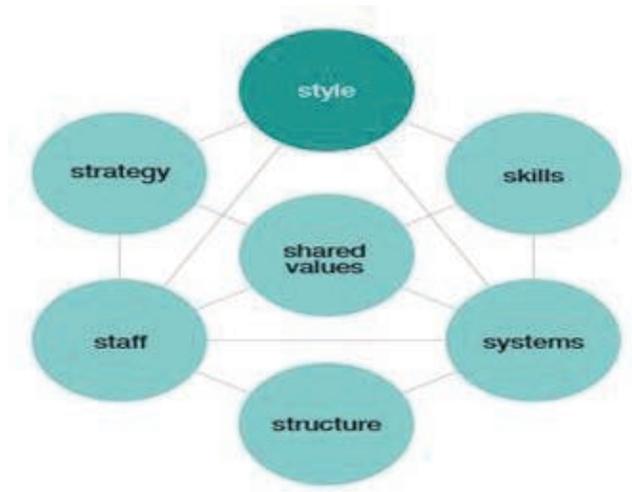
งานวิจัยนี้ได้นำ Hotel Water Measurement Initiative (HWMI) มาปรับใช้ ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งทางด้านสิ่งแวดล้อม สำหรับใช้ในการประเมินปริมาณการใช้น้ำสำหรับธุรกิจโรงแรม โดย International Tourism Partnership (ITP) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน ได้เผยแพร่ระเบียบวิธีการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์สำหรับธุรกิจโรงแรม ให้กับโรงแรมต่างๆ สามารถนำไปใช้ได้ ดังที่ได้กล่าวไว้ในคู่มือระเบียบวิธีการประเมินไว้ว่า “ระเบียบวิธีการศึกษานี้ สามารถนำไปปรับใช้กับทุกโรงแรมทั่วโลก ทั้งโรงแรมขนาดเล็กและโรงแรมขนาดใหญ่” (International Tourism Partnership, 2016) ซึ่งผลลัพธ์จากการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร จะแสดงให้เห็นทราบถึงปริมาณการใช้น้ำของผู้เข้าพัก 1 คนต่อ 1 คืน โดยมีขั้นตอนการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ ดังนี้ (1) ข้อมูลสำหรับใช้เพื่อการคำนวณ และ (2) การคำนวณตามระเบียบวิธี Hotel Water Measurement Initiative (HWMI) 3 ผลลัพธ์ ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 ระเบียบวิธีการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์สำหรับธุรกิจโรงแรม

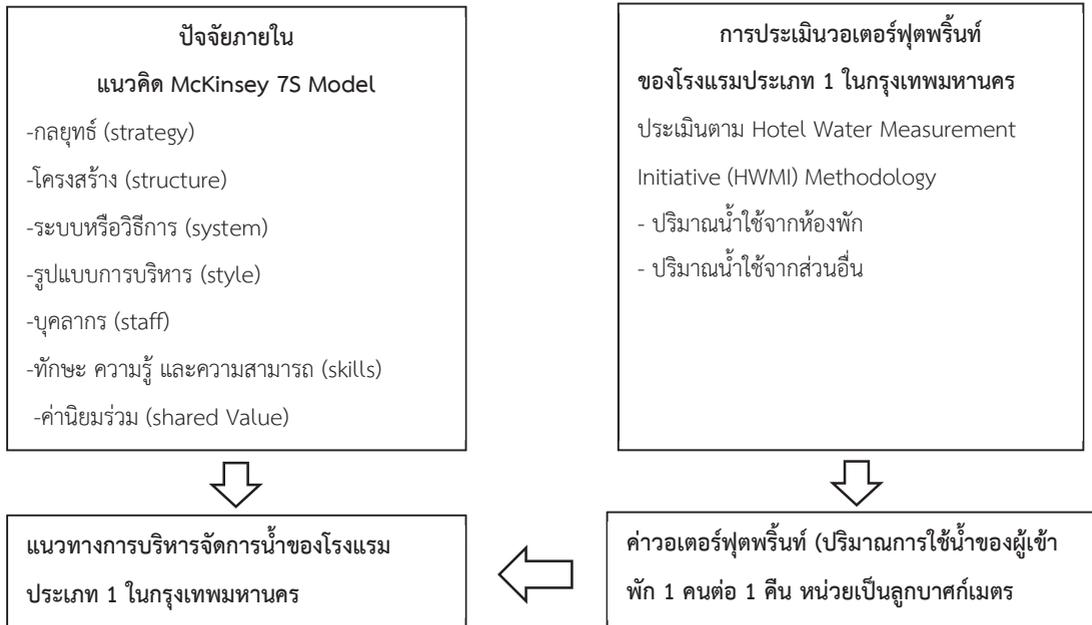
สำหรับการเสนอแนวทางการบริหารจัดการน้ำของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ได้นำแนวคิด McKinsey 7S Model ซึ่งเป็นแนวคิดในการบริหารภายในองค์กรที่จะช่วยให้การบริหารภายในองค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายได้ โดยจะทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของสภาพแวดล้อมภายใน แล้วนำไปสู่การวางแผน การปรับแนวทางการบริหารจัดการภายในองค์กร เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายความสำเร็จขององค์กร ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ (1) กลยุทธ์ (strategy) (2) โครงสร้าง (structure) (3) ระบบหรือวิธีการ

(systems) (4) รูปแบบการบริหาร (style) (5) บุคลากร (staff) (6) ทักษะ ความรู้ และ ความสามารถ (skills) และ (7) ค่านิยมร่วม (shared values) (Sittichai & Pooripakdee, 2018) ดังแสดงในภาพ 2 การวิจัยนี้จึงได้นำแนวคิด McKinsey 7S Model (McKinsey, 2008) มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการวิจัย และเสนอแนวทางทางการบริหารจัดการน้ำของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการลดค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์



ภาพ 2 กรอบแนวคิดของแมคคินซี (McKinsey 7S Framework)

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 3 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

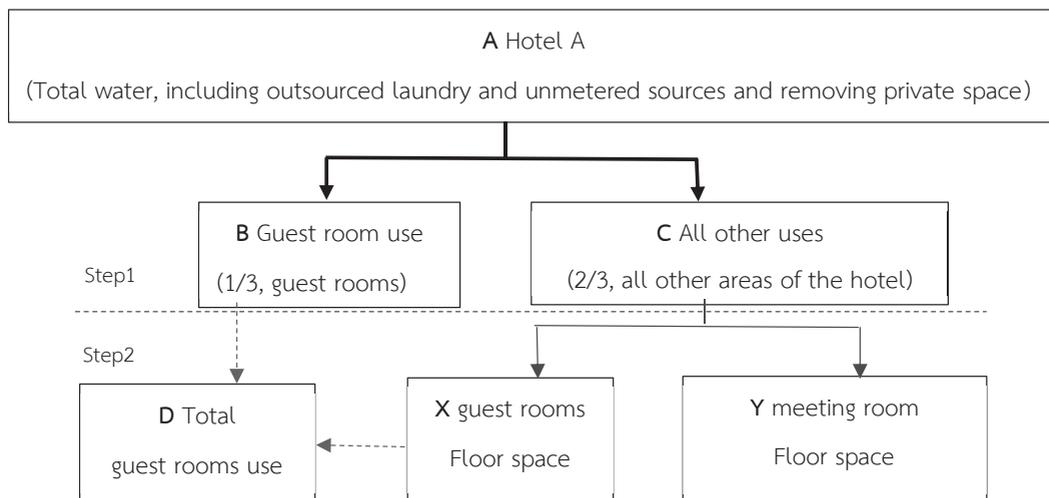
การศึกษานี้เป็นการศึกษาผสมผสาน (Mixed Method) โดยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสอบถามแบบกึ่งโครงสร้าง และทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง ซึ่งเป็นตัวแทนจากผู้กำหนดนโยบายจากหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย คือ โรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 93 แห่งโรงแรม ตามรายชื่อโรงแรมประเภท 1 ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการปกครอง ข้อมูล ณ วันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 (Department of Provincial Administration, 2018) โดยเนื้อหาในแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ข้อมูลสำหรับการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ เช่น ปริมาณน้ำประปาที่ใช้ ขนาดพื้นที่ และ จำนวนผู้เข้าพัก ส่วนที่ 3 ความ

คิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกที่มีผลกับการบริหารจัดการน้ำภายในโรงแรม และส่วนที่ 4 ได้แก่ การบริหารจัดการน้ำภายในโรงแรม ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 93 แห่ง สามารถเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามได้ทั้งหมด 54 ชุด สำหรับข้อมูลปริมาณเชิงลึกที่ใช้ในการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ เช่น ขนาดพื้นที่โรงแรมและจำนวนผู้เข้าพัก เก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 20 แห่ง และได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลปริมาณการใช้น้ำประปาประจำปี ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร จากการประสานนครหลวง ดังนั้น การประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร จะทำการประเมินได้ทั้งหมด 20 แห่ง

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการประเมินหาค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร

ดำเนินการโดยนำข้อมูลปริมาณการใช้น้ำประปามาคำนวณค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ ตามขั้นตอนของ Hotel Water Measurement Initiative (HWMI)

Methodology เริ่มจากนำปริมาณการใช้น้ำประปามาทำการแบ่งสัดส่วน (International Tourism Partnership, 2016) ดังแสดงในภาพ 4



ภาพ 4 การแบ่งสัดส่วนปริมาณน้ำ (water withdrawal apportionment)

จากการแบ่งสัดส่วนปริมาณน้ำใช้ทั้งหมดภายในโรงแรม เพื่อนำข้อมูลไปดำเนินการคำนวณถัดไป จาก Total water use (A) ขั้นตอนที่ 1 นำมาแบ่งปริมาณน้ำทั้งหมดออกเป็น 1/3 Guest room use 1/3 (B) และ 2/3 all other areas of the hotel (C) ขั้นตอนที่ 2 จาก C นำมาแบ่งออกเป็น guest rooms floor space (X) และ meeting room floor space (Y) จากนั้นนำไปคำนวณเพื่อหาค่า Total guest rooms use (D) ดังสมการที่ 1

$$\text{ปริมาณน้ำใช้ทั้งหมด (D)} = ((C / (X + Y) * X) + B \quad (1)$$

สำหรับการศึกษานี้ เป็นการศึกษาโรงแรมประเภท 1 หมายถึง โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพัก ตามกฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551 ดังนั้นปริมาณการใช้น้ำจะไม่มี การแบ่งสัดส่วน B และ C ตามภาพ 4 และพื้นที่ในการ

ศึกษานี้คือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ใช้น้ำประปาทั้งหมด จึงไม่มีข้อมูลการใช้น้ำจากชลประทานและน้ำบาดาล การคำนวณวอเตอร์ฟุตพริ้นท์จึงใช้ ปริมาณน้ำรวม ซึ่งได้จากปริมาณการใช้น้ำตามมิเตอร์ของการประปานครหลวง ปริมาณการใช้น้ำจากการจ้างซักผ้าภายนอก และปริมาณการใช้น้ำจากการแบ่งพื้นที่ให้เข้าภายในโรงแรม ดังนั้นการคำนวณวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร จึงเป็นดังสมการที่ 2

$$\text{วอเตอร์ฟุตพริ้นท์} = \text{ปริมาณน้ำใช้ทั้งหมด (D)} \quad (2)$$

(ปริมาณการใช้น้ำผู้เข้าพัก 1 คนต่อ 1 คืน) จำนวนแขกเข้าพัก (รายปี)

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา จากการศึกษาการบริหารจัดการน้ำของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ที่ได้

ปฏิบัติอยู่แล้วโดยใช้ทฤษฎี McKinsey 7S Model ใน การศึกษาข้อค้นพบการบริหารจัดการน้ำของโรงแรม ประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ว่าประเด็นใดที่โรงแรม ประเภท 1 ได้ปฏิบัติอยู่แล้วและประเด็นใดที่ขาดหายไปตาม 7 ปัจจัย ได้แก่ (1) กลยุทธ์ (strategy) (2) โครงสร้าง (structure) (3) ระบบหรือวิธีการ (systems) (4) รูปแบบการบริหาร (style) (5) บุคลากร (staff) (6) ทักษะ ความรู้ และ ความสามารถ (skills) และ (7) ค่านิยมร่วม (shared values) และเสนอ

แนวทางปฏิบัติเพื่อนำไปสู่แนวทางทางการบริหาร จัดการน้ำอย่างยั่งยืนของโรงแรมประเภท 1 ใน กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

1. การประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรม ประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ตามขั้นตอนของ Hotel Water Measurement Initiative (HWMI) Methodology (ดูตาราง 1)

ตาราง 1

ผลการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ โรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 แห่ง

ลำดับโรงแรม	ปริมาณการใช้น้ำประจำปี (ลูกบาศก์เมตร)	จำนวนผู้เข้าพัก (รายปี)	ค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ (1 คน/1 คืน)	
			ลูกบาศก์เมตร	ลิตร
1	14,008.60	8,000	1.75	1,751.08
2	4,566.20	4,000	1.14	1,141.55
3	3,619.40	10,000	0.36	361.94
4	10,967.60	18,000	0.61	609.31
5	16,557.20	8,600	1.93	1,925.26
6	3,353.40	12,060	0.28	278.06
7	6,855.20	4,000	1.71	1,713.80
8	9,193.40	5,000	1.84	1,838.68
9	2,879.60	4,800	0.60	599.92
10	4,747.40	7,600	0.62	624.66
11	11,219.20	4,650	2.41	2,412.73
12	6,307.20	5,250	1.20	1,201.37
13*	12,196.20 + 146 (7.30 ตัน*20 ลบ.ม.)	8,000	1.54	1,542.78
14	371.00	8,500	0.04	43.65
15	2,418.20	9,500	0.25	254.55
16	2,148.00	8,000	0.27	268.50
17	12,222.00	7,800	1.57	1,566.92

ตาราง 1 (ต่อ)

ผลการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ โรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 แห่ง

ลำดับโรงแรม	ปริมาณการใช้น้ำประปา รายปี (ลูกบาศก์เมตร)	จำนวนผู้เข้าพัก (รายปี)	ค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ (1 คน/1 คืน)	
			ลูกบาศก์เมตร	ลิตร
18*	3,949.50 + 260.8 (13.04 ตัน*20 ลบ.ม.)	7,500	0.56	561.37
19	538.50	3,280	0.16	164.18
20	2,885.00	8,000	0.36	360.63

*โรงแรมที่จ้างซักผ้าภายนอก ซึ่งจะต้องคิดปริมาณน้ำเพื่อรวมกับปริมาณน้ำประปาเป็นปริมาณน้ำใช้ทั้งหมดตาม Hotel Water Measurement Initiative (HWMI) Methodology

จากตาราง 1 ผลการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 20 แห่ง ลำดับที่ 1-14 เป็นโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ ชั้นใน ลำดับที่ 15-18 เป็นโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ ชั้นกลาง และลำดับที่ 19-20 เป็นโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ ชั้นนอก ตามข้อมูลปริมาณการใช้น้ำอัตราเฉลี่ยการใช้น้ำเพื่อการอุปโภคและบริโภค ของคนกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 200 ลิตรต่อคนต่อวัน (Metropolitans Waterworks Authority, 2020) พบว่า โรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานครที่มีการใช้น้ำประปาเกินอัตราเฉลี่ย จำนวน 18 แห่ง จากทั้งหมด 20 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 90.00

2. การบริหารจัดการน้ำของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาการบริหารจัดการน้ำของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร สรุปลักษณะพบตามทฤษฎี McKinsey 7S Model พบว่า (1) กลยุทธ์ (strategy) ส่วนมากไม่มีการกำหนดนโยบายด้านการอนุรักษ์น้ำภายในโรงแรม (2) โครงสร้าง (structure) โรงแรมบางแห่ง พนักงานต้องปฏิบัติหลายหน้าที่ เช่น ข้อมูลจากโรงแรมหนึ่ง ผู้จัดการต้องทำหน้าที่ช่างซ่อมบำรุงด้วย (3) ระบบหรือวิธีการ (system) ส่วนมากมี

การใช้อุปกรณ์ที่ประหยัดน้ำ เช่น โถสุขภัณฑ์ ก๊อกน้ำ ฝักบัว และส่วนมากไม่มีการจัดกิจกรรมภายในโรงแรมที่เป็นการอนุรักษ์น้ำ (4) รูปแบบการบริหาร (style) ส่วนมากมีการติดตามตรวจสอบ การรั่วซึม การชำรุดของอุปกรณ์ที่ใช้น้ำโดยช่างซ่อมบำรุง และความถี่ในการสำรวจส่วนมากคือ มีการติดตามตรวจสอบ การรั่วซึม การชำรุดของอุปกรณ์ที่ใช้น้ำทุกเดือน แต่ส่วนมากไม่มีการติดตาม ตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงาน และทุกโรงแรมไม่มีการมอบรางวัลให้กับพนักงาน (5) บุคลากร (staff) ส่วนมากมีการกำหนดหน้าที่ตรงกับความรู้ ความสามารถของพนักงาน (6) ทักษะ ความรู้ และ ความสามารถ (skills) ส่วนมากไม่มีการฝึกอบรมเรื่องการอนุรักษ์น้ำให้กับพนักงาน และ (7) ค่านิยมร่วม (shared Value) ส่วนมากพนักงานมีความตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำและให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์น้ำภายในโรงแรม

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ ดังนี้

การประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ด้วยการคำนวณตามแนวทางของ Hotel Water Measurement Initiative (HWMI) Methodology จะเห็นได้ว่าโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ (ปริมาณการใช้น้ำ 1 คนต่อ 1 คืน) เกินปริมาณการใช้น้ำ อัตราเฉลี่ยการใช้น้ำเพื่อการอุปโภคและบริโภคของคนกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 200 ลิตรต่อคนต่อวัน (Metropolitans Waterworks Authority, 2020) มีจำนวน 18 แห่ง จากทั้งหมด 20 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 90 ซึ่งเกินกึ่งหนึ่ง ผลการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์สะท้อนให้เห็นว่า จำนวนโรงแรมมากกว่ากึ่งหนึ่งที่ใช้น้ำเกินอัตราเฉลี่ยสำหรับอุปโภคและบริโภคของคนกรุงเทพมหานคร จึงจำเป็นต้องหาแนวทางวิธีการบริหารจัดการน้ำเพื่อช่วยลดค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ ซึ่งก็คือวิธีการลดปริมาณใช้น้ำนั่นเอง ดังนั้นการศึกษาการบริหารจัดการน้ำของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ทำให้ทราบว่าทางโรงแรมมีวิธีการบริหารจัดการน้ำที่ปฏิบัติอยู่แล้วอย่างไร ดังผลการศึกษาข้อ 2 เพื่อเสนอแนวทางการปฏิบัติการบริหารจัดการน้ำที่มีประสิทธิภาพในการลดค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ของโรงแรมประเภท 1 ในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. กลยุทธ์ (strategy) จุดสำคัญที่จะทำให้การบริหารจัดการน้ำของโรงแรมประเภท 1 ประสบความสำเร็จได้ ต้องมีการกำหนดนโยบายด้านการอนุรักษ์น้ำเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายหลักของโรงแรม เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติให้กับพนักงานได้ปฏิบัติร่วมกัน
2. โครงสร้าง (structure) กำหนดโครงสร้างตำแหน่งงาน หน้าที่ รายละเอียดการปฏิบัติงานให้ตรงกับความรู้ ความสามารถของแต่ละตำแหน่ง เพื่อป้องกันการเกี่ยงหน้าที่กันหรือปฏิบัติงานซ้ำซ้อน
3. ระบบหรือวิธีการ (system) กำหนดวิธีการปฏิบัติในการอนุรักษ์น้ำ ติดตั้งหรือเปลี่ยนอุปกรณ์

เป็นแบบช่วยประหยัดน้ำ หรือวิธีลดปริมาณการใช้น้ำ เช่น ปรับอัตราการไหลของน้ำให้เบาลง และการติดป้ายรณรงค์การประหยัดน้ำทั้งในห้องพักลูกค้า ห้องพนักงาน พื้นที่ส่วนรวม ในจุดที่สามารถมองเห็นและอ่านได้ เพื่อกระตุ้นให้ตระหนักถึงการประหยัดน้ำ

4. รูปแบบการบริหาร (style) กำหนดแบบแผนการปฏิบัติงาน โดยให้มีการบันทึกข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เช่น รายจ่ายค่าน้ำ จำนวนผู้เข้าพัก การติดตามสำรวจการเสีย การรั่วซึมของอุปกรณ์ที่ใช้น้ำ เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางการปฏิบัติสำหรับลดปริมาณการใช้น้ำ และทำการติดตามการปฏิบัติงานของพนักงานว่าได้ปฏิบัติตามนโยบายด้านการอนุรักษ์น้ำของโรงแรมหรือไม่ มีการมอบรางวัลเพื่อเป็นการชื่นชมให้กำลังใจกับพนักงานที่ร่วมกันปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายตามนโยบายของโรงแรม

5. บุคลากร (staff) มอบหมายตำแหน่งงานให้ตรงกับความรู้ ความสามารถของพนักงาน ส่งเสริมความสามัคคีในการปฏิบัติงานร่วมกันเป็นทีม เช่น พนักงานทุกคนช่วยกันเป็นหูเป็นตา หากพบอุปกรณ์ที่ใช้น้ำเกิดความเสียหายหรือพบการรั่วซึมของน้ำ

6. ทักษะ ความรู้ และ ความสามารถ (skills) ส่งเสริมความรู้ ความสามารถ พัฒนาพนักงาน ตามความเชี่ยวชาญของแต่ละบุคคล เช่น มอบหมายช่างซ่อมบำรุงเข้าร่วมฝึกอบรม ดูงาน ภายนอกในโครงการที่เกี่ยวข้อง เทคโนโลยี อุปกรณ์ หรือวิธีการต่างๆ ในการอนุรักษ์น้ำ

7. ค่านิยมร่วม (shared value) สร้างความตระหนัก จิตสำนึกแก่พนักงานในการอนุรักษ์น้ำ มุ่งมั่นร่วมกันในการปฏิบัติงานเพื่อเป้าหมายการลดปริมาณการใช้น้ำภายในโรงแรม รวมถึงเจ้าของโรงแรมมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ เพื่อเป็นตัวอย่งที่ดีให้กับพนักงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดตั้งหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในเรื่องของวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ เพื่อให้ข้อมูลให้คำปรึกษา เป็นศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับสถานการณ์ดำเนินงานด้านวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ สนับสนุนการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์และการลดค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ ตลอดจนให้คำแนะนำแก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเกี่ยวกับการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์
2. ควรเร่งเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ให้ทุกภาคส่วนทั้งเกษตรกร อุตสาหกรรม และธุรกิจบริการได้รู้จักวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ เพื่อที่จะทำให้ทราบถึงกิจกรรม

ที่ตนเองดำเนินการนั้น มีค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์เท่าไร และหาแนวทางปฏิบัติเพื่อการลดค่าวอเตอร์ฟุตพริ้นท์

3. ควรจัดโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม เพื่อให้ความรู้และฝึกสอนวิธีการประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์อย่างถูกต้อง หรือเปิดโครงการนำร่องรับสมัครโรงแรมที่สนใจเข้าร่วมประเมินวอเตอร์ฟุตพริ้นท์ เพื่อเป็นตัวอย่างให้กับโรงแรมอื่น ๆ ได้เห็นถึงประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม เช่น ลดรายจ่ายค่าน้ำได้จริง ภาพลักษณ์โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีผลกับจำนวนผู้เข้าพักเพิ่มขึ้น

References

- Department of Business Development. (2018). *News view*. Retrieved from http://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469414379 [In Thai]
- Department of Provincial Administration. (2018). *Hotel report*. Retrieved from https://dpa.dopa.go.th/DPA/reporter_dpaSearch.php [In Thai]
- International Tourism Partnership. (2016). *Hotel Water Measurement Initiative (HWMI) methodology v.1.0*. Retrieved from https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/hotel_water_measurement_initiative_methodology_v1_0_update_13_sep_2016.pdf
- Sittichai, K., & Pooripakdee, S. (2018). Organization management according to McKinsey's 7s framework that contributes to innovation organization case study: Organization awarded an excellent innovation organization. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 11(3), 1419-1435. [In Thai]
- MasterCard. (2015). *Mastercard Asia Pacific destinations index 2015*. Retrieved from <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2016/01/Report-MasterCard-Asia-Pacific-Destinations-Index.pdf>
- McKinsey, Q. (2008). *Enduring Ideas: The 7-S Framework*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/enduring-ideas-the-7-s-framework>
- Metropolitans Waterworks Authority. (2020). *The average use of water use for consumption in Bangkok 200 liters per person per one day [Tweet]*. Retrieved from <https://twitter.com/mwathailand/status/1297716973325885440> [In Thai]

- Ministry of Tourism and Sports. (2015). *Thailand tourism strategy 2015-2017*. Retrieved from https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114 [In Thai]
- Ministry of Tourism and sports Thailand. (2017). *The second national tourism development plan (2017-2021)*. Retrieved from https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article_20171130140746.pdf [In Thai]
- Office of Industrial Economics and National Food Institute. (2015). *Water footprint guideline of food products*. Retrieved from http://fic.nfi.or.th/waterfootprint/images/pdf/wfp592_manual.pdf [In Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2016). *The 12th national economic and social development plan (2017-2021)*. Retrieved from https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9640 [In Thai]
- United Nation. (2015). *Sustainable development goals*. Retrieved from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- Wackernagel, M., & Rees, W. (1996). *Our ecological footprint: Reducing human impact on the earth* (vol. 9). New Society.
- World Bank. (2017a). *Population, total*. Retrieved from <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>
- World Bank. (2017b). *GDP growth (annual %)*. Retrieved from <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>

The Effects of Work Stress on the Intention to Quit: A case study of Thailand Automobile Parts Industry

Pasit Tititanaras¹ Prayong Meejaisue²
Wirut Sanguawongwan³ Norapol Jinandej⁴

Abstract

This research aimed to study the effects of work stress on job satisfaction, quality of working life, organizational membership behavior, and the intention to quit in Thai automobile parts industry by studying Job satisfaction to quality of working life, to the organizational membership behavior, and on the intention to quit. Including the Quality of work-life, Organizational Citizenship Behavior, and the intention to quit. And Organizational and membership behavior on the intention to quit the jobs by using mix-methods research, qualitative research by in-depth interviews of 6 high and middle level executives and 4 group interviews totaling 15 people. Data were analyzed by content analysis. and quantitative research from 500 samples of personnel in the automobile parts industry. Questionnaires were used to collect data. The data were analyzed using descriptive statistics and structural equation model analysis.

The results showed that: the impact of work stress on the intention to quit had the most positive direct effect of 0.381 with the total effect of 0.443 followed by job satisfaction towards the intention to quit, had negative direct effect of -0.320, and the total effect was -0.436, respectively.

Keywords: Work Stress; Organizational Citizenship Behavior; Intention to Quit

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Tititanaras, P., Meejaisue, P., Sanguawongwan, W., & Jinandej, N. (2021). The effects of work stress on the intention to quit: A case study of Thailand automobile parts industry. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 693-706.

¹ Doctor of Business Administration Program, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: pasitdba8@gmail.com

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

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยเตรียมการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิต ทำให้ผู้ประกอบการเริ่มมองหาเทคโนโลยี นวัตกรรม ระบบการผลิตอัจฉริยะ โลจิสติกส์ที่จะสามารถเพิ่มผลิตภาพผลผลิต เพิ่มความคล่องตัว พบว่า ผู้ประกอบการยังคงใช้ระบบ manual ผู้ประกอบการหรือองค์กรจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรภายในให้มีศักยภาพได้มากที่สุดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของพนักงานในองค์กร (Thailand Automotive Institute, 2014) องค์กรจำเป็นต้องพัฒนาพนักงานให้เพิ่มศักยภาพย่อมเกิดแรงกดดันกับพนักงาน กล่าวคือ พนักงานต้องเก่งขึ้น ศักยภาพของพนักงานต้องเพิ่มขึ้น สามารถควบคุมเครื่องจักรอัตโนมัติ และเรียนรู้เทคโนโลยีที่เป็นเรื่องใหม่ ทำให้พนักงานต้องแข่งกับตัวเองและผู้ร่วมงาน ย่อมเกิดแรงกดดัน นำไปสู่ความกดดันที่เพิ่มสูงขึ้นนำไปสู่ความเครียดในการทำงานทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ย่อมส่งผลในการทำงานและส่งผลต่อสุขภาพ ส่งผลเสียต่อตัวพนักงานก่อให้เกิดการตัดสินใจต่างๆ ผิดพลาด ส่งผลกับประสิทธิภาพการผลิตลดลง สอดคล้องกับการศึกษาของ La Torre, Sestili, Mannocci, Sinopoli, De Paolis et al. (2018) พบว่าการแสดงออกทางด้านความเครียดจากการทำงานของพนักงานที่แสดงออกในสภาพความรู้สึกทางร่างกาย อารมณ์และจิตใจ การแก้ไขปัญหาหน้าที่เกี่ยวกับความรู้ความสามารถและประสบการณ์ ส่งผลกับคุณภาพชีวิตของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ องค์กรควรพิจารณาจากระบบผลตอบแทนของพนักงานให้มีความเหมาะสม หากพนักงานไม่ได้รับสิ่งที่คาดหวังทำให้พนักงานนั้นมีความรู้สึกในทางที่ไม่ดีย่อมเกิดความเครียดในการทำงานที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงานที่ท้อถู่และมีแนวโน้มนำไปสู่ความตั้งใจลาออก

จากการลาออกของพนักงาน องค์กรย่อมได้รับผลกระทบทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่เพิ่มส่งผลกระทบต่อต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับองค์กร เช่น ต้นทุนการบริหารจัดการ ที่องค์กรต้องจ่ายให้กับพนักงานที่ออกจากองค์กร ต้นทุนการจ้างพนักงานชั่วคราว องค์กรต้องมีการพิจารณาด้านผลกระทบด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน ระบบโครงสร้างของผลตอบแทนของพนักงานที่เหมาะสมควบคู่กับการปรับเปลี่ยนขององค์กร และผลกระทบด้านใดบ้างที่ช่วยลดการเกิดความเครียดในการทำงานได้ เพื่อให้ประสิทธิภาพการผลิตที่สูงขึ้น ส่งผลดีให้องค์กร และที่สำคัญสามารถลดการเกิดความตั้งใจลาออกของพนักงานลงได้ และรวมถึงการเก็บรักษาพนักงานที่มีศักยภาพ มีความสำคัญไว้กับองค์กรนานๆ ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาว่ามีผลกระทบด้านใดบ้างที่ส่งผลต่อความเครียดในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของความเครียดในการทำงานต่อความพึงพอใจในการทำงาน คุณภาพชีวิตการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรและความตั้งใจลาออกในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของความพึงพอใจในการทำงานต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน ต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรต่อความตั้งใจลาออกในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณภาพชีวิตการทำงานต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรต่อความตั้งใจลาออกในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
4. เพื่อศึกษาผลกระทบของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรต่อความตั้งใจลาออกในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ตามแนวคิดของ Cooper, C. L., Cooper, C. P., Dewe, P. J., Dewe, P. J, and O'Driscoll (2001, p. 28); Karasek (1979) คือ ความเครียดในการทำงาน (work stress) และ Gilmer (1971, pp. 279-283); Locke (1976, p. 1302) คือ ความพึงพอใจในการทำงาน (job satisfaction) นอกจากนี้ Mirvis and Lawler III (1984); Walton (1975) คือ คุณภาพชีวิตการทำงาน (quality work of life) นอกจากนั้นตามแนวคิดของ Organ (1997); Podsakoff and MacKenzie (1989) คือ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร (organizational citizenship behavior) และ Lambert, Hogan, and Barton (2001); Meyer, Allen, and Smith (1993); Mobley (1982, p. 125) คือ ความตั้งใจลาออก (intention to quit)

2. ขอบเขตด้านตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรอิสระ ความเครียดในการทำงาน ตัวแปรคั่นกลาง ความพึงพอใจในการทำงาน คุณภาพชีวิตการทำงาน และ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร และตัวแปรตาม ความตั้งใจลาออก

3. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง คือ สถานประกอบการในกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งประเทศไทยที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ (TAPMA) ผู้ให้ข้อมูล คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานของสถานประกอบการในกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย และปัจจุบันยังดำเนินกิจการอยู่ มีทั้งหมด 2,427 บริษัท รวมจำนวนพนักงาน 690,000 คน และตัวอย่างจำนวน 500 คน (4) ขอบเขตด้านพื้นที่ ซึ่งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ 3 จังหวัดระยอง เศรษฐกิจภาคตะวันออก ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง และ (5) ขอบเขตด้านเวลา การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลการวิจัยในเดือน มกราคม-พฤษภาคม 2562

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์ด้านวิชาการ ทราบผลเชิงประจักษ์ เพื่อนำมาใช้อธิบายทฤษฎีและได้รับความรู้ว่าตัวแปรที่ศึกษาเป็นเชิงลบ และเชิงบวกนั้นของตัวแปรที่ศึกษา ยังมีความสัมพันธ์อยู่หรือไม่ ในสถานการณ์ที่วันเวลาผ่านไป

2. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเชิงการประยุกต์ในการจัดการ องค์กรสามารถนำแบบจำลองที่ผ่านการทดสอบไปประยุกต์ใช้ ผ่านกระบวนการในระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HR) เพื่อพัฒนาแก้ไขให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน มุ่งเน้นผลกระทบด้านความพึงพอใจในการทำงาน คุณภาพชีวิตการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร ที่กระทบความเครียดในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออก

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความเครียดในการทำงาน (Work Stress--WS) ความเครียดสามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ ซึ่งตามแนวคิดของรูปแบบการศึกษา ประการที่หนึ่งความเครียดตามลักษณะการตอบสนอง ประการที่สอง ความเครียดตามลักษณะของสิ่งกระตุ้น และประการสุดท้าย ความเครียดตามลักษณะร่วมกันเป็นการรับรู้แบบมีปฏิสัมพันธ์กัน (Cooper et al., 2001; Dewe, O'Driscoll, & Cooper, 2012) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความเครียดในการทำงานในงานวิจัยนี้ นำแนวคิด Cooper et al. (2001, p. 28) อธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะงาน ปัจจัยเกี่ยวกับความขัดแย้งบทบาทของงาน ปัจจัยเกี่ยวกับสัมพันธภาพระหว่างบุคคล ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะองค์กร ปัจจัยเกี่ยวกับความสมดุลระหว่างชีวิตทำงานและชีวิตส่วนตัวหรือครอบครัว และแนวคิด Karasek (1979) เกี่ยวกับ JDC Model เป็นทฤษฎีที่มีอิทธิพลในการศึกษาวิจัย

เกี่ยวกับการทำงานและ ความเครียดแบบระบุความต้องการควบคุมงาน (Job Demand-Control--JDC) มุ่งเน้นความต้องการงานและการควบคุมงาน จากการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดและข้อมูลเชิงประจักษ์ของความเครียดในการทำงาน ที่เกิดจากภาระงาน (workload) ความขัดแย้งในบทบาท (role conflict) (Riaz, Ahmad, Riaz, Murtuza, Khan, & Firdous, 2016) สภาพแวดล้อมการทำงาน (work environment) (Berta, Laporte, Perreira, Ginsburg, Dass et al., 2018; Riaz et al., 2016) และข้อขัดแย้งความไม่สมดุลระหว่างชีวิตทำงานและชีวิตครอบครัว (Lu, Hu, Huang, Zhuang, Guo et al., 2017; Wang, Lee, & Wu, 2017)

ความพึงพอใจในการทำงาน (Job Satisfaction--JS) ความพึงพอใจในการทำงานเป็นความรู้สึกที่พึงพอใจหรือเป็นบวกจากสภาพทางอารมณ์การประเมินงานหรือจากประสบการณ์การทำงาน องค์ประกอบที่สำคัญของความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานในสถานการณ์การทำงาน จากการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดและข้อมูลเชิงประจักษ์ของความพึงพอใจในการทำงาน ประกอบไปด้วย (1) ลักษณะงานที่ทำ (work-itself) (Masum, Azad, Hoque, Beh, Wanke, & Arslan, 2016) (2) รางวัลค่าตอบแทน (rewards) (3) การเลื่อนตำแหน่ง (promotion) (4) การกำกับดูแล (supervision) (Rozman, Treven, & Cancer, 2017) และ (5) เพื่อนร่วมงาน (co-worker) (Templer, Armstrong-Stassen, & Cattaneo, 2010)

คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality Work of Life--QWL) คุณภาพชีวิตการทำงานเป็นแนวคิดของนักวิทยาศาสตร์ด้านพฤติกรรม เป็นมุมมองการมองในด้านรู้สึก คุณภาพชีวิตการทำงาน หมายถึง ลักษณะของวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นเพื่อยกระดับให้สูงขึ้นของความมุ่งมั่นการทำงานระหว่างพนักงานกับองค์กร และ

จุดประสงค์หลักเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร โดยผ่านการสร้างงานและสถานที่ทำงานให้เป็นที่น่าพอใจมากขึ้นในทุกระดับขององค์กร แนวคิดของ Walton (1975) จากการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดและข้อมูลเชิงประจักษ์ของคุณภาพชีวิตการทำงาน ประกอบด้วย (1) เงินเดือนที่เป็นธรรม (2) สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย (3) ความสามัคคีทางสังคมในองค์กร (4) โอกาสและการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน (5) โอกาสด้านความก้าวหน้าและความมั่นคง (6) ระบบที่มีความยุติธรรมในองค์กร (7) ความสัมพันธ์กับสังคมของชีวิตการทำงาน และ (8) ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว (Almarshad, 2015; Tao, Guo, Liu, & Li, 2018; Walton, 1975)

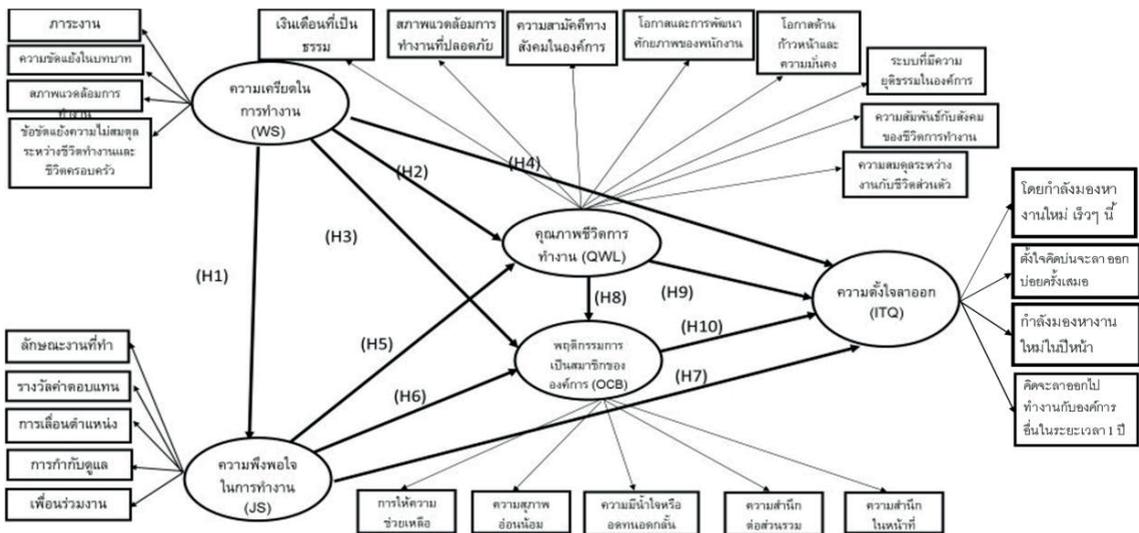
พฤติกรรมที่เป็นสมาชิกขององค์กร (Organizational Citizenship Behaviors--OCB) พฤติกรรมที่เกิดจากตัวบุคคลนั้นและอยู่นอกเหนือจากบทบาทจากองค์กรที่ได้กำหนดไว้ และมีส่วนร่วมในการส่งเสริมและสนับสนุนการปฏิบัติงานนั้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพขององค์กรนั้น ต้องประกอบด้วยพฤติกรรม การให้ความช่วยเหลือ ความสุภาพอ่อนน้อม การมีน้ำใจ ความสำนึกต่อส่วนรวม ความสำนึกในหน้าที่ Podsakoff and Mackenzie (1989); Organ (1997) จากการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดและข้อมูลเชิงประจักษ์ของพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกขององค์กร ประกอบด้วย (1) การให้ความช่วยเหลือ (altruism) (El Din Mohamed, 2016; Organ, 1997; Podsakoff & Mackenzie, 1989) (2) ความสุภาพอ่อนน้อม (courtesy) (El Din Mohamed, 2016) (3) มีน้ำใจหรืออดทนอดกลั้น (sportsmanship) (El Din Mohamed, 2016; Saeedy & Rastgar, 2015) (4) ความสำนึกต่อส่วนรวม (civic virtue) (El Din Mohamed, 2016) และ (5) ความสำนึกในหน้าที่ (conscientiousness) (El Din Mohamed,

2016; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990; Saeedy & Rastgar, 2015)

ความตั้งใจลาออก (Intention to Quit–ITQ) เป็นความคิดสมัครใจของพนักงานที่ต้องการที่จะลาออกจากการเป็นพนักงานหรือบุคลากรขององค์กรที่ปฏิบัติงานอยู่ เมื่อมีโอกาสไปทำงานที่องค์กรแห่งใหม่หรือเปลี่ยนอาชีพในอนาคตอันใกล้ ตามแนวคิด Lambert et al. (2001); Meyer et al. (1993); Mobley (1982)

จากการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดและข้อมูลเชิงประจักษ์ของความตั้งใจลาออก ประกอบด้วยมีแนวโน้มว่าตั้งใจลาออกโดยมองหางานใหม่ภายในระยะเวลาเร็วๆ นี้ Meyer et al. (1993) มีแนวโน้มว่าตั้งใจลาออกด้วยตั้งใจคิดบนจะลาออกบ่อยครั้งเสมอ และมีแนวโน้มความตั้งใจลาออกโดยมองหางานใหม่ในปีหน้า Chen, Su, Lo, Chiu, Hu, and Shieh (2014) มีแนวโน้มว่าตั้งใจลาออกไปทำงานองค์กรอื่นๆ ภายในหนึ่งปี

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

- สมมุติฐานที่ 1: ความเครียดในการทำงานมีผลกระทบทางลบต่อความพึงพอใจในการทำงาน
- สมมุติฐานที่ 2: ความเครียดในการทำงานมีผลกระทบทางลบต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน
- สมมุติฐานที่ 3: ความเครียดในการทำงานมีผลกระทบทางลบต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร
- สมมุติฐานที่ 4: ความเครียดในการทำงานมี

- ผลกระทบต่อความตั้งใจลาออก
- สมมุติฐานที่ 5: ความพึงพอใจในการทำงานมีผลกระทบทางบวกต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน
- สมมุติฐานที่ 6: ความพึงพอใจในการทำงานมีผลกระทบทางบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร
- สมมุติฐานที่ 7: ความพึงพอใจในการทำงานมีผลกระทบทางลบต่อความตั้งใจลาออก
- สมมุติฐานที่ 8: คุณภาพชีวิตการทำงานมี

ผลกระทบทางบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร

สมมุติฐานที่ 9: คุณภาพชีวิตการทำงานมีผลกระทบทางลบต่อความตั้งใจลาออก

สมมุติฐานที่ 10: พฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรมีผลกระทบทางลบต่อความตั้งใจลาออก

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยในระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed-methods research) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพนำในการรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูล

ประชากรและตัวอย่าง การวิจัยเชิงคุณภาพ คือระดับผู้บริหาร ระดับผู้จัดการ หัวหน้าระดับปฏิบัติงานและระดับปฏิบัติงาน โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รวม 6 คน และการสัมภาษณ์กลุ่ม 4 กลุ่ม รวมทั้งหมด 15 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ พนักงานและผู้บริหารโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ สุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยสุ่มแบบช่วงชั้นอย่างมีสัดส่วน จากรายชื่อผู้ประกอบการจากสมาคมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยเลือกแบบเจาะจง จำนวน 32 บริษัท คิดเป็นประมาณ 1.3 เปอร์เซ็นต์ จากผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกทั้งหมด 2,427 บริษัท โดยกำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างต่อจำนวนตัวแปรสังเกตได้ 19 ต่อ 1 จำนวนตัวแปรสังเกตได้ทั้งสิ้น 26 ตัวแปร ตัวอย่างจึงเท่ากับ 494 คน ในขณะที่ Comrey and Lee (1992, p. 125) การกำหนดตัวอย่างเท่ากับจำนวน 500 คน อยู่ในระดับดีมาก ผู้วิจัยจึงสรุปตัวอย่างในครั้งนี้ จำนวน 500 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ การตรวจสอบความตรง กับผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องในสาขาที่เกี่ยวข้องกับโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จำนวน 5 ท่าน โดยวิธีดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (IOC) มีค่ารายข้อมากกว่าหรือ

เท่ากับ 0.5 การตรวจสอบก่อนนำไปใช้ จำนวน 40 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยง ของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ของแต่ละตัวแปรควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2010) และค่าจำแนกรายข้อ (corrected item-total correlation) ของแต่ละข้อคำถามควรมีค่าตั้งแต่ 0.3 การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิงด้วยการวิเคราะห์เส้นทางและการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ปรับใหม่ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่ายอมรับสมมุติฐานหลักที่ว่า ตัวแบบจำลองตามทฤษฎีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 689.63 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 659 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) ค่าเท่ากับ 0.138 ผ่านเกณฑ์ คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.05 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) ค่าเท่ากับ 1.060 ผ่านเกณฑ์ คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 2 เมื่อพิจารณา ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับกับ 0.946 ผ่านเกณฑ์ คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.900 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.999 ผ่านเกณฑ์ คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.0574 และ ค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.011 ผ่านเกณฑ์ คือต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 (Angsuchoti, Wichitwanna, & Kunphinyopanutwat, 2014)

ตาราง 1

อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของผลกระทบของความเครียดในการทำงานต่อความตั้งใจลาออก: กรณีศึกษา อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์											
	JS			QWL			OBC			ITQ		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
WS	-0.195	-	-0.195	-0.082	-0.154	-0.162	-0.087	-0.072	-0.159	0.381	0.062	0.443
JS				0.790	-	0.790	0.367	0.270	0.637	-0.320	-0.116	-0.436
QWL							0.342	-	0.342	-0.155	-0.108	-0.264
OCB										-0.318	-	-0.318
ตัวแปรแฝง												
ภายใน R^2		0.042		0.489	0.667	0.357						

$\chi^2 = 689.629$, $df = 659$, $\chi^2/df = 1.060$, $p \text{ value} = 0.13814$, $CFI = 0.999$, $GFI = 0.946$, $AGFI = 0.900$, $RMSEA = 0.0574$

จากตาราง 1 พบว่า ความเครียดในการทำงาน มีผลกระทบทางตรงที่เป็นลบต่อตัวแปร 3 ตัวแปร คือ ความพึงพอใจในการทำงาน คุณภาพชีวิตการทำงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร มีค่าเท่ากับ -0.195, -0.082 และ -0.087 ตามลำดับ และมีผลกระทบทางตรงที่เป็นบวกต่อตัวแปร 1 ตัวแปร คือ ความตั้งใจลาออก มีค่าเท่ากับ 0.381 ในขณะที่ ความพึงพอใจในการทำงานมีผลกระทบทางตรงที่เป็นบวกต่อตัวแปร 2 ตัวแปร คือ คุณภาพชีวิตการทำงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร มีค่าเท่ากับ 0.790 และ 0.367 ตามลำดับ และมีผลกระทบทางตรงที่เป็นลบต่อตัวแปร 1 ตัวแปร คือ ความพึงพอใจในงานมีผลกระทบทางตรงที่เป็นลบต่อความตั้งใจลาออก มีค่าเท่ากับ -0.320 นอกจากนี้ คุณภาพชีวิตการทำงานมีผลกระทบทางตรงที่เป็นบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรมีค่าเท่ากับ 0.342 และมีผลกระทบทางตรงที่เป็นลบต่อความตั้งใจลาออกมีค่าเท่ากับ -0.155 และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรมีผลกระทบทางตรงที่เป็นลบต่อความตั้งใจลาออก เท่ากับ -0.318

ผลสัมฤทธิ์เชิงคุณภาพของผู้วิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ

ทรงคุณวุฒิในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ความเครียดในการทำงานมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการทำงาน ความเครียดที่เกิดจากภาระงาน ซึ่งเกิดจากงานหนัก ทำงานส่งไม่ทันตามเวลาที่กำหนด งานนั้นต้องมีการสื่อสารร่วมกันขาดการสื่อสารยอมส่งผลให้งานนั้นล่าช้าไม่ทันตามกำหนด นอกจากนี้เวลาความเครียดที่เกิดจากความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบไม่ชัดเจน ให้ทำงานพร้อมๆ กันหลายงานโดยไม่อธิบายให้เข้าใจว่างานไหนเป็นงานหลักที่มอบหมาย อาจอยู่ในระดับค่อนข้างน้อยถึงปานกลาง ซึ่งย่อมเกิดขึ้นในการทำงาน บางครั้งสิ่งที่พนักงานได้รับความพึงพอใจในการทำงานนั้นอาจไม่ได้ตรงกับสิ่งที่ต้องการทั้งหมดของพนักงาน เช่น พอใจรายได้ที่ได้รับแต่ต้องทำงานหนัก ย่อมมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน เพราะถ้าคุณภาพชีวิตในการทำงานนั้นไม่เป็นไปตามที่พนักงานต้องการยอมส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร การให้ความช่วยเหลือ มีน้ำใจต่างๆ ซึ่งย่อมเกี่ยวข้องกับระยะเวลาในการทำงาน ประสบการณ์ทำงานในงานนั้น และมีผลกระทบต่อความตั้งใจลาออกซึ่งเกิดจากปัจจัย ดังนี้

ปัญหาด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่น อึดอัดเข้ากับเพื่อนร่วมงานไม่ได้ ทำงานที่ไม่ชอบ องค์กรนั้นการเจริญโตช้า ไม่มีความก้าวหน้าในตำแหน่ง หน้าที่การงานมี

ไม่เพียงพอ ซึ่งความตั้งใจลาออกในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ทั้ง 10 สมมุติฐาน (ดูตาราง 2)

ตาราง 2

ผลการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐาน	t value	ผลการทดสอบสมมุติฐาน
H1: ความเครียดในการทำงานมีผลกระทบทางลบต่อความพึงพอใจในการทำงาน	-3.71	สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H2: ความเครียดในการทำงานมีผลกระทบทางลบต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน	-2.83	สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H3: ความเครียดในการทำงานมีผลกระทบทางลบต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร	-2.08	สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H4: ความเครียดในการทำงานมีผลกระทบทางบวกต่อความตั้งใจลาออก	7.31	สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H5: ความพึงพอใจในการทำงานมีผลกระทบทางบวกต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน	9.16	สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H6: ความพึงพอใจในการทำงานมีผลกระทบทางบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร	4.62	สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H7: ความพึงพอใจในการทำงานมีผลกระทบทางลบต่อความตั้งใจลาออก	-5.49	สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H8: คุณภาพชีวิตการทำงานมีผลกระทบทางบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร	4.17	สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H9: คุณภาพชีวิตการทำงานมีผลกระทบทางลบต่อความตั้งใจลาออก	-1.98	สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้
H10: พฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กรมีผลกระทบทางลบต่อความตั้งใจลาออก	-4.18	สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผลกระทบของความเครียดในการทำงานต่อความตั้งใจลาออก พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการทำงานและความตั้งใจลาออกที่เป็นบวก เป็นมาจากความเครียดจากข้อ

ขัดแย้งความไม่สมดุลระหว่างชีวิตทำงานและครอบครัว เป็นหลัก ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออก โดยพนักงานที่ผ่านการทำงานมาบ้าง สามารถรับมือกับความเครียดนั้นได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tziner, Rabenu, Radomski, and Belkin

(2015) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการทำงานและความตั้งใจลาออกที่เป็นบวกในเกณฑ์ที่สูง ขณะเดียวกันความเครียดมีความสัมพันธ์ที่เป็นลบต่อตัวแปร คือ ความพึงพอใจในการทำงาน คุณภาพชีวิตการทำงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์การ และสอดคล้องกับงานวิจัย Wang et al. (2017) และ De Clercq and Belausteguigoitia (2017) พบว่า ความสัมพันธ์ของความเครียดในการทำงานกับตัวแปรดังกล่าวทั้งสามตัวแปรที่เป็นลบทั้งสิ้น

ในขณะที่ ผลกระทบของความพึงพอใจในการทำงานต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์การ พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงานย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตการทำงานในทิศทางที่เป็นบวก พบว่า ในมิติของความพึงพอใจในการทำงานของเพื่อนร่วมงาน และการกำกับดูแลจากหัวหน้างาน ที่ส่งผลให้มีมิติของคุณภาพชีวิตการทำงานด้านความยุติธรรม และการรับผิดชอบต่อสังคม และส่งผลให้มีมิติของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์การที่ดี ในส่วนความมีน้ำใจในองค์การและความสำนึกในส่วนรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Parveen, Maimani, and Kassim (2017); El Din Mohamed (2016) และ Kasraie, Parsa, Hassani, and Ghasem-Zadeh (2014) และความพึงพอใจในการทำงาน มีค่าอิทธิพลทางตรงที่เป็นลบต่อความตั้งใจลาออก พบว่า โดยเฉพาะพนักงานที่มีเริ่มทำงานใหม่ๆ พนักงานใหม่มีความอดทนต่ำ ผลตอบแทนที่ได้รับต่ำ ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lu, Hu, Huang, Zhuang, Guo et al. (2017) และ Jabeen, Friesen, and Ghoudi (2018) มีความสัมพันธ์ที่เป็นลบระหว่างความพึงพอใจในการทำงานกับความตั้งใจลาออก

นอกจากนี้ ผลกระทบของคุณภาพชีวิตการทำงานต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์การมีความสัมพันธ์ที่เป็นบวกโดยเฉพาะในมิติของคุณภาพชีวิต

การทำงาน ความยุติธรรมในองค์การ การมีส่วนร่วมในสังคม มิติของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์การ ในส่วนความมีน้ำใจในองค์การและความสำนึกในส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kasraie et al. (2014) และตรงกันข้ามกันคุณภาพชีวิตการทำงานมีความสัมพันธ์ที่เป็นลบต่อความตั้งใจลาออก กล่าวคือ ความสัมพันธ์ผกผันระหว่างคุณภาพการทำงานกับความตั้งใจลาออก หมายถึง เมื่อมีความตั้งใจลาออกที่เพิ่มสูงขึ้นคุณภาพชีวิตการทำงานลดลง ในขณะที่ผลกระทบของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์การต่อความตั้งใจลาออก พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานที่น้อยจะมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์การน้อยกว่าพนักงาน มักจะมองหางานใหม่ในองค์การอื่นอยู่เสมอซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจลาออก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang et al. (2017) ที่ว่าความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์การมีความสัมพันธ์ที่เป็นลบต่อความตั้งใจลาออก ซึ่งทั้งหมดดังที่กล่าวมานั้น สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง พบว่า ตัวแปรความพึงพอใจในการทำงานมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตการทำงานที่สูง เท่ากับ 0.790 ผู้บริหารองค์การและผู้มีอำนาจตัดสินใจขององค์การ ควรพิจารณาในส่วนของความพึงพอใจในการทำงาน ลักษณะงานที่ทำ รางวัลค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่งงาน การกำกับดูแล และเพื่อนร่วมงาน และคุณภาพชีวิตในการทำงานในมิติด้านต่างๆ สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของพนักงาน องค์การควรสนับสนุนสิ่งที่พนักงานต้องการที่แท้จริงและองค์การสามารถทำได้ และทำงานผ่านระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาบุคลากรด้านสายอาชีพของพนักงานเพื่อยกระดับมาตรฐานการทำงานให้มีมาตรฐานสูงขึ้น เพิ่มขีดความสามารถของพนักงานเพื่อการ

แข่งขันในระยะยาว

2. จากผลการวิจัย พบว่า ผลกระทบของความเครียดในการทำงานต่อความตั้งใจลาออกเท่ากับ 0.381 โดยพบว่า ความเครียดจากข้อขัดแย้งความไม่สมดุลระหว่างชีวิตทำงานและครอบครัวส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออก ช่วงอายุน้อยมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจลาออกสูงกว่าช่วงอายุที่มากกว่า ซึ่งช่วงอายุที่มากกว่าสามารถบริหารความขัดแย้งงานกับครอบครัวได้ดีกว่าจากประสบการณ์การทำงาน องค์กรควรสนับสนุนการอบรมขั้นตอนการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นคู่มือการทำงาน และให้มีการ Role Play จำลองเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นประจำ เมื่อเกิดปัญหาขึ้นจริงสามารถแก้ไขปัญหาได้ ไม่ให้เกิดภาวะแรงกดดันจากหัวหน้างาน และความพร้อมในการทำงานเชิงรุก องค์กรควรมีการจัดตั้งหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำปรึกษาหรือพี่เลี้ยงภายในหน่วยงานจำเป็นต้องให้ความสนใจกับพนักงานมากขึ้นโดยมีเจ้าหน้าที่หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายดูแล

สอบถามสุขภาพ สอบถามรายละเอียดปัญหาชีวิตส่วนตัว ครอบครัว รวมถึงการรับฟังปัญหาจากภาระงานที่เพิ่มขึ้นจากสภาพการทำงาน หรือเกิดจากสภาพสังคม ผู้สูงอายุภายในองค์กร

3. จากผลการวิจัย พบว่า ผลกระทบของพฤติกรรมความเป็นสมาชิกขององค์กรต่อความตั้งใจลาออก เท่ากับ 0.318 ในการสร้างพฤติกรรมความเป็นสมาชิกขององค์กรต้องพัฒนาแก้ไขไปพร้อมกับการลดความเครียดในการทำงานมีปฏิบัติไปพร้อมกัน โดยพิจารณารายละเอียดของกลุ่มช่วงอายุ องค์กรอาจพิจารณาปรับปรุงด้านการทำงานของพนักงานในด้านจิตวิทยา ด้านความเหมาะสมของงาน การทำงานที่ต้องพึ่งพาซึ่งกันและกัน การทำงานข้ามหน่วย ด้งความสามารถของพนักงานออกมาใช้งานอย่างเต็มที่ และ ความยืดหยุ่นในการทำงานที่เอื้ออำนวยต่อพนักงาน เช่น สร้างบรรยากาศที่ดีในองค์กรในด้านของทัศนคติที่ดีของผู้บริหารต่อพนักงาน ความเป็นมิตร การให้โอกาสผู้ได้บังคับบัญชาแสดงความสามารถอย่างเต็มที่

References

- Almarshad, S. O. (2015). A measurement scale for evaluating quality of work life: Conceptualization and empirical validation. *Trends in Applied Sciences Research*, 10(3), 143-156.
- Angsuchoti, S., Wichitwanna, S., & Kunphinyopanuwat, R. (2014). *Statistical analysis for research in social science and behavior science: Techniques for using LISREL programs* (3rd ed.). Charoen Munkong Dee. [In Thai]
- Berta, W., Laporte, A., Perreira, T., Ginsburg, L., Dass, A. R. et al. (2018). Relationships between work outcomes, work attitudes and work environments of health support workers in Ontario long-term care and home and community care settings. *Human Resources for Health*, 16(1), 1-11.
- Chen, M. L., Su, Z. Y., Lo, C. L., Chiu, C. H., Hu, Y. H., & Shieh, T. Y. (2014). An empirical study on the factors influencing the turnover intention of dentists in hospitals in Taiwan. *Journal of Dental Sciences*, 9(4), 332-344.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis* (2nd ed.). Psychology Press.
- Cooper, C. L., Cooper, C. P., Dewe, P. J., Dewe, P. J., O'Driscoll, M. P., & O'Driscoll, M. P. (2001). *Organizational stress*. Sage.
- De Clercq, D., & Belausteguigoitia, I. (2017). Reducing the harmful effect of role ambiguity on turnover intentions: The roles of innovation propensity, goodwill trust, and procedural justice. *Personnel Review*, 46(6), 1046-1069.
- Dewe, P. J., O'Driscoll, M. P., & Cooper, C. L. (2012). Theories of psychological stress at work. In R. J. Gatchel & I. Z. Schultz (Eds.), *Handbook of occupational health and wellness* (pp. 23–38). Springer Science.
- El Din Mohamed, W. S. (2016). Investigating the relationship between job satisfaction and organizational citizenship behavior among Beni Suef Cement Company employees. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(5), 1-7.
- Gilmer, V. B. (1971). *Industrial psychology*. McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B.J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Pearson Education.
- Jabeen, F., Friesen, H. L., & Ghoudi, K. (2018). Quality of work life of Emirati women and its influence on job satisfaction and turnover intention: Evidence from the UAE. *Journal of Organizational Change Management*, 31(2), 352-370.
- Karasek, R. A. Jr. (1979). Job demands, job decision latitude, and mental strain: Implications for job redesign. *Administrative Science Quarterly*, 24(2), 285-308.

- Kasraie, S., Parsa, S., Hassani, M., & Ghasem-Zadeh., A. (2014). The relationship between quality of work life, job stress, job satisfaction and citizenship behavior in Oshnaviyeh Hospital's Staff. *Journal of Patient Safety & Quality Improvement*, 2(2), 77-81.
- La Torre, G., Sestili, C., Mannocci, A., Sinopoli, A., De Paolis, M. et al. (2018). Association between work related stress and health related quality of life: The impact of socio-demographic variables. A cross sectional study in a region of central Italy. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(1), 159.
- Lambert, E. G., Hogan, N. L., & Barton, S. M. (2001). The impact of job satisfaction on turnover intent: A test of a structural measurement model using a national sample of workers. *Social Science Journal*, 38(2), 233-250.
- Locke, E. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 1297-1349). Rand McNally.
- Lu, Y., Hu, X. M., Huang, X. L., Zhuang, X. D., Guo, P. et al. (2017). The relationship between job satisfaction, work stress, work-family conflict, and turnover intention among physicians in Guangdong, China: A cross-sectional study. *BMJ Open*, 7(5), 1-12.
- Masum, A. K. M., Azad, M. A. K., Hoque, K. E., Beh, L. S., Wanke, P., & Arslan, Ö. (2016). *Job satisfaction and intention to quit: An empirical analysis of nurses in Turkey*. Retrieved from <https://doi.org/10.7717/peerj.1896>
- Meyer, J. P., Allen, N. J., & Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78(4), 538-555.
- Mirvis, P. H., & Lawler III, E. E. (1984). Accounting for the quality of work life. *Journal of Organizational Behavior*, 5(3), 197-212.
- Mobley, W. H. (1982). *Employee turnover, causes, consequences, and control*. Addison-Wesley.
- Organ, D. W. (1997). Organizational citizenship behavior: It's construct clean-up time. *Human Performance*, 10(2), 85-97.
- Parveen, M., Maimani, K., & Kassim, N. M. (2017). Quality of work life: The determinant job retention among RNs AND OHPs. *International Journal for Quality Research*, 11(1), 173-194.
- Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (1989). *A second-generation measure of organizational citizenship behavior*. Unpublished manuscript, Indiana University, Bloomington.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Moorman, R. H., & Fetter, R. (1990). Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behaviors. *The leadership quarterly*, 1(2), 107-142.
- Riaz, M., Ahmad, N., Riaz, M., Murtuza, G., Khan, T., & Firdous, H. (2016). The impact of job stress on employee's job Satisfaction. *International Review of Management and Business Research*, 5(4), 1370-1382.

- Rozman, B., Treven, S., & Cancer, V. (2017). Motivation and satisfaction of employees in the workplace. *Business Systems Research, International journal of the Society for Advancing Innovation and Research in Economy*, 8(2), 14-25.
- Saeedy, S., & Rastgar, A. A. (2015). Study of the role of personality factors in organizational citizenship behaviors. *Trends Journal of Sciences Research*, 2(2), 50-55.
- Tao, L., Guo, H., Liu, S., & Li, J. (2018). Work stress and job satisfaction of community health nurses in Southwest China. *Biomedical Research*, 29(3), 510-518.
- Templer, A., Armstrong-Stassen, M., & Cattaneo, J. (2010). Antecedents of older workers motives for continuing to work. *Career Development International*, 15(5), 479-500.
- Thailand Automotive Institute. (2014). *The report of the structure of parts production of the Thai automotive industry*. Retrieved from <http://www.technology.in.th/industrial-data/lib/exe/fetch.php?media=automotive-industry:20150609-2-report-nov-2557-thailand-automotive-institute.pdf> [In Thai]
- Tziner, A., Rabenu, E., Radomski, R., & Belkin, A. (2015). Work stress and turnover intentions among hospital physicians: The mediating role of burnout and work satisfaction. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 31(3), 207-213.
- Walton, R. E. (1975). Criteria for quality of working life. In L. E. Davis, A. B. Cherns, & Associates (Eds.), *The quality of working life* (pp. 91-104). Free Press.
- Wang, I. A., Lee, B. W., & Wu, S. T. (2017). The relationships among work-family conflict, turnover intention and organizational citizenship behavior in the hospitality industry of Taiwan. *International Journal of Manpower*, 38(8), 1130-1142.

Serial Mediation Effects of Leader Member Exchange and Empowerment Transmitting Ethical Leadership to Employee Voice of Private Organizations

Nichapa Siriwat¹ Norapol Chinantdej² Montri Piriyaikul³

Abstract

In this research article, the researcher examines whether leader member exchange and empowerment function are latent factors connecting ethical leadership to the employee voice of private organizations, and if so, how. The researcher employed a mixed-methods research. In the quantitative research, data were collected from 500 copies of a questionnaire. The analysis was conducted using the Smart PLS 3.0 program. In the qualitative research, data were collected from the interviews with twenty subjects. The sample population for both methods consisted of employees in private organizations in the Bangkok Metropolis.

Findings showed that the path with the highest feasibility was the path of leader member exchange and empowerment as mediator variables connecting ethical leadership to employee voice. The path exhibited t value at the highest level of 5.846 (greater than 2.58) with the statistically significant level of .01. The next path with feasibility in descending order was the path of empowerment as a mediator variable connecting ethical leadership to the employee voice of private organizations. The path exhibited t value at 4.005 (greater than 2.58) with the statistically significant level of .01. Data analysis from the information obtained from the qualitative research enabled the researcher to find new knowledge that added to the research conceptual framework. It was found that the factors influencing the employee voice of private organizations that contributed to the variables in accordance with the conceptual framework were culture, job motivation, personal attitudes, and workplace environment.

Keywords: Serial Mediator Variable; Ethical Leadership; Employee Voice

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Siriwat, N., Chinantdej, N., & Piriyaikul, M. (2021). Serial mediation effects of leader member exchange and empowerment transmitting ethical leadership to employee voice of private organizations. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 707-720.

¹ Doctor of Business Administration Program, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: nichapa.siriwat@hotmail.com

² Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

³ Faculty of Science, Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่การดำเนินธุรกิจต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งด้าน สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี ทำให้การแข่งขันทางธุรกิจยิ่งทวีความรุนแรง องค์กรการธุรกิจจำเป็นต้องมีการปรับตัวและพัฒนาตลอดเวลาเพื่อสามารถแข่งขันได้ และอยู่รอดเติบโตต่อไปอย่างยั่งยืน และปัจจุบันประเทศไทยได้มีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วประคองกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) มีหลักการสำคัญก็คือ ยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ซึ่งกล่าวถึงในส่วนของการพัฒนาคนให้มีความเป็นคนที่สมบูรณ์มีวินัย ใฝ่รู้ มีความรู้ มีทักษะ มีความคิดสร้างสรรค์ มีทัศนคติที่ดี รับผิดชอบต่อสังคม มีจริยธรรมและคุณธรรม และมีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม เพื่อให้สอดคล้องและทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงซึ่งส่งผลโดยตรงต่อบุคลากรผู้ปฏิบัติงานที่จำเป็นต้องปรับตัวให้สามารถปฏิบัติงานภายใต้นโยบายและการบริหารที่เปลี่ยนแปลงไป การฟังความคิดเห็นของพนักงานซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ทำให้องค์กรธุรกิจมีการพัฒนา นำพาให้องค์กรสามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและขับเคลื่อนไปได้จนประสบความสำเร็จ เติบโตอย่างยั่งยืน นอกจากนั้นหนึ่งในปัญหาเรื่อง “คนหรือพนักงาน” ที่ Detert and Burris (2007) และ Lepine and Van Dyne (1998) และค่านิยมเรื่อง อวูโส ความเกรงใจ พนักงานยังลั้งเลและประเมินผลตอบรับจากการแสดงความคิดเห็นก่อนจะตัดสินใจแสดงความคิดเห็นอะไรออกมาก็ตาม บางครั้งก็แสดงความคิดเห็นไม่ทั้งหมดทุกเรื่อง หรือไม่กล้าแสดงความคิดเห็นใดๆ เพราะคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการแสดงความคิดเห็นออกไป แสดงถึงปัญหาการแสดงความคิดเห็นของพนักงานที่แฝงอยู่ ทั้งนี้เนื่องจากการที่มีสมาชิกหรือพนักงานในองค์กรที่มีภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมพบว่าส่งผลต่อการแสดงความคิดเห็นของ

พนักงาน และมีตัวแปรที่แฝงอยู่เชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมให้เกิดการแสดงความคิดเห็นของพนักงานได้นั้นคือ ตัวแปรการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก และการให้อำนาจหน้าที่ ผู้วิจัยจึงอยากพิสูจน์ว่า ตัวแปรการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกและการให้อำนาจหน้าที่เป็นตัวแปรแฝงที่เชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมให้เกิดการแสดงความคิดเห็นของพนักงานจริงหรือไม่ และมีตัวแปรอื่นๆ อีกหรือไม่ที่แฝงตัวเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมให้เกิดการแสดงความคิดเห็นของพนักงานอยู่ รูปแบบใด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเชิงพรรณนาจากการวิจัยเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม การแสดงความคิดเห็นของพนักงาน การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก และการให้อำนาจหน้าที่
2. เพื่อศึกษาการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกและการให้อำนาจหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความคิดเห็นของพนักงานองค์กรธุรกิจภาคเอกชน
3. เพื่อศึกษารูปแบบอิทธิพลของการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกและการให้อำนาจหน้าที่ที่แฝงตัวเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความคิดเห็นของพนักงานองค์กรธุรกิจภาคเอกชน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะตัวแปรดังต่อไปนี้
 - 1.1 ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม (ethical leadership)
 - 1.2 การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก (Leader Member Exchange--LMX)

1.3 การให้อำนาจหน้าที่ (empowerment)

1.4 การแสดงความคิดเห็นของพนักงาน (employee voice)

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านเวลา มีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในปี พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เป็นการสนับสนุนทฤษฎีการศึกษาอิทธิพลคั่นกลางอนุกรมของการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก และการให้อำนาจหน้าที่เชื่อมโยงอิทธิพลของ ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม สู่การแสดงความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน

2. เพื่อก่อให้เกิดความรู้ใหม่จากผลการวิจัย และสามารถนำความรู้ใหม่ไปศึกษาเพิ่มเติมสำหรับการวิจัยในอนาคตในบริบทที่แตกต่างออกไป ซึ่งผลการวิจัยอาจมีความแตกต่างกัน

3. เพื่อเป็นความรู้แก่ผู้ที่สนใจเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้ในการกำหนดวิสัยทัศน์ มาตรการ หรือนโยบายการจัดการองค์การและการบริหารทรัพยากรบุคคล

4. องค์การธุรกิจภาคเอกชนในประเทศไทยสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ศึกษาเพื่อการพัฒนาการบริหารองค์การและทรัพยากรบุคคลให้เกิดการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน และประกอบการตัดสินใจเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา วางแผนงานปรับปรุงและพัฒนาองค์การให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อความสำเร็จขององค์การต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม ผู้นำองค์การเป็นบุคคลที่มีความสำคัญยิ่งในการนำองค์การไปสู่ความสำเร็จ มี

อิทธิพลต่อการกำหนดเป้าหมายและนโยบายรวมถึงการดำเนินงานขององค์การ Brown and Trevino (2006) กล่าวว่าคุณสมบัติที่โดดเด่นของผู้นำที่ประสบความสำเร็จในโลกยุคใหม่ต้องเป็นผู้นำที่มีคุณธรรม จริยธรรม และต้องแสดงออกถึงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม โดยส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความสามัคคี ผู้นำที่เก่งหรือความสามารถสูงเพียงอย่างเดียวไม่ใช่ผู้นำที่ประสบความสำเร็จ แต่ผู้นำที่จะประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนต้องมียุทธศาสตร์ประกอบหลายอย่าง และจริยธรรมก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญมาก จากสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรง ทุกองค์การต่างต้องการความเติบโตและการอยู่รอด ผู้นำองค์การต้องประสบกับความกดดันต่างๆ และองค์การต้องได้รับการสนับสนุนจากพนักงานในการขับเคลื่อนธุรกิจ ผู้นำจึงมีบทบาทสำคัญในการโน้มน้าวและนำองค์การไปสู่ความสำเร็จ องค์การทุกองค์การต่างต้องการความเข้มแข็งจากภายในเพื่อขับเคลื่อนทั้งระบบอย่างสัมพันธ์กัน พนักงานหรือสมาชิกทุกคนขององค์การต้องเอื้อต่อกันในการส่งเสริมพัฒนาองค์การไปสู่ความสำเร็จ องค์การจึงจำเป็นต้องมีผู้นำองค์การที่มีคุณธรรมและจริยธรรมและเป็นแบบอย่างที่ดีมีอัตลักษณ์ทางศีลธรรม (moral identity)

การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก เป็นการแลกเปลี่ยนสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ใต้บังคับบัญชาแต่ละคนมากกว่าความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับกลุ่ม ซึ่งแต่ละความสัมพันธ์มีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันในคุณภาพการแลกเปลี่ยน ดังนั้น ผู้นำเดียวกันอาจจะมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ไม่ดีกับผู้ใต้บังคับบัญชาและเปิดความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ที่ได้รับความไว้วางใจเป็นรายบุคคล (Lunenburg, 2010)

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก เป็นทฤษฎีภาวะผู้นำที่แตกต่างจากทฤษฎีแนวคิดภาวะผู้นำแนวอื่นๆ คือ รูปแบบการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกไม่ได้มีเพียง

รูปแบบเดียว แต่ผู้นำจะปฏิบัติและมีความสัมพันธ์กับสมาชิกในแต่ละคนที่แตกต่างกันซึ่งทำให้การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกมีความแตกต่างในระดับสูงถึงต่ำ (Graen, Novak, & Sommerkamp, 1982; Graen & Uhi-Bien, 1995) โดยการศึกษาวิจัยในเรื่องการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก (LMX) มีมานานกว่า 25 ปี (Graen & Uhi-Bien, 1995) โดยได้พัฒนาแนวความคิดของทฤษฎีดังกล่าวมาจากทฤษฎีความสัมพันธ์รายคู่แนวตั้ง (Vertical Dyad Linkage Theory-VDL) (Schriesheim, Castro, & Cogliser, 1999) ซึ่งแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก (LMX) มีพื้นฐานมาจากรูปแบบการแลกเปลี่ยนทางสังคม (social exchange) และแนวคิดเรื่องการสร้างบทบาท (role-making)

ในการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก มีขั้นตอนในการพัฒนา 3 ขั้นตอน ดังนี้ (Lord & Maher, 1991, p. 124; Yukl, 1998, p. 151) ขั้นที่ 1 การเข้ารับบทบาท (role-taking) เริ่มจากบุคคลเข้ามาเป็นสมาชิกในองค์กร ต่อมาผู้นำจะมีการสื่อสารและประเมินความสามารถหรือความสามารถพิเศษของผู้ตามโดยผู้นำจะเป็นผู้ประเมินและให้บทบาท ซึ่งผู้นำจะเป็นผู้กำหนดว่าผู้ตามจะต้องปฏิบัติงานอะไรบ้าง ในขั้นนี้ผู้ตามจะแสดงบทบาทตามที่ได้รับมอบหมายและมีการสื่อสารบทบาทแบบทางเดียวจากผู้นำสู่ผู้ตาม ขั้นที่ 2 การสร้างบทบาท (role-making) ในขั้นนี้ผู้นำและผู้ตามจะมีการพัฒนาปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันโดยเริ่มจากการเจรจาต่อรองอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งผู้ตามแต่ละบุคคลเริ่มที่จะสร้างบทบาทของตนเอง โดยเริ่มที่จะมีการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์เกิดขึ้น ซึ่งจะเริ่มพัฒนาจากความเชื่อใจ ความซื่อสัตย์ และความนับถือซึ่งกันและกัน ขั้นที่ 3 การแสดงบทบาทประจำ (role-reutilization) รูปแบบการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์จะปรากฏออกมาและจะดำเนินต่อเนื่อง

จนกระทั่งเป็นบทบาทประจำ การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ในขั้นตอนนี้เปลี่ยนจากพื้นฐานของความสนใจในเรื่องของตนเองเป็นความสนใจระหว่างกันเพื่อไปสู่เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของงานอย่างเดียวกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการให้อำนาจหน้าที่ การให้อำนาจหน้าที่เป็นกระบวนการที่ช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น เพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงาน จะช่วยให้บุคลากรมั่นใจในการทำงาน การให้อำนาจหน้าที่จะช่วยให้บุคลากรมีอิสระ และกล้าตัดสินใจในการแก้ปัญหาต่างๆ ได้ดีขึ้น ความสัมพันธ์กับบุคลากรจะช่วยให้เกิดเครือข่ายที่ดีในการทำงาน Blanchard, Carlos, and Randolph (2001) กล่าวว่า องค์ประกอบของการให้อำนาจหน้าที่ (elements of empowerment) ที่สามารถทำให้องค์การประสบความสำเร็จนั้นจะต้องมีองค์ประกอบ ดังนี้ (1) พนักงานได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานนั้น พนักงานมีความเข้าใจในการทำงาน และข้อมูลรายละเอียดเพียงพอที่จะรับผิดชอบงานนั้นได้ (2) พนักงานได้รับความรู้และทักษะในการทำงานที่ช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมายได้ องค์การมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้และทักษะที่ใช้ในการทำงาน ความรู้และทักษะเหล่านั้นช่วยเพิ่มสมรรถภาพในการทำงานได้มากขึ้น (3) พนักงานมีอำนาจในการตัดสินใจแทนได้ การทำงานในสภาพการแข่งขันในทุกวันนี้ คือการให้พนักงานมีอำนาจเพียงพอในการทำงาน และการทำงานตามทิศทางขององค์การโดยมีการควบคุมตนเอง (4) พนักงานเข้าใจความหมายความสำคัญของผลที่เกิดจากการทำงานที่ได้รับอำนาจมา ทำให้พนักงานเห็นความสำคัญและผลของการทำงานทำให้พนักงานทำงานปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสมเพื่อที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จ และ (5) พนักงานได้รับรางวัลจากการทำงาน การให้รางวัลแก่พนักงานอยู่บนพื้นฐานของความสำเร็จขององค์การ การได้รับกำไรมากขึ้น หมายถึงการที่พนักงานได้รับค่าตอบแทนเพิ่มขึ้น มีการแบ่งปันผลกำไรให้แก่พนักงาน รางวัลจึงเป็นองค์ประกอบ

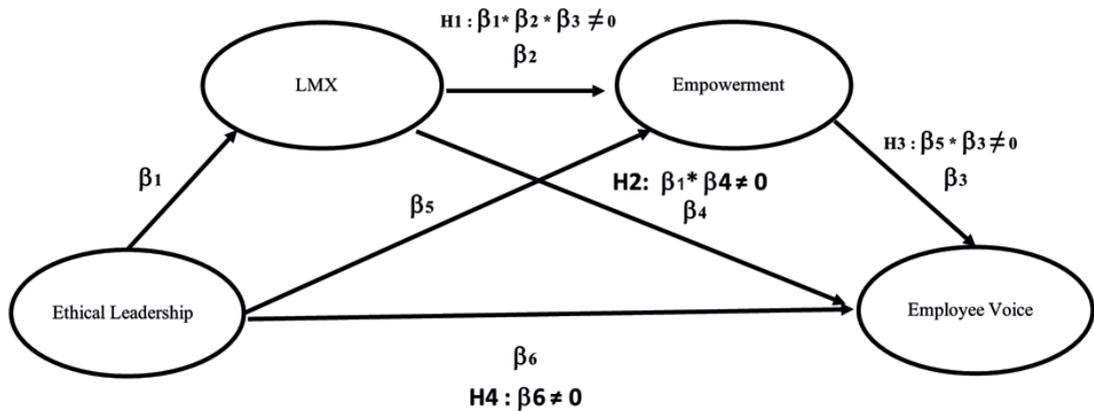
สำคัญอย่างหนึ่งในการสร้างเสริมพลังอำนาจให้แก่พนักงานที่พนักงานจะได้รับจากการทำงาน

แนวคิดการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน พฤติกรรมของการแสดงความคิดเห็น หมายถึง พฤติกรรมซึ่งเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและหรือมีจุดมุ่งหมายเพื่อประโยชน์ขององค์กรซึ่งเป็นการตัดสินใจนอกเหนือไปจากความคาดหวังในบทบาทที่มีอยู่แล้ว เป็นพฤติกรรมซึ่งจำเป็นหรือคาดว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติหน้าที่และความรับผิดชอบเนื่องจากพฤติกรรมมีความจำเป็นต้องมีในการปฏิบัติงาน ความล้มเหลวของพฤติกรรมของการแสดงความคิดเห็นของพนักงานอาจส่งผลให้ผลตอบแทนขององค์กรน้อยลง และเกิดผลกระทบทางการเงิน (Van Dyne & LePine, 1998) ในทางตรงกันข้ามพฤติกรรมของการแสดงความคิดเห็นของพนักงานไม่ได้รับบุการให้รางวัลไว้และไม่มีผลกระทบเชิงลบโทษ หากพนักงานไม่มีการแสดงความคิดเห็น (Van Dyne & LePine, 1998) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Van Dyne, Cummings, and McLean (1995) เน้นความสำคัญของพฤติกรรมของการแสดงความคิดเห็นของพนักงานที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร ซึ่งในปัจจุบันหลายหน่วยงานได้มีการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าผู้รับบริการ และความคิดเห็นของลูกค้าผู้ปฏิบัติงาน แต่อาจเป็นการดำเนินการแบบแยกส่วนและยังขาดการวิเคราะห์เชื่อมโยงทั้งสองเรื่องเข้าด้วยกัน จึงทำให้พลาดโอกาสที่จะมีสารสนเทศเชิงวิเคราะห์อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของการบริหารจัดการองค์กร (1) ความคิดเห็นของพนักงาน

ที่สะท้อนประสบการณ์ของลูกค้า (2) ความคิดเห็นของพนักงานกับการจัดการทุนมนุษย์ (3) วิธีการฟังความคิดเห็นของพนักงาน (4) ปัจจัยแห่งความสำเร็จ การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและการดึงศักยภาพที่พนักงานมือออกมาใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด ดังนั้นในการปรับปรุงธุรกิจและการบริหารจัดการจึงมักเกี่ยวข้องกับการนำข้อมูลย้อนกลับ ซึ่งเป็นความคิดเห็นย้อนกลับจากลูกค้าและจากพนักงานมาประกอบการพิจารณา จึงไม่น่าแปลกใจ ถ้าจะเห็นองค์กรจำนวนมากมีการสำรวจความคิดเห็นเพื่อฟังความคิดเห็นของลูกค้า และความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงาน พนักงานและข้าราชการอยู่เป็นประจำ

Cohen and Uphoff (1986) จำแนกชนิดของการมีส่วนร่วมเอาไว้ 4 รูปแบบ ดังนี้ (1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจลงมือปฏิบัติการ (2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (implementation) ประกอบไปด้วยการสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การเข้าร่วมในการบริหาร และการประสานขอความร่วมมือ (3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (benefits) ทางด้านต่างๆ ประกอบไปด้วยผลประโยชน์ทางด้านวัสดุ ผลประโยชน์ทางสังคม และผลประโยชน์ส่วนบุคคล และ (4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (evaluation) เกี่ยวกับการควบคุมและการตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกและการให้อำนาจหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน

สมมุติฐานที่ 2 การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกเป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน

สมมุติฐานที่ 3 การให้อำนาจหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน

สมมุติฐานที่ 4 ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมมีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed-methods research) เป็นการผนวกรวมการวิจัยสองรูปแบบเข้าด้วยกัน คือ การวิจัยเชิงปริมาณ

(quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 500 ชุด ซึ่งถือเป็นจำนวนตัวอย่างที่ดีมาก (very good) โดยใช้แผนสำรวจแบบแบ่ง 3 ชั้น (stratified three stage sampling scheme) คือ ชั้นที่ 1 กำหนดเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอยู่ทั้งสิ้น 12 เขตพื้นที่ ชั้นที่ 2 จำนวนสถานประกอบการในแต่ละเขตพื้นที่ ชั้นที่ 3 จำนวนพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน รวมเป็น 500 คน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์พนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 ราย และได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ โดยนำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรม Smart PLS 3.0 โดยแบ่งเป็น

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) แบบเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (cross-sectional study) โดยใช้การสำรวจด้วยแบบสอบถาม (questionnaire) การกำหนดขนาดตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ ตามแนวคิดของ Comrey and Lee (1992) จำนวน 500 คน จากพนักงานองค์การธุรกิจ

ภาคเอกชนในเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร เครื่องมือในการศึกษาเป็นแบบสอบถามแบ่งเป็น 7 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางสังคมประชากร ส่วนที่ 2 อັตลัษณ์ทางศีลธรรม ส่วนที่ 3 ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม ส่วนที่ 4 การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก ส่วนที่ 5 การให้อำนาจหน้าที่ ส่วนที่ 6 เสียงหรือความคิดเห็นของพนักงาน และ ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะทั่วไป การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการวัดความเที่ยงตรงด้วยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) เกณฑ์ไม่น้อยกว่า 0.5 (Best, 1977) นำไปทดลองใช้กับตัวอย่างจำนวน 50 ชุด เพื่อวัดความเชื่อมั่นจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของ Cronbach (1990) เกณฑ์ยอมรับค่า α มากกว่า 0.5 ถือว่าเชื่อถือได้ ซึ่งมีค่าดังนี้ อັตลัษณ์ทางศีลธรรมมีค่าเท่ากับ .943 ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมค่าเท่ากับ .975 การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกค่าเท่ากับ .941 การให้อำนาจหน้าที่ค่าเท่ากับ .934 เสียงหรือความคิดเห็นของพนักงานมีค่าเท่ากับ .920 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การกระจาย สถิติอนุมาน (inferential statistics) ด้วยตัวแบบสมการโครงสร้าง (SEM)

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการ สัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant interview) โดยผู้วิจัยเลือกพิจารณาตัวอย่างเอง ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจและสามารถให้ข้อมูลในเรื่องนั้นได้เป็นอย่างดี ได้แก่ พนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชนตามเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของมาตรวัด (Piriyakul, 2019)

1.1 R^2 เรียกว่า Overall Effect Size เกณฑ์ คือ

$R^2 = 0.19, 0.33, 0.67$ แสดงว่าปัจจัยสาเหตุมีอิทธิพลร่วมกันต่อปัจจัยผลลัพธ์ต่ำ ปานกลาง และสูงตามลำดับ

1.2 Effect size (f^2) ใช้แสดงอิทธิพลของตัวแปรสาเหตุที่มีต่อตัวแปรผลลัพธ์เดียวกัน ค่านี้สามารถใช้ร่วมกับค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (โดยปกติจะเสนอเป็นค่าปรับมาตรฐาน) ตัวแปรใดมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงกว่าแสดงว่ามีอิทธิพลต่อตัวแปรผลลัพธ์มากกว่า เกณฑ์ระดับอิทธิพล คือ 0.02, 0.15, 0.35 แสดงว่ามีอิทธิพลน้อย ปานกลาง และสูงตามลำดับ

1.3 คำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยวิธีของ Cronbach (1990) โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) โดยมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α หมายถึง ค่าความสอดคล้องภายใน
n หมายถึง จำนวนข้อคำถามทั้งหมด

$\sum S_i^2$ หมายถึง ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_t^2 หมายถึง ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.8 ซึ่งอยู่ในระดับดี

1.4 Composite Reliability (CR) คือ ค่าดัชนีวัดความน่าเชื่อถือได้ โดยที่ CR ไม่ควรต่ำกว่า 0.60

1.5 Average variance extracted (AVE) = คือค่าเฉลี่ยความผันแปรในกลุ่มตัวชี้วัดที่ LV สามารถอธิบายตัวชี้วัดได้ เกณฑ์คือ $AVE \geq 0.50$ และต้องมากกว่า Cross Loading

1.6 Fornell - Larcker Criterion การแปลผล (1) $AVE_i > r_{ij}$; $\text{alli} \neq j$ แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวชี้วัดภายในกลุ่มเดียวกันสูงกว่าความสัมพันธ์ระหว่าง

คะแนนปัจจัยของตัวแปรแฝงที่สนใจกับตัวแปรแฝงอื่น แสดงว่ามีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก หรือ (2) $AVE_i > r_{ij}^2$ แสดงถึง Indicator Reliability สูงกว่าสัดส่วนความผันแปรที่ตัวแปรแฝงที่ i กับตัวแปรแฝงที่ j ต่างควบคุมความผันแปรของกันและกัน แสดงว่า มีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

1.7 Heterotrait - Monotrait Correlation Ratio (HTMT) ใช้วัดความเที่ยงตรงเชิงจำแนกโดยเปรียบเทียบเป็นคู่ๆ ระหว่างคู่ตัวแปรแฝง ค่านี้ต้องน้อยกว่า 1 ถ้ามากกว่า 1 แสดงว่าขาดความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เป็นสถิติที่ใช้บรรยายคุณลักษณะและคุณสมบัติของประชากร

2.1 ใช้คำร้อยละ (percentage) ใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

2.2 ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ใช้สำหรับแปลความหมายของข้อมูลเพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร

3. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistic) เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (hypothesis testing) เพื่อหาความสัมพันธ์และหาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling--SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Smart PLS 3.0 (Ringle, Wende, & Will, 2005)

4. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาสังเคราะห์นำเสนอในรูปแบบของข้อมูลเชิงคุณภาพ

5. นำเสนอผลการวิจัยเชิงเปรียบเทียบทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะและคุณสมบัติของประชากร

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรเชิงเปรียบเทียบ ในการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 21-40 ปี ในผลการวิจัยเชิงปริมาณ และอายุเฉลี่ย 36 ปี ในผลการวิจัยเชิงคุณภาพ การศึกษาในระดับปริญญาตรี ในผลการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ประสบการณ์ทำงาน 5-10 ปี ในผลการวิจัยเชิงปริมาณ และ 9 ปี ในผลการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวนพนักงานในสถานประกอบการ มากกว่า 50 คน ในผลการวิจัยเชิงปริมาณ 20-30 คน ในผลการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวนพนักงานในแผนก 4-7 คน ในผลการวิจัยเชิงปริมาณ และ 3-5 คน ในผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งสรุปในภาพรวมมีความสอดคล้องและสนับสนุนกัน

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยสรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก การให้อำนาจหน้าที่ และการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน พบว่า ในภาพรวมทุกรายการในความเห็นของพนักงานอยู่ในระดับมากขึ้นต่ำ (lower high) ทุกด้านและทุกตัวชี้วัด สรุปได้ ดังนี้

2.1 ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม พบว่า ระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านนี้ภาพรวม ทุกรายการในความเห็นของพนักงานอยู่ในระดับมากขึ้นต่ำ (lower high) ทุกด้านและ ทุกตัวชี้วัด สรุปประเด็นสำคัญ พบว่า ในกลุ่มตัวแปรนี้ ประเด็นการเคารพนับถือพนักงานมีความเห็นว่ามีอยู่ในระดับมากขึ้นต่ำและมีค่าคะแนนสูงสุดในข้อผู้บังคับบัญชามีการให้เกียรติพนักงานและบุคคลอื่นๆ ส่วนประเด็นความไว้วางใจพนักงานมีความเห็นว่ามีอยู่ในระดับมากขึ้นต่ำ แต่มีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดในข้อผู้บังคับบัญชาให้เกียรติ เคารพการตัดสินใจ เข้าใจข้อผิดพลาดของบุคลากร

2.2 การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ระดับความคิดเห็นในปัจจุบันด้านนี้ภาพรวมทุกรายการในความเห็นของพนักงานอยู่ในระดับมากขึ้นต่ำ (lower high) ทุกด้านและทุกตัวชี้วัด สรุปประเด็นสำคัญ พบว่า ในกลุ่มตัวแปรนี้ ประเด็นการร่วมกันสร้างผลงาน พนักงานมีความเห็นว่ายู่ในระดับมากขึ้นต่ำ และมีค่าคะแนนสูงสุดในข้อทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ ส่วนประเด็นการนับถือความเป็นนักวิชาชีพ พนักงานมีความเห็นว่ายู่ในระดับมากขึ้นต่ำ แต่มีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดในข้อผู้บังคับบัญชา มีปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความเต็มใจและมีอิสระ

2.3 การให้อำนาจหน้าที่ พบว่า ระดับความคิดเห็นในปัจจุบันด้านนี้ภาพรวมทุกรายการ ในความเห็นของพนักงานอยู่ในระดับมากขึ้นต่ำ (lower high) ทุกด้านและทุกตัวชี้วัด สรุปประเด็นสำคัญ พบว่า ในกลุ่มตัวแปรนี้ ประเด็นการแสดงความสามารถ พนักงานมีความเห็นว่ายู่ในระดับมากขึ้นต่ำ และมีค่าคะแนนสูงสุดในข้อท่านปฏิบัติหน้าที่ด้วยความมุ่งมั่น และพยายามแก้ปัญหาข้อบกพร่องอย่างเต็มความสามารถ ส่วนประเด็นการเห็นความสำคัญของผลจากการทำงาน พนักงานมีความเห็นว่ายู่ในระดับมากขึ้นต่ำ แต่มีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดในข้อในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา

2.4 การแสดงความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน พบว่าระดับความคิดเห็นในปัจจุบันด้านนี้ภาพรวมทุกรายการในความเห็นของพนักงานอยู่ในระดับมากขึ้นต่ำ (lower high) ทุกด้านและทุกตัวชี้วัด สรุปประเด็นสำคัญ พบว่า ด้านการแสดงความความคิดเห็นในการร่วมดำเนินงาน พนักงานมีความเห็นว่า อยู่ในระดับมากขึ้นต่ำและมีค่าคะแนนสูงสุดในข้อท่านได้รับการเสนอชื่อให้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ขององค์การ ส่วนประเด็นการแสดงความความคิดเห็นในการวางแผน พนักงานมีความเห็นว่ายู่ในระดับมากขึ้นต่ำ แต่มีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดใน

ข้อผู้บังคับบัญชามักจะหารือท่านในการตัดสินใจปรับแผนการทำงานของแผนก

3. ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกและการให้อำนาจหน้าที่ เป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน พบว่า ผลการทดสอบสมมุติฐาน ข้อมูลเชิงประจักษ์จากการวิจัยเชิงปริมาณสนับสนุนสมมุติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลัก สนับสนุนสมมุติฐานเช่นกัน หมายความว่า การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกและการให้อำนาจหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน

สมมุติฐานที่ 2 การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกเป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน พบว่า ผลการทดสอบสมมุติฐาน ข้อมูลเชิงประจักษ์จากการวิจัยเชิงปริมาณสนับสนุนสมมุติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลัก สนับสนุนสมมุติฐานเช่นกัน หมายความว่า การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกเป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน

สมมุติฐานที่ 3 การให้อำนาจหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน พบว่า ผลการทดสอบสมมุติฐาน ข้อมูลเชิงประจักษ์จากการวิจัยเชิงปริมาณสนับสนุนสมมุติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และผลการวิจัยเชิง

คุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลัก สนับสนุนสมมุติฐานเช่นกัน หมายความว่า การให้อำนาจหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลาง เชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความ คิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน

สมมุติฐานที่ 4 ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมมีอิทธิพล ต่อการแสดงความ คิดเห็นของพนักงานองค์การ ธุรกิจภาคเอกชน พบว่า ผลการทดสอบสมมุติฐาน ข้อมูลเชิงประจักษ์จากการวิจัยเชิงปริมาณสนับสนุน สมมุติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลัก สนับสนุนสมมุติฐานเช่นกัน หมายความว่า ภาวะผู้นำ เชิงจริยธรรมมีอิทธิพลต่อการแสดงความ คิดเห็นของ พนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศที่ได้จาก การวิจัยเชิงคุณภาพ ทำให้ผู้วิจัยได้ค้นพบผลการศึกษา เพิ่มเติมดังนี้คือ ปัจจัยที่มีผลทำให้การให้อำนาจหน้าที่ มีอิทธิพลต่อการแสดงความ คิดเห็นของพนักงาน ได้แก่ วัฒนธรรม แรงจูงใจในการทำงาน ทักษะคนตัวบุคคล และบรรยากาศภายในที่ทำงาน

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ระหว่างภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความ คิดเห็นของพนักงาน สัมประสิทธิ์เส้นทางมีค่าสูงมากเกิน ไป มีค่าเท่ากับ 0.613 ค่า t เท่ากับ 20.671 (มากกว่า 2.58) และมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ภาวะผู้นำ เชิงจริยธรรมมีอิทธิพลต่อการแสดงความ คิดเห็นของ พนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชนสูงมาก แต่อาจสูง มากเกินกว่าที่ควรจะเป็น

ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความสัมพันธ์เพิ่มเติมว่ามี ปัจจัยใดที่แฝงซ่อนตัวเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม และการแสดงความ คิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจ ภาคเอกชนเพิ่มเติม และเมื่อนำตัวแปรคั่นกลางการ แลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกและ

การให้อำนาจหน้าที่เข้ามาทำการทดสอบก็พบว่า สัมประสิทธิ์เส้นทางมีค่าลดลงเท่ากับ 0.181 แต่ก็ยังมี นัยสำคัญทางสถิติอยู่ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก และการให้อำนาจหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (partial mediation) ที่มีอิทธิพลทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่าง ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความ คิดเห็นของ พนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน และยังมีตัวแปร อื่นอีกนอกเหนือจากการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ ระหว่างผู้นำกับสมาชิก และการให้อำนาจหน้าที่ที่แฝง ตัวซ่อนอยู่

ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเส้นทางลัดด้วยการทดสอบ ความสัมพันธ์ตัวแบบสมการโครงสร้างการแลกเปลี่ยน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกเป็นตัวแปรคั่น กลางเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความ คิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน และทดสอบความสัมพันธ์ตัวแบบสมการโครงสร้าง การให้อำนาจหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยง ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความ คิดเห็น ของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชนเพิ่มเติม โดย พิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปรคั่นกลางการ แลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก และ การให้อำนาจหน้าที่ พบว่าอิทธิพลตามเส้นทางมีค่า t มากกว่า 2.58 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แสดง ให้เห็นว่า การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำ กับสมาชิก มีอิทธิพลเป็นตัวแปรคั่นกลางเดี่ยวเชื่อม โยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความ คิดเห็น ของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชนได้ และการให้อำนาจหน้าที่ มีอิทธิพลเป็นตัวแปรคั่นกลางเดี่ยวเชื่อม โยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความ คิดเห็นของ พนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชนได้เช่นกัน

สรุปได้ว่า ผลการทดสอบสนับสนุนสมมุติฐานทั้ง 4 ข้อ ผู้วิจัยจึงศึกษาเพิ่มเติมว่า ตัวแปรใดที่มีอิทธิพล สูงที่สุดที่มีอิทธิพลทำให้เกิดการแสดงความ คิดเห็น

ของพนักงาน พบว่า การให้อำนาจหน้าที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็นของพนักงานมากกว่าตัวแปรภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม และการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก โดยมีอิทธิพลค่อนข้างสูง จากการพิจารณา ค่า f^2 ประกอบกับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางและค่า t

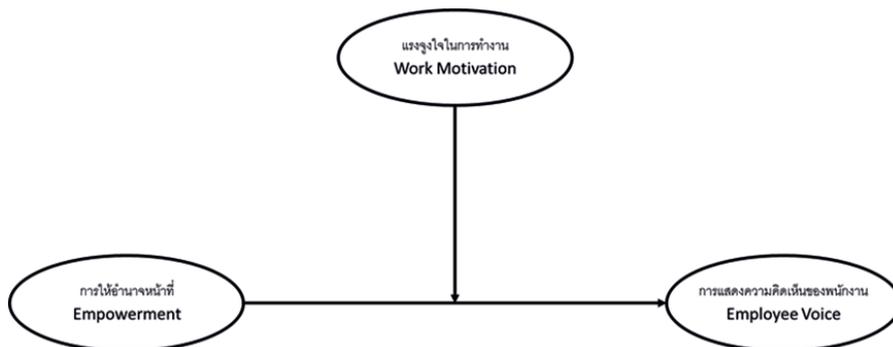
ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ผลการวิจัยสนับสนุนสมมุติฐานการวิจัยทั้ง 4 ข้อสนับสนุนและยืนยันข้อมูลเชิงปริมาณ

สรุปผลการศึกษาได้ว่า เส้นทางที่มีความเป็นไปได้สูงสุด คือ เส้นทางที่การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกและการให้อำนาจหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความคิดเห็นของพนักงาน เป็นเส้นทางที่มีค่า t สูงสุด เท่ากับ 5.846 (มากกว่า 2.58) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เส้นทางที่มีความเป็นไปได้ถัดมา คือ เส้นทางที่การให้อำนาจหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลาง เชื่อมโยงภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสู่การแสดงความคิดเห็นของพนักงาน องค์การธุรกิจภาคเอกชน เป็นเส้นทางที่มีค่า t เท่ากับ

4.005 (มากกว่า 2.58) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากสารสนเทศที่ได้จากข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพทำให้ผู้วิจัยได้ค้นพบความรู้ใหม่ที่นอกเหนือไปจากกรอบแนวคิดของการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็นของพนักงานองค์การธุรกิจภาคเอกชน มีตัวแปรอื่นที่นอกเหนือจากตัวแปรการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก และการให้อำนาจหน้าที่ตามกรอบแนวคิดได้แก่ วัฒนธรรม แรงจูงใจในการทำงาน ทักษะคนดีส่วนบุคคล และบรรยากาศภายในที่ทำงาน และสืบเนื่องจากสภาพแวดล้อมขององค์กรที่มีแรงจูงใจที่ดี มีความปลอดภัยทางจิตใจ จะช่วยสนับสนุนให้พนักงานแสดงความคิดเห็นและพูดเพื่อการเติบโตและความเจริญรุ่งเรืองขององค์กร (Hassan, M., Hassan, I., & Batool, 2015) ข้อค้นพบเหล่านี้เกิดเป็นความรู้ใหม่ที่ทฤษฎีฐานราก (grounded theory) คือ แรงจูงใจในการทำงานเป็นตัวแปรกำกับเส้นทางที่การให้อำนาจหน้าที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน



ภาพ 2 แรงจูงใจในการทำงานเป็นตัวแปรกำกับเส้นทางที่การให้อำนาจหน้าที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาบริบทการแสดงความคิดเห็นของพนักงานองค์การภาครัฐเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของอิทธิพลของตัวแปรที่ทำให้เกิดการแสดงความคิดเห็นของพนักงานของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

2. ควรนำผลการศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เป็นข้อค้นพบเกิดเป็นความรู้ใหม่ที่สู่ทฤษฎีฐานราก (grounded theory) คือ แรงจูงใจในการทำงานเป็นตัวแปรกำกับเส้นทางที่การให้อำนาจหน้าที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน ไปศึกษาและพิสูจน์ต่อไปเพื่อนำผลการวิจัยไปปรับใช้ให้เป็นประโยชน์และมีคุณค่ามากขึ้น

References

- Best, J. W. (1977). *Research in education* (3rd ed.). Prentice Hall.
- Blanchard, K., Carlos, J. P., & Randolph, A. (2001). *Empowerment takes more than a minute* (2nd ed.). Berrett-Koehler.
- Brown, M. E., & Trevino, L. K. (2006). Ethical leadership: A review and future directions. *Leadership Quarterly*, 17(6), 595-616.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1986). *World development*. McGraw-Hill.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis*. Erlbaum.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychology testing* (5th ed.). Harper Collins.
- Detert, J. R., & Burris, E. R. (2007). Leadership behavior and employee voice: Is the door really open. *Academy of Management Journal*, 50(4), 869-884.
- Graen, G. B., Novak, M., & Sommerkamp, P. (1982). The effects of leader-member exchange and job design on productivity and satisfaction: Testing a dual attachment model. *Organizational Behavior and Human Performance*, 30, 109-131.
- Graen, G. B., & Uhi-Bien, M. (1995) Development of Leader-Member Exchange (LMX) theory of leadership over 25 years: Applying a multi-level domain perspective. *Leadership Quarterly*, 6, 219-247.
- Hassan, M., Hassan, I., & Batool, F. (2015). Employee voice behaviour in organisations: Evidence from Pakistan. *Asian Journal of Management Science and Applications*, 2(2), 195-212.
- LePine, J. A., & Van Dyne, L. (2001). Voice and cooperative behavior as contrasting forms of contextual performance: Evidence of differential relationships with big five personality characteristics and cognitive ability. *Journal of Applied Psychology*, 86(2), 326-336.
- Lord, R., & Maher, K. (1991). *Leadership and information processing: Linking perception and performance*. Unwin Hyman.

- Lunenburg, F. C. (2010). Leader-member exchange theory: Another perspective on the leadership process. *International Journal of Management, Business, and Administration*, 13(1), 1-5.
- Piriyakul, M. (2019). *Smart PLS for structural equation modeling*. Ramkhamhaeng University, Faculty of Science. [In Thai]
- Ringle, C. M., Wende, S., & Will, S. (2005). *Smart PLS 2.0 (M3) Beta*. Retrieved from <http://www.smartpls.de>
- Schriesheim, C. A., Castro, S. L., & Cogliser, C. C. (1999). Leader-Member Exchange (LMX) research: A comprehensive review of theory, measurement, and data-analytic practices. *Leadership Quarterly*, 10(1), 63-113.
- Van Dyne, L., Cummings, L., & McLean, P. J. (1995). Extra-role behaviors: In pursuit of construct and definitional clarity. In L. L. Cummings & B. M. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior* (pp. 215-285). JAI Press.
- Van Dyne, L., & LePine, J. A. (1998). Helping and voice extra-role behaviors: Evidence of construct and predictive validity. *Academy of Management Journal*, 41(1), 108-119.
- Yukl, G. A. (1998). *Leadership in organizations* (4th ed.). Prentice Hall.

การพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้

ชนพร ไชยมงคล¹ วุฒิพล สกลเกียรติ²
วรรณวิภา จัตูชัย³ สาธิษฐ์ นากกระแสร⁴

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นบทความเชิงปริมาณโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัญหาด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ (2) พัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้ และ (3) ประเมินสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้ ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณได้แก่บุคลากรสายวิชาการ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 38 แห่ง 5 ภูมิภาค จำนวน 240 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มหลายขั้นตอน ใช้สถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (t - test for independent) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า (1) สมรรถนะที่จำเป็นและต้องการในการพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยสูงสุดมี 4 ด้าน (2) กรอบในการร่างระบบสารสนเทศ เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มีความเหมาะสม และทุกประเด็นมีความสอดคล้องกัน และ (3) การนำร่างระบบสารสนเทศการเรียนรู้ ไปดำเนินการทดลองกับตัวอย่างที่เป็นอาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ที่ยังไม่มีความรู้ด้านการทำวิจัยในสาขาการศึกษา จำนวน 40 คน พบว่า ตัวอย่างมีสมรรถนะด้านการวิจัยหลังการทดลองใช้สูงกว่าก่อนการทดลองใช้ระบบการพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัย ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้ และตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้ระบบสารสนเทศ เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

คำสำคัญ: บุคลากรสายวิชาการ; สมรรถนะด้านการวิจัย; ระบบสารสนเทศการเรียนรู้

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ชนพร ไชยมงคล, วุฒิพล สกลเกียรติ, วรรณวิภา จัตูชัย และสาธิษฐ์ นากกระแสร. (2564). การพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 721-733.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนารัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: thanaporn.ch@ru.ac.th

² คณะพัฒนารัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

⁴ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

The Development of Learning Information System to Improve Research Competence for Academic Staff at Rajabhat University

Thanaporn Chaimongkol¹ Wuthipon Sakonkiat²

Wanwipa Chatuchai³ Sathit Nakkrasae⁴

Abstract

This is a quantitative research article aiming to (1) study the research problems of academic staff at Rajabhat University (2) to develop research competencies of academic staff at Rajabhat University through learning information systems, and (3) to evaluate the research competencies of academic staff at Rajabhat University through learning information systems. The samples in quantitative research were 240 academic personnel of 38 Rajabhat Universities in 5 regions. Multistage cluster sampling and statistics were used to compare the mean between two sampling groups (t - test for Independent) by computer program to analyze the data.

The results are as follows: (1) The highest competencies necessary and required for the development of academic research consist of 4 competencies. (2) Framework for drafting the learning information systems to develop research competencies of academic staff were found to be appropriate and every issue was consistent. (3) After testing the learning information systems with the sample of 40 academic staff at Rajabhat University who hadn't done the research projects, the results showed that the samples had higher research competencies before testing and the sample group was satisfied with the use of information systems to develop research competencies at the highest level in all aspects.

Keywords: Academic Staff; Research Competencies; Learning Information Systems

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Chaimongkol, T., Sakonkiat, W., Chatuchai, W., & Nakkrasae, S. (2021). The development of learning information system to improve research competence for academic staff at Rajabhat University. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 721-733.

¹ Doctor of Philosophy Program in Human Resource Development, Ramkhamhaeng University

2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand

E-mail: thanaporn.ch@rumail.ru.ac.th

² Faculty of Human Resource Development, Ramkhamhaeng University

³ Faculty of Education, Suan Dusit University

⁴ Faculty of Science, Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศให้อยู่ในฐานะที่พึ่งพาตนเองได้ พร้อมต่อการแข่งขันในระดับนานาชาติและสร้างความยั่งยืนให้กับประเทศนั้นมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาหลายประการ องค์ประกอบที่นับว่าเป็นหัวใจหลักอย่างหนึ่งคือ “การวิจัย” เพราะ “การวิจัย” เป็นการสร้างและพัฒนาความรู้ที่เป็นช่องทาง และวิธีการที่พัฒนาประเทศได้เร็ว ประหยัดงบประมาณ สิ้นเปลืองเวลาและทรัพยากรน้อยกว่าประเทศต่างๆ ที่มุ่งเน้นด้านการวิจัย โดยใช้ตัวชี้วัดเป็นตัวเลขงบประมาณที่ใช้ในการวิจัยต่อ GDP และประเทศที่มีตัวเลขงบประมาณด้านการวิจัยต่อ GDP สูงมักเป็นประเทศที่พัฒนาได้เร็วกว่าประเทศอื่นๆ และสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถกำหนดบทบาทของประเทศตนในเวทีโลกได้ รวมทั้งการสร้างแนวโน้มทางวิชาการแห่งอนาคต (future academic trend) แต่การวิจัยจะเกิดขึ้นได้จำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรบุคคลในประเทศที่มีความรู้ความสามารถจำนวนมาก หากไม่มีการเร่งสร้างและพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพดังกล่าว การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ก็คงจะกระทำได้อย่าง “คน” จึงเป็นต้นทุนสำคัญของการในการทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ และตอบสนองต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงสนับสนุนให้องค์กรสามารถบริหารกำลังคนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อนำพองค์กรให้บรรลุ พันธกิจและเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ (Office of the Civil Service Commission, 2009)

การพัฒนา “คน” หรือ ทรัพยากรบุคคลภายในองค์กรควรได้รับการพัฒนาสมรรถนะในด้านที่เหมาะสมกับงานและบุคคลนั้นๆ แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะหรือขีดความสามารถในการทำงาน (competency) โดย McClelland นักจิตวิทยาของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard) อธิบายไว้ว่า “สมรรถนะเป็นคุณลักษณะของบุคคลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน

ประกอบด้วย ความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) คุณลักษณะของบุคคล (attributes) จากยุทธศาสตร์ของการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่ 2 ได้มุ่งเน้นมิติของการพัฒนา 4 มิติ สำคัญ ได้แก่ การปฏิรูปนักเรียนยุคใหม่ การปฏิรูปครูยุคใหม่ การปฏิรูปโรงเรียนหรือแหล่งเรียนรู้ยุคใหม่ และระบบบริหารจัดการยุคใหม่ ซึ่งทุกมิติจะมีความสอดคล้องสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ ประสิทธิภาพ ซึ่งในการปฏิรูป ก็ใช้งานวิจัยเป็นตัวผลักดันให้เกิดการปฏิรูป เกิดแนวปฏิบัติ เกิดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาครูยุคใหม่ และในส่วนของสถาบันอุดมศึกษาก็เช่นกัน การวิจัยเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดการทำงานของบุคลากรสายวิชาการ ได้แก่ อาจารย์ นักวิชาการทางการศึกษา นักวิจัยทางการศึกษา เป็นต้น (McClelland, 1973; Phiriyathanalai & Dhephasadin Na Ayudhaya, 2010; Sarawari, 2012)

สถาบันอุดมศึกษาได้มีการกำหนดให้บุคลากรสายวิชาการ ต้องมีการนำเสนอโครงการวิจัย ดำเนินการวิจัยและเผยแพร่ผลงานวิจัยต่อสาธารณะ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคม และประเทศชาติ ดังนั้นบุคลากรสายวิชาการ ของสถาบันอุดมศึกษาต้องมีความรู้ ความสามารถในด้านการทำวิจัย งานวิจัยนี้จึงทำการศึกษการพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
2. เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้
3. เพื่อประเมินสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรม ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะด้านการวิจัย นำวิเคราะห์ สังเคราะห์ จนได้สมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 14 ด้าน

2. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรสายวิชาการ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 38 แห่ง โดยแบ่งกลุ่ม 5 ภูมิภาค

2.2 ตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

(1) อาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสอน และปฏิบัติงานด้านการวิจัยทางการศึกษา เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในงานด้านการทำวิจัย จำนวน 40 คน

(2) อาจารย์ ที่ยังไม่มียางานด้านการทำวิจัย ที่มีอายุงานไม่เกิน 2 ปี โดยสังเกตได้จากตัวชี้วัดในการประเมินบุคลากรในด้านการทำวิจัย จำนวน 40 คน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้เครื่องมือต้นแบบเพื่อใช้พัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัย ในการพัฒนาบุคลากรทางการศึกษาให้มีความชำนาญในด้านการทำวิจัย

2. ได้แนวทางในพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัย ให้กับมหาวิทยาลัยอื่นๆ ที่มีลักษณะการปฏิบัติงานที่คล้ายคลึงกันโดยใช้ระบบสารสนเทศการเรียนรู้ ช่วยให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ และนำองค์ความรู้ไปพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในสายงานอื่นๆ ขององค์กรให้มีการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่เกี่ยวกับสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย ปัจจุบันสมรรถนะ (competency) เป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถ

ในการแข่งขันให้แก่องค์กรโดยเฉพาะการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหาร และพัฒนาทุนมนุษย์ สมรรถนะหมายถึง พฤติกรรมในการทำงานที่แสดงออกของบุคคล หรือ ปัจเจกบุคคล ซึ่งสามารถวัดและประเมินได้โดยสะท้อนถึง ความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) และคุณสมบัติของบุคคล (attributes) ซึ่งอาจมีมาแต่เดิมหรือมาจากการฝึกอบรม และพัฒนาในภายหลัง อันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จของงานตามมาตรฐานหรือสูงกว่ามาตรฐานที่ได้กำหนดเอาไว้ (Blanchard & Thacker, 2007, p. 121; Lucia & Lepsinger, 1999, p. 7; Saenprasang, 2010, p. 72; Office of the Civil Service Commission, 2009, pp. 5-6) นอกจากนี้ นักวิชาการบางส่วนได้ทำการศึกษาศมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการด้านการวิจัยในมหาวิทยาลัย ทางผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ด้วยวิธีการสร้างตารางเมตริกซ์ จนได้สมรรถนะบ่งชี้สมรรถนะอาจารย์นักวิจัย ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ความเข้าใจการวิจัย ด้านทักษะการวิจัย และ ด้านคุณลักษณะนักวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อค้นพบจากการสังเคราะห์ในข้างต้นมาจัดกลุ่มสมรรถนะตามตัวชี้วัดพฤติกรรมที่สามารถวัดและประเมินได้ (Phutavitphan, 2009) ดังนี้ (1) ด้านการบริหารงานโครงการวิจัย (2) ด้านการคิดวิเคราะห์สังเคราะห์ (3) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการแสวงหาความรู้ (4) ด้านการสื่อสาร (5) ด้านคุณธรรมและจรรยาบรรณ (6) ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (7) ด้านการทำงานเป็นทีม (8) ด้านการสร้างแรงจูงใจ (9) ด้านภาวะผู้นำ (10) ด้านคุณสมบัติของนักวิจัย (11) ด้านการปรับตัวและยอมรับการเปลี่ยนแปลง (12) ด้านการสร้างความสัมพันธ์ และความร่วมมือ (13) ด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และ (14) ด้านความเป็นนวัตกรรม (Cruthka, 2012; Si-Phairot, 2010; Rosnow & Rosenthal, 1993; Qiuyan & Qin, 2009; Selvi, 2010; Teachers and Basic Education Personnel Development Bureau, 2010)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นการใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตเข้ามาส่งเสริมการเรียนการสอนให้เกิดประสิทธิผล (Sapkrasaesin, 2011; Kurtus, 2000) ในการศึกษาครั้งนี้ได้จัดการเรียนการสอนผ่าน Google Apps for Education ที่จัดได้ว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยตอบสนองปัญหาต่างๆ ของการเรียนการสอนในห้องเรียนได้อย่างหลากหลาย และมีประสิทธิภาพ อีกเครื่องมือหนึ่งในการจัดการเรียนการสอนของไทย

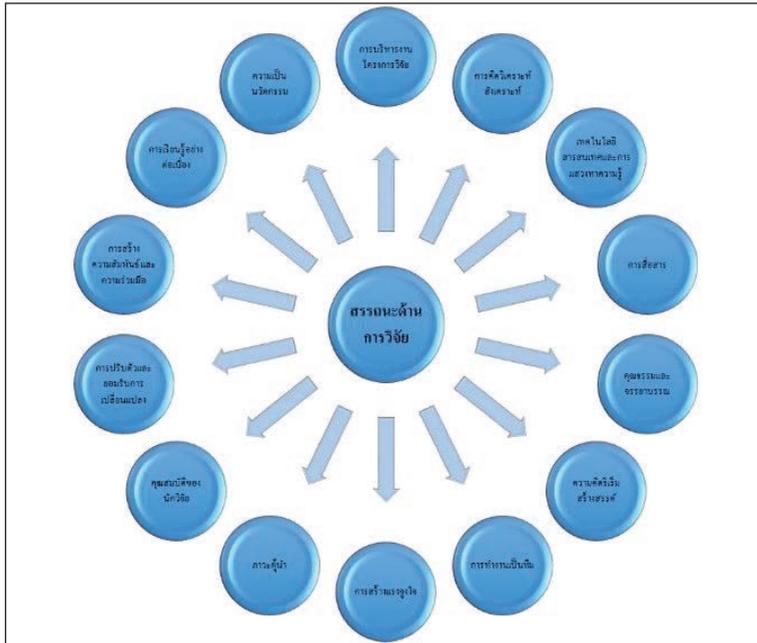
ผู้วิจัยได้นำหลักการและแนวคิดการพัฒนาแบบ ADDIE (Arreerard, 2008, p. 164) ซึ่งเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมรับกันอย่างกว้างขวางในการนำมาใช้ในการพัฒนาการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ โดย Roderic Sims แห่ง University of Technology Sydney ได้นำรูปแบบ ADDIE มาปรับปรุงขั้นตอนให้เป็นขั้นตอนการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์

การประเมินระบบสารสนเทศตามแนวคิดของ Everhart (cited in Nilsook, 2003) จะมีด้วยกัน 9 ด้าน คือ ความทันสมัย เนื้อหาและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ความน่าเชื่อถือ การเชื่อมโยงข้อมูล การนำไปใช้งานจริงความเป็นมิตรมีเดีย การให้ข้อมูล การเข้าถึงข้อมูล และความหลากหลายของข้อมูล และ (3) การประเมินค่าทรัพยากรสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต หรือสารสนเทศเว็บ ควรพิจารณา 4 ประเด็นหลัก คือ ความน่าเชื่อถือ การเข้าถึงสารสนเทศ คุณค่าของเนื้อหา และวิธีการนำเสนอเนื้อหา ในงาน

วิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การประเมินค่าทรัพยากรสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต หรือสารสนเทศเว็บ 4 ประเด็นหลัก คือ ความน่าเชื่อถือ การเข้าถึงสารสนเทศ คุณค่าของเนื้อหา และวิธีการนำเสนอเนื้อหา

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

การได้มาซึ่งการพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้ นั้น อาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากนักวิจัยและนักวิชาการทั้งภายนอกและภายในประเทศ ข้างต้น ผู้วิจัยศึกษาในด้านการพัฒนาความรู้เท่านั้น และได้้นำข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ สังเคราะห์ จนได้สมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 14 ด้าน ดังนี้ (1) ด้านการบริหารงานโครงการวิจัย (2) ด้านการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ (3) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการแสวงหาความรู้ (4) ด้านการสื่อสาร (5) ด้านคุณธรรมและจรรยาบรรณ (6) ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (7) ด้านการทำงานเป็นทีม (8) ด้านการสร้างแรงจูงใจ (9) ด้านภาวะผู้นำ (10) ด้านคุณสมบัติของนักวิจัย (11) ด้านการปรับตัวและยอมรับการเปลี่ยนแปลง (12) ด้านการสร้างความสัมพันธ์ และความร่วมมือ (13) ด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (14) ด้านความเป็นนวัตกรรม



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัย 3 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัญหาด้านการวิจัยของของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อสอบถามปัญหาด้านการทำวิจัย และสมรรถนะที่ต้องการพัฒนาของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงบรรยาย

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้ ดำเนินการตามการพัฒนาแบบ ADDIE Model

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้ โดยใช้การประเมินก่อนและหลังการเรียนรู้สมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากร

สายวิชาการ

การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของสมรรถนะด้านต่างๆ ระหว่างคะแนนเฉลี่ยก่อนการทดลองกับหลังการทดลองสิ้นสุด โดยใช้สถิติ t- test แบบ Dependent (Faculty of Assessment and Research Department, 2009) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัย ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาค้นคว้าด้านการวิจัยของของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

จากการสอบถามความคิดเห็นของตัวอย่างบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน

240 คนพบว่าตัวอย่างมีระดับปัญหาด้านการวิจัย ในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) โดยเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ปัญหา คือ ขาดความรู้ทักษะเกี่ยวกับการใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล การแปลผลวิเคราะห์ข้อมูล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมาได้แก่ ไม่ทราบแหล่งข้อมูลในการสืบค้นข้อมูล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = .88$) ขาดโปรแกรมที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ($\bar{X} = 3.81$) ไม่ทราบแหล่งเผยแพร่ผลงานวิจัย และขาดความละเอียดรอบคอบ ความรับผิดชอบ อดทน ข่างสังเกต ใฝ่หาความรู้ ความมุ่งมั่นในการทำวิจัย การทำงานที่เป็นระยะเวลา ($\bar{X} = 3.78$) ขาดทักษะการจัดให้มีปฏิทินเพื่อการดำเนินการวิจัย ($\bar{X} = 3.77$) แหล่งข้อมูลมีไม่เพียงพอและข้อมูลไม่ทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) และไม่มีทราบแหล่งทุนในการทำวิจัย ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ

ผลวิเคราะห์เกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นด้านการวิจัยเพื่อการพัฒนาศักยภาพในการวิจัย พบว่าตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อสมรรถนะที่จำเป็นด้านการวิจัย เพื่อการพัฒนาศักยภาพในการวิจัย ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) โดยเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า สมรรถนะที่จำเป็น 3 อันดับ คือ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการแสวงหาความรู้ ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมาได้แก่ ด้านการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) และด้านการบริหารงานโครงการวิจัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ

จากผลการสำรวจที่ได้ในข้างต้น ผู้วิจัยได้นำปัญหาในด้านการวิจัยและความต้องการในการพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของตัวอย่างมาสังเคราะห์ โดยใช้ตารางเมตริกซ์เพื่อหาสมรรถนะด้านการวิจัยที่ตัวอย่างมีความต้องการพัฒนาและสามารถแก้ปัญหาในด้านการทำวิจัยของตัวอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พบว่า สมรรถนะที่สามารถนำมาแก้ปัญหาในการวิจัย ได้สูงสุด 4 อันดับ คือ (1) ด้านการบริหารงานโครงการวิจัย (2) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการแสวงหาความรู้ (3) ด้านการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และ (4) ด้านคุณสมบัติของนักวิจัย

ซึ่งทั้ง 4 สมรรถนะข้างต้นผู้วิจัยได้นำไปเป็นข้อมูลในการกำหนดเนื้อหาหลักสูตรในการพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ แต่ในสมรรถนะที่ได้ทำการสังเคราะห์ยังมีสมรรถนะที่สามารถนำมาเป็นองค์ประกอบของสมรรถนะทั้ง 4 ได้ ตามแนวคิดและทฤษฎี ซึ่งผู้วิจัยจึงได้ทำสมรรถนะเหล่านั้นจัดทำเป็นองค์ประกอบย่อยในเนื้อหาการเรียนรู้ เช่น ด้านการสร้างแรงจูงใจ และด้านการเรียนรู้ อย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้นำไปเป็นองค์ประกอบย่อยของหน่วยการเรียนรู้ด้านคุณลักษณะของนักวิจัย เป็นต้น

ซึ่งผลสรุปที่ได้จากการศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ จากสังเคราะห์ข้างต้นและการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะทั้ง 4 ได้องค์ประกอบเพื่อการเรียนรู้ ดังนี้

1. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการแสวงหาความรู้ ประกอบด้วย (1) ความหมายและองค์ประกอบเทคโนโลยีสารสนเทศ (2) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการจัดการความรู้ และ (3) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการแสวงหาความรู้
2. ด้านการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประกอบด้วย (4) การคิดเชิงระบบ (5) การคิดเชิงวิทยาศาสตร์ (6) การคิดเชิงวิเคราะห์ และ (7) การคิดเชิงสังเคราะห์
3. ด้านการบริหารงานโครงการวิจัย ประกอบด้วย (8) กระบวนการบริหารจัดการงานวิจัย (ครอบคลุมกระบวนการวิจัย ก่อน ระหว่าง หลัง) (9) การใช้เครื่องมือในการบริหารโครงการวิจัย (10) จรรยาบรรณการวิจัย และ (11) ทักษะทั่วไป ได้แก่ เทคนิคการประสานงานภายในและการประสานกับ

แหล่งทุน การเขียนรายงานการประชุม การจัดบันทึก การศึกษากรณีตัวอย่างโครงการที่ประสบความสำเร็จ

4. ด้านคุณสมบัติของนักวิจัย ประกอบด้วย (12) ด้านการสร้างแรงจูงใจ (13) ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (14) ด้านทักษะทางอารมณ์ (15) ด้านคุณธรรมและจริยธรรม (16) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และ (17) ด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาศมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้

ผู้วิจัยได้นำสมรรถนะทั้ง 4 ด้าน มาจัดทำเนื้อหา การพัฒนาศมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสาย วิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการ เรียนรู้ ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ มีดังนี้

1. ด้านความเหมาะสมของเนื้อหา ในภาพรวม มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.86$) เมื่อพิจารณาเป็นราย ด้าน พบว่า ด้านหลักการและเหตุผล จุดมุ่งหมายของ โปรแกรม โครงสร้างของโปรแกรม เนื้อหาสาระแต่ละ หน่วยการเรียน กิจกรรมการเรียนในโปรแกรม การ วัดและประเมินผล และโปรแกรมมีความเหมาะสมใน การนำไปใช้เพื่อเพื่อพัฒนาศมรรถนะด้านการวิจัยของ บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

2. ด้านความสอดคล้อง ผลการประเมินของผู้ เชี่ยวชาญทุกประเด็นของร่างโปรแกรมการเรียนรู้มี ความสอดคล้องกัน

3. ผลการประเมินความเหมาะสมของร่างระบบ สารสนเทศการเรียนรู้ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่า ร่าง ระบบสารสนเทศการเรียนรู้ ในภาพรวมมีความ เหมาะสม ($\bar{X} = 4.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระบบสารสนเทศการเรียนรู้ที่มีความเหมาะสม ทุกด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาของสารสนเทศการ เรียนรู้ด้านกิจกรรมผ่านทางระบบสารสนเทศการเรียนรู้ ด้านภาพ เสียง และการใช้ภาษา ด้านการออกแบบ จอภาพ และด้านการจัดการในบทเรียน

ตอนที่ 3 ผลการประเมินสมรรถนะด้านการวิจัย ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่าน ระบบสารสนเทศการเรียนรู้

ผู้วิจัยนำระบบการพัฒนาศมรรถนะด้านการวิจัย ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่าน ระบบสารสนเทศการเรียนรู้ ไปทดลองใช้กับตัวอย่าง จำนวน 40 คน ได้ผลการประเมินสมรรถนะด้านการ วิจัย ดังนี้

1. ผลการประเมินสมรรถนะด้านการวิจัยของ บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏก่อนการ ทดลอง (O_1) กับหลังการทดลองเสร็จสิ้น (O_2) พบว่า บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมีสมรรถนะ ด้านการวิจัย หลังการทดลองเสร็จสิ้น (O_2) สูงกว่าก่อน การทดลอง (O_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ดูตาราง 1)

ตาราง 1

ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ก่อนการทดลอง (O_1) กับหลังการทดลองเสร็จสิ้น O_2 เป็นรายด้าน

สมรรถนะของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ	ก่อนการทดลอง (O_1)	หลังการทดลอง (O_2)	t
1. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการ แสวงหาความรู้	3.22	3.88	9.243**
2. ด้านการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์	3.12	3.67	9.643**
3. ด้านการบริหารงานโครงการวิจัย	3.06	3.48	8.050**
4. ด้านคุณสมบัติของนักวิจัย	3.80	4.30	10.250**
รวม	3.30	3.83	9.076**

** $p < .01$

2. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้ระบบสารสนเทศการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ พบว่า บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมีความพึงพอใจ ต่อการใช้ระบบสารสนเทศการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัย ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า บุคลากร

สายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ได้แก่ ด้านภาพ เสียง และการใช้ภาษาด้านการออกแบบจอภาพ ด้านเนื้อหาของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจัดการในบทเรียน ด้านกิจกรรมผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และด้านการวัดและการประเมินผล (ดูตาราง 2)

ตาราง 2

ระดับความพึงพอใจต่อการใช้ระบบสารสนเทศการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นรายด้าน

ความพึงพอใจต่อการใช้โปรแกรมการเรียนรู้	\bar{X}	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหาของสื่ออิเล็กทรอนิกส์	4.67	มากที่สุด
2. ด้านกิจกรรมผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้	4.61	มากที่สุด
3. ด้านภาพ เสียง และการใช้ภาษา	4.83	มากที่สุด
4. ด้านการออกแบบจอภาพ	4.81	มากที่สุด
5. ด้านการวัดและการประเมินผล	4.58	มากที่สุด
6. ด้านการจัดการในบทเรียน	4.65	มากที่สุด
รวม	4.69	มากที่สุด

การอภิปรายผล

1. การศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ ทั้ง 4 ด้าน (1) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการแสวงหาความรู้ (2) ด้านการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ (3) ด้านการบริหารงานโครงการวิจัย (4) ด้านคุณสมบัติของนักวิจัย ซึ่งได้จากการสังเคราะห์ปัญหาด้านการวิจัย กับสมรรถนะที่จำเป็นด้านการวิจัยเพื่อการพัฒนาศักยภาพในการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ทำให้ได้สมรรถนะด้านการวิจัยที่สามารถแก้ปัญหาด้านการวิจัยของบุคลากรได้ ซึ่งผลการประเมินตนเองของบุคลากรที่เป็นตัวอย่างหลังการเรียนรู้มีค่าระดับที่เพิ่มมากขึ้นก่อนการเรียนรู้ ทั้งยังเป็นสมรรถนะด้านการวิจัยที่บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มีความต้องการที่จะพัฒนาในสมรรถนะทั้ง 4 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Phromthong (2014) ศึกษาพบว่า สมรรถนะในงานสำหรับนักวิจัยของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ทำให้นักวิจัยแตกต่างจากบุคลากรสายอาจารย์และวิชาชีพสายอื่น ได้แก่ ได้แก่ นักวิจัยต้องมีความรู้พื้นฐานการทำวิจัยในศาสตร์นั้น มีความรู้เรื่องเครื่องมือวิจัยและมีจรรยาบรรณด้านการวิจัย นักวิจัยต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์และเรื่องนั้นๆ รวมถึงมีความรู้ด้านงานบริหารและธุรการด้วย นักวิจัยต้องมีทักษะในการบริหารโครงการวิจัย ทักษะการบริการวิชาการ ทักษะการสอนและใช้เทคโนโลยี ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะด้านภาษา รวมทั้งทักษะการเขียนและนำเสนอผลงานทางวิชาการ

2. ผลการสร้างระบบสารสนเทศ เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผู้วิจัยได้มีการวางแผน และรวบรวมข้อมูลจากประสบการณ์ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับสร้างระบบสารสนเทศการเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาสมรรถนะตามจุดมุ่งหมายของการเรียนรู้ โดยมี

การบูรณาการเนื้อหา และกิจกรรมการเรียนรู้ที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนให้เป็นไปตามที่คาดหวัง และเอื้อประโยชน์ต่อผู้เรียนให้มีความรู้ความสามารถสูงสุดตามศักยภาพของแต่ละบุคคล จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ (Knowles, 1975) ที่ต้องเกิดจากความสนใจและความต้องการในการเรียนรู้ เพราะผู้ใหญ่จะถูกชักจูงให้เกิดการเรียนรู้ได้ดี ถ้าหากว่าตรงกับความต้องการ และความสนใจ ทั้งยังเป็นสถานการณ์ หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานการเรียนรู้ของผู้ใหญ่จะได้ผลดี และการวิเคราะห์ประสบการณ์ เนื่องจากประสบการณ์เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่มีคุณค่ามากที่สุดสำหรับผู้ใหญ่ สอดคล้องกับแนวคิดของ Ornstein and Hunkins (2004) ได้กล่าวถึง การพัฒนาหลักสูตรว่า เป็น การจัดการศึกษาให้กับผู้เรียนในการเรียนรู้ ที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามความคิดใหม่ๆ หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมาใหม่จะใช้แนวคิดการเรียนรู้ และแนวคิดการจัดการเรียน การสอน ความสำเร็จของการพัฒนาหลักสูตร ต้องมีการวางแผนจัดเนื้อหา และประสบการณ์การเรียนรู้ วิธีปฏิบัติ สื่อ และการประเมินผลที่สามารถนำหลักสูตรไปใช้ได้อย่างบรรลุเป้าหมาย และแนวคิดของ Saylor and Galen (1981) พบว่า การนำเสนอเนื้อหาควรนำเสนออย่างระบบและเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องเป็นพลวัตร

3. การประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ (learning) เป็นการประเมินผลการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียนหลังการเรียนรู้สูงกว่าก่อนการเรียนรู้ ทั้งนี้เป็นผลมาจากการปัญหาทำการสังเคราะห์ให้ได้สมรรถนะที่ต้องการพัฒนาเพื่อแก้ปัญหาในด้านการวิจัยทำได้เนื้อหาหลักสูตรที่สามารถตอบสนองและสามารถแก้ปัญหาในด้านการทำวิจัยได้ในระดับสูง และมีประสิทธิภาพ ตรงตามความต้องการของกลุ่มบุคลากรสายวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏ สอดคล้องกับแนวคิด Daniels (1999) ได้วิจัยเชิงปฏิบัติการของ

ครู และนักเรียนในชั้นเรียนพบว่า ครูและนักเรียนได้รับประโยชน์อย่างมากในการใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ทำให้ครูมีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น สามารถปรับปรุงและประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับ Angkasit (2011) ศึกษาพบว่า พนักงานกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจเอกชนมีคุณลักษณะการบริการที่ดีหลังการฝึกอบรมผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์สูงกว่าก่อนการฝึกอบรม และหลังการฝึกอบรมสิ้นสุดผ่านไป 3 เดือนมีความคงทนอยู่

4. ความพึงพอใจต่อการทดลองใช้ระบบสารสนเทศในการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยในทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากผู้เรียนมีความสนใจใฝ่รู้ในการเรียนรู้และพฤติกรรมการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน จึงทำให้ความพึงพอใจต่อการทดลองใช้ร่างระบบสารสนเทศในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Angkasit (2011) ที่กล่าวว่า การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สามารถนำเสนอเนื้อหาทั้งที่เป็นข้อความ กราฟิก ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง โดยการออกแบบลักษณะของจอภาพที่ผู้เรียนจะได้เห็น บนหน้าจอกอมพิวเตอร์ ซึ่งมีการระบุเนื้อหาต่างๆ ลงไปในบทบรรยาย และมีผู้บรรยายเสียง ทำให้ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ Yamanoue, Nakanishi, Nakamura, Fuse, Murata, Fukada, et al. (2005) ได้ทำการศึกษาการผลิตภาพเคลื่อนไหว (video clip) เกี่ยวกับจริยธรรมการใช้งานคอมพิวเตอร์ใช้สำหรับสอนนักเรียนในระดับการศึกษาขั้นสูง (higher education) ผู้วิจัยได้ใช้ภาพเคลื่อนไหวสอนในชั้นเรียนและประเมินผลการตอบรับความน่าสนใจประโยชน์ที่ได้รับ และความง่ายสำหรับความเข้าใจในเนื้อหา

สรุปได้ว่า การพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้ สามารถช่วยแก้ปัญหาในด้านการทำวิจัย และใช้พัฒนาบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ให้มีความรู้ ความสามารถ และคุณลักษณะด้านการวิจัย สามารถนำความรู้ด้านการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ผลลัพธ์ด้านการวิจัยขององค์กรดีขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดการเรียนรู้การพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัย ผ่านระบบสารสนเทศการเรียนรู้ กับบุคลากรในทุกระดับอย่างต่อเนื่องโดยกำหนดไว้ในแผนการฝึกอบรม (training plan) บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏและควรมีระบบการติดตามผล (follow up system) อย่างสม่ำเสมอ ว่าบุคลากรเหล่านั้นได้นำความรู้และทักษะที่ได้ศึกษาไปปรับใช้ในสภาพการทำงานจริงหรือไม่ และมีอุปสรรคด้านใดบ้างที่เป็นปัญหาต่อการนำไปปฏิบัติ เพื่อองค์กรจะได้หาแนวทางแก้ไข หรือกำหนดเป็นนโยบายให้เหมาะสมต่อการนำไปปฏิบัติได้จริงต่อไป

2. สมรรถนะด้านการวิจัย บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อาจมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งขึ้นอยู่กับภาวะ แนวความคิด วิธีการคิดเชิงจิตวิทยา และเชิงพฤติกรรม ดังนั้นเพื่อให้ได้นักวิจัยที่มีสมรรถนะเหมาะสมต่อการปฏิบัติหน้าที่มากยิ่งขึ้น จึงควรมีการจัดทำข้อกำหนดที่เกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัย ในนโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

References

- Angkasit, S. (2011). *Development of good service by using electronic media of human resource group employees in private business sectors*. Doctoral Dissertation of Philosophy, Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Arreerard, P. (2008). *Educational software development*. Apichart Printing.
- Blanchard, P. N., & Thacker, J. W. (2007). *Effective training: Systems, strategies, and practices* (2nd ed.). Person Education.
- Cruthka, C. (2012). *Desirable research competencies of University Lecturers*. Ramkhamhaeng University, Faculty of Human Resource Development. [In Thai]
- Daniels, L. Y. (1999). *Student teachers' use of action research in the classroom*. Doctoral Dissertation, University of Virginia.
- Faculty of Assessment and Research Department. (2009). *Research and educational statistics* (3rd ed.). Academic Promotion Center Publishing House. [In Thai]
- Knowles, M. S. (1975). *Self-directed learning: A guide for learners and teachers*. Follett.
- Kurtus, R. (2000). *Basic principles of total quality management*. Retrieved from <http://www.iqd.com/tqm.htm>
- Lucia, A. D., & Lepsinger, R. (1999). *The art and science of competency models: Pinpointing critical success factors in organizations*. Jossey-Bass.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competency rather than intelligence. *American Psychologist*, 17(7), 57-83.
- Nilsook, P. (2003). Evaluation of web-based instruction. *Journal of Technical Education Development*, 12(34), 53-56. [In Thai]
- Ornstein, A. C., & Hunkins, F. P. (2004). *Curriculum: Foundations, principles, and issues* (4th ed.). Allyn & Bacon.
- Office of the Civil Service Commission. (2009). *Thai civil service performance*. P.A. Living. [In Thai]
- Phiriyathanalai, S., & Dhephasadin Na Ayudhaya, C. (2010). *Competency, understanding, used as a result*. Signature Solutions. [In Thai]
- Phromthong, P. (2014) *The desirable competencies of University research staff: A case study of Chulalongkorn University*. Chulalongkorn University. [In Thai]
- Phutavitphan, A. (2009). *Competency dictionary* (4th ed.). HR Center. [In Thai]
- Qiuyan, T., & Qin, H. (2009). *Analysis on the competency model of thelecturers in the application Oriented University*. Retrieved from <http://www.seidatacollection.com/upload/product/200909/2009jyhy04a51.pdf>
- Rosnow, R. L., & Rosenthal, R. (1993). *Beginning behavioral research: A conceptual primer*. Macmillan.

- Saylor, J. G., & Galen, J. (1981). *Curriculum planning for better teaching and learning* (4th ed.). Holt, Rinehart & Winston.
- Selvi, K. (2010). Teachers' competencies. *Cultural: International Journal of Philosophy of Culture and Axiology*, 7(1), 167-175.
- Sarawari, C. (2012). *Human management and organization*. Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Si-Phairot, N. (2010) *Course materials: Introduction to research*. Srinakharinwirot University. [in Thai]
- Saenprasang, P. (2010). *Nursing management for safety*. Sukhumvit Printing. [In Thai]
- Sapkrasaesin, W. (2011), *Writing story board for the production of e-learning lessons*. Ramkhamhaeng University, Institute of Computing. [In Thai]
- Teachers and Basic Education Personnel Development Bureau. (2010), *Upgrading teacher qualification through the whole system: UTQ*. Ministry of Education. [In Thai]
- Yamanoue, T., Nakanishi, M., Nakamura, A., Fuse, I., Murata, I., Fukada, S. et al. (2005). *Digital video clips covering computer ethics in higher education*. Paper Presented at Proceedings of the 33rd annual ACM SIGUCCS conference on User services, Monterey, CA.

ยุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเชียงรายประเทศไทย และแขวงบ่อแก้วสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ปิ่นอนงค์ ชัยแก้ว¹ ปิยะนุช เงินคล้าย²
สุรชัย ศิริไกร³ ธัญญาทิพย์ ศรีพนา⁴

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษายุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเชียงรายประเทศไทย และแขวงบ่อแก้วสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม ทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ ที่ประกอบด้วยการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิ และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 คน จากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา และนักท่องเที่ยว และการประชุมกลุ่ม ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากภาคส่วนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้วจำนวน 12 คน นอกจากนี้ ยังได้ทำการสำรวจข้อมูลด้วยวิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำนวน 770 คน ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวบรวมผลของการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งวิธีเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ นำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของการอธิบายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า จังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว ควรกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเชิงรุก และเชิงปรับตัว โดยมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือ (collaboration) ของเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ให้เกิดความชัดเจน และเป็นรูปธรรม ผ่านการกำหนดยุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ ดังนี้ (1) การบูรณาการความร่วมมือของภาคส่วนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว (2) ความร่วมมือด้านวิชาการเพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (3) การส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดน และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (4) การพัฒนารูปแบบ และกิจกรรมการท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไทย-ลาว และ (5) การทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกสู่สากล

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว; การท่องเที่ยวในภูมิภาค; การท่องเที่ยวชายแดน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ปิ่นอนงค์ ชัยแก้ว, ปิยะนุช เงินคล้าย, สุรชัย ศิริไกร และธัญญาทิพย์ ศรีพนา. (2564). ยุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเชียงรายประเทศไทยและแขวงบ่อแก้วสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 734-745.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: p.chaikaew@hotmail.com

² คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

⁴ สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Tourism Cooperative Strategies Between Chiang Rai Province, Thailand and Bokeo Province, Lao PDR for Sustainable Tourism

Pinanong Chaikaew¹ Piyanuch Nguernklai²
Surachai Sirikrai³ Thanyathip Sripana⁴

Abstract

The research article has the objectives to study the tourism cooperative strategies between Chiang Rai province, Thailand and Bokeo province, LPDR, aiming to improve tourism cooperation that leads to the sustainable tourism. The researcher uses mixed research methods, both qualitative and quantitative consisting of secondary data reviews and in-depth interviews with 15 key informants from public and private sectors, academics and tourists. The focus group interview with 12 stakeholders representing related tourism sectors from Chiang Rai province and Bokeo province was also applied as a method of data collection. The survey method was additionally conducted to collect the data of 770 questionnaires from Thai and international tourists. Descriptive statistics used for this study includes means, percentile and standard deviation (SD). The results of data analysis, both qualitative and quantitative methods, were integrated and presented with descriptive approach.

The findings reveal that Chiang Rai province and Bokeo province are suggested to decide their strategies to be more proactive and adaptive. In order to gain an achievement of such strategies, it involves strengthening coordination of collaborative tourism networks through sustainable tourism cooperative strategies, in line tourism the tourism development strategies at, regional, national and provincial levels. To achieve the above mentioned strategies, it requires the operational guidelines as follows: (1) Integration the collaborations between all related tourism sectors in Chiang Rai and Bokeo provinces. (2) Endorsement in technical cooperation for the development of sustainable tourism. (3) Promotion of border tourism and improvement of tourism resources in the special economic zone (SEZ). (4) Development of tourism forms and activities as well as to build a tourism linkage between the cultural, environmentally conservative and agro-tourisms. (5) boosting of proactive tourism to the global market.

Keywords: Tourism Cooperative Strategies; Regional Tourism; Border Travel

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Chaikaew, P., Nguernklai, P., Sirikrai, S., & Sripana, T. (2021). Tourism cooperative strategies between Chiang Rai Province, Thailand and Bokeo Province, Lao PDR for sustainable tourism. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 734-745.

¹ Doctor of Philosophy Program in Social Sciences, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: p.chaikaew@hotmail.com

² Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University

³ Faculty of Political Science, Thammasat University

⁴ Institute of Asian Studies, Chulalongkorn University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยและสปป.ลาวมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันมายาวนาน ทั้งด้านพรมแดน ภาษา ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ภายหลังจากที่สปป.ลาวเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบสังคมนิยมในปี พ.ศ. 2518 ทำให้ช่วงระยะเวลาดังกล่าวทั้งสองประเทศเกิดความขัดแย้งกระทบกระทั่งกันอันเนื่องมาจากความแตกต่างของอุดมการณ์ทางการเมือง และปัจจุบันความสัมพันธ์ของทั้งสองประเทศพัฒนาไปในทิศทางที่ดีบนพื้นฐานของการเคารพซึ่งกันและกันโดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ มีมูลค่าเพิ่มขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง และยังได้ขยายรูปแบบความสัมพันธ์ไปสู่ด้านอื่นๆ เช่น การลงทุน การธนาคาร การผลิตกระแสไฟฟ้า ตลอดจนการท่องเที่ยว (Sirikrai, 1999)

การท่องเที่ยวเชื่อมโยงชายแดนจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว เป็นเส้นทางที่น่าสนใจศึกษา เนื่องจากทั้งสองประเทศมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง มีความคล้ายคลึงกันทางศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม อีกทั้งมีความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่บนแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor--NSEC) มีถนน R3A ตัดผ่าน (Chiang Rai Governor's Office, 2016) และมีความสมบูรณ์แบบมากขึ้นหลังจากการเปิดใช้สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 เมื่อปี พ.ศ. 2556 ที่ผ่านมา การมีภูมิศาสตร์ที่ตั้งที่เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงกับภูมิภาคของจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว ดึงดูดให้นักลงทุนทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เข้ามาแสวงประโยชน์จากการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ก่อให้เกิดปัญหาการรุกคืบของกลุ่มทุนขนาดใหญ่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สร้างผลกระทบให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย และชุมชนแหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับปัญหาการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว และการทำการตลาดการท่องเที่ยวที่มาจากส่วนกลาง แต่หน้าที่การดูแลทรัพยากรธรรมชาติ และ

แหล่งท่องเที่ยว ตกอยู่ในมือของรัฐบาลท้องถิ่นที่มีงบประมาณ และทรัพยากรที่จำกัด อีกทั้งหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องยังไม่ได้มีการบูรณาการการทำงานอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะด้านการจัดการเทคโนโลยี และการพัฒนาบุคลากร ยังไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นเรื่องยากต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

เพื่อให้จังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว สามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง และได้รับประโยชน์สูงสุดจากโอกาสและความท้าทายเหล่านี้ การสร้างความร่วมมือของภาคส่วนการท่องเที่ยว และประชาคมท้องถิ่นน่าจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนา และดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถสร้างคุณประโยชน์สูงสุดให้กับประชาชนในพื้นที่ได้อย่างทั่วถึง ผ่านการกำหนดยุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว ที่เหมาะสมกับศักยภาพและบริบทของพื้นที่ เพื่อเกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีของทั้งสองประเทศ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว
2. เพื่อวิเคราะห์ และพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว เพื่อประเมินศักยภาพการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว ด้านบริบทและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านนโยบาย และยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการของภาครัฐ และเอกชน
3. เพื่อวิเคราะห์ และสรุปองค์ประกอบของความ

ร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และประเมินระดับความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ระหว่างจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว

4. เพื่อวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ และพัฒนายุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ระหว่างจังหวัดเชียงราย ประเทศไทย และแขวงบ่อแก้ว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิเคราะห์ และพัฒนาองค์ประกอบของความต้องการของนักท่องเที่ยว การประเมินศักยภาพการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยว การวิเคราะห์องค์ประกอบ และประเมินระดับความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว และการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ และพัฒนายุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ระหว่างจังหวัดเชียงราย ประเทศไทย และแขวงบ่อแก้วเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

2. ขอบเขตด้านประชากร ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย-แขวงบ่อแก้ว

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้คือ จังหวัดเชียงราย ประเทศไทย และแขวงบ่อแก้ว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบของความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อความเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว เพื่อให้ส่วนราชการ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการด้าน

การท่องเที่ยว นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เป็นแนวทางในการพิจารณาพัฒนา และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับรูปแบบพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

2. สามารถวิเคราะห์ และพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ที่เป็นเงื่อนไขสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว เพื่อประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว และสามารถนำองค์ประกอบที่เป็นเงื่อนไขสำคัญของการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวไปปรับใช้กับพื้นที่ชายแดนอื่นๆ ที่มีความประสงค์ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างประเทศ

3. สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบของความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวที่เป็นเงื่อนไขความสำเร็จในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว เพื่อให้เครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้วใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้วให้เป็นรูปธรรมและยั่งยืนต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากอิทธิพลของแนวคิดโลกาภิวัตน์ (globalization) กระตุ้นให้เกิดการรวมตัวทางเศรษฐกิจ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการเพิ่มอำนาจต่อรองกับประเทศมหาอำนาจ ก่อให้เกิดแนวคิดความร่วมมือกันในระดับภูมิภาคอาเซียน และในระดับอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงโดยมีจุดเริ่มต้นจากการสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้า และมีเป้าหมายสูงสุดในการบูรณาการทางการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานของทฤษฎีการกิจนิยมใหม่ (neo-functional theory) ที่กล่าวว่าปัญหาต่างๆ ที่นานาประเทศกำลังประสบ

ในปัจจุบันเป็นเรื่องของเทคนิคที่มีความสลับซับซ้อนเกินกว่าความสามารถของรัฐบาลใดรัฐบาลหนึ่งจะสามารถแก้ไขได้เพียงลำพัง จึงมีความจำเป็นต้องมอบหมายภารกิจเหล่านี้ให้อยู่ภายในความรับผิดชอบของผู้ชำนาญการเฉพาะเรื่อง (Suwannachart, 1997) ทฤษฎีภารกิจนิยมใหม่ เป็นทฤษฎีที่เน้นในเรื่องของการบูรณาการ (integration) หัวใจของทฤษฎีนี้ก็คือเมื่อกระบวนการเริ่มต้นขึ้น เกิดการบูรณาการในกิจกรรมเรื่องหนึ่ง (sector integration) จะส่งผลให้เกิดการไหลล้น (spill over effect) ไปสู่กิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรม (issue areas) ที่มีระดับการพึ่งพาซึ่งกันและกันสูงในอนาคต การบูรณาการอันเนื่องมาจากการไหลล้นไปสู่กัน (spill over integration) จะก่อให้เกิดประเด็นหรือปัญหาขึ้นมาอีกชุดหนึ่ง ส่งผลให้จำเป็นต้องสร้างความร่วมมือในเรื่องอื่นๆ เพิ่มขึ้นไปเพื่อเติมเต็ม และจะเป็นเช่นนี้ไปเรื่อยๆ จนเกิดความร่วมมือที่แน่นแฟ้น และก่อให้เกิดการรวมตัวกันที่สุดในที่สุด (Chumak, 2011)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และหนึ่งในภารกิจสำคัญที่อาเซียนและGMS เร่งรัดเพื่อให้เกิดความร่วมมือ โดยการสร้างกลไกการดำเนินงานในรูปแบบของคณะกรรมการที่มีตัวแทนของประเทศสมาชิก ตลอดจนมีเครื่องมือที่ช่วยผลักดันให้ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวจะเป็นอีกหนึ่งส่วนของการกิจกรรมความร่วมมือด้านเศรษฐกิจที่มีส่วนผลักดันให้เกิดการบูรณาการระหว่างประเทศ

จากการศึกษาแนวคิดการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว และแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (sustainable tourism) (World Tourism Organization, 2004) สามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวชายแดนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญ ด้านการตลาดการท่องเที่ยว องค์ประกอบของ

การท่องเที่ยว นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว และบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การศึกษาแนวคิดความร่วมมือ (collaboration) เพื่อเป็นแนวทางในพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว ให้ความร่วมมือสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในเชิงคุณภาพที่ดีขึ้น ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่เป็นเงื่อนไขสำคัญของความร่วมมือ อย่างเช่น การมีพันธะสัญญา เป้าหมายร่วมกัน โครงสร้างการพัฒนา มีอำนาจและความรับผิดชอบ ตลอดจนการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน ที่สำคัญต้องมีความสัมพันธ์ที่อยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Mattessich, Murray-Close, & Money, 2001)

การกำหนดโครงสร้างความร่วมมือ (collaborative structures) จะขึ้นอยู่กับบริบทต่างๆ รวมถึงความมั่นคงของระบบ ระดับการแบ่งปันทรัพยากร และความมุ่งหมายเชิงยุทธศาสตร์ (Thomson & Perry, 2006) การกำหนดโครงสร้างความร่วมมือต้องพิจารณาตัดสินใจอย่างรอบคอบเพราะไม่มีแนวทางใดที่ดีที่สุดสำหรับการจัดการความร่วมมือ (McGuire, 2006) เพราะฉะนั้น การกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการความร่วมมือ (models of collaborative) ต้องคำนึงถึงความแตกต่างกัน และตามความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ความแตกต่างของรูปแบบการปกครอง สังคมวัฒนธรรม ตลอดจนศักยภาพและข้อจำกัดของพื้นที่ การบริหารจัดการความร่วมมือภายใต้สภาพแวดล้อมขนาดใหญ่ ต้องคำนึงถึงการมีปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกที่อาจก่อให้เกิดความซับซ้อนของการสื่อสารที่อาจส่งผลต่อการสร้างความร่วมมือ (Keyton, Ford, & Smith, 2008) ซึ่งความไว้วางใจเป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จ (Stohl & Walker, 2002) การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างหุ้นส่วนความร่วมมือผ่านการดำเนินกิจกรรมความ

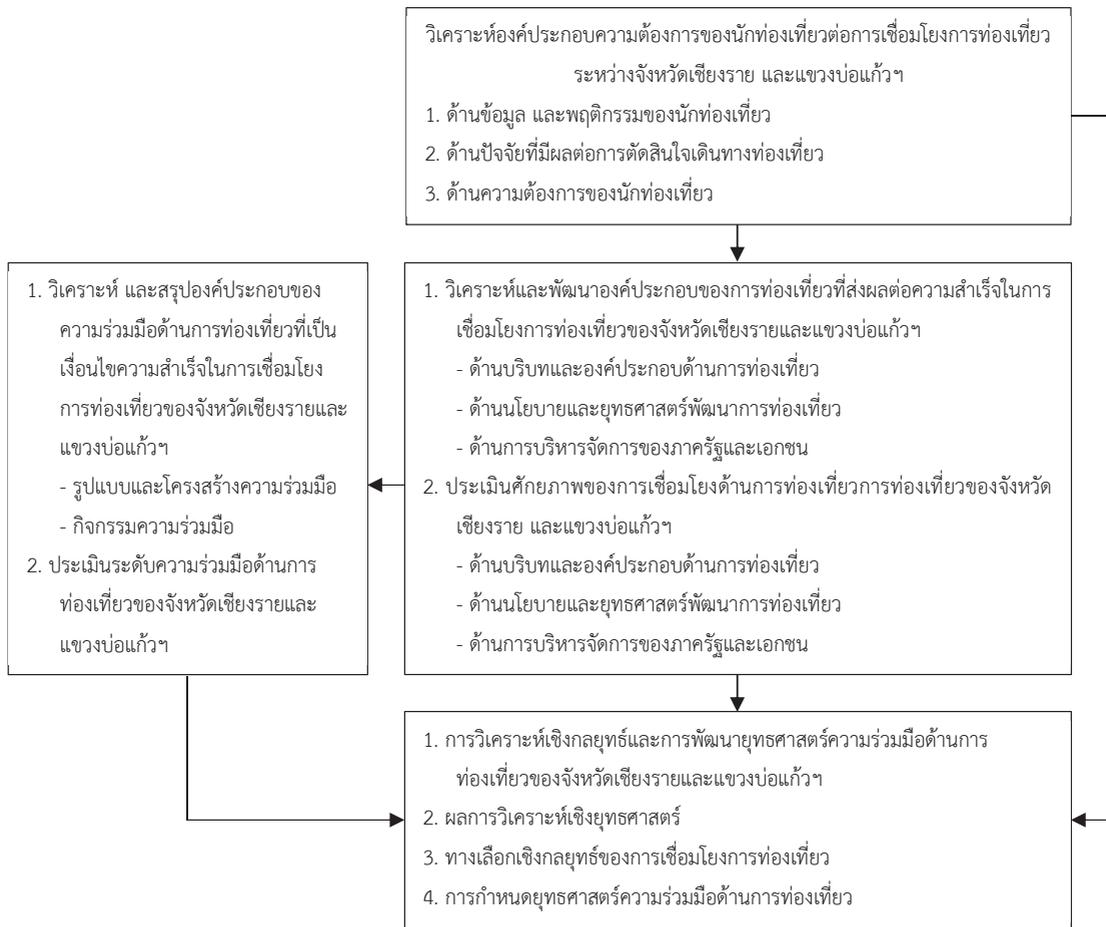
ร่วมมือ (collaborative activity) จะช่วยให้ความร่วมมือเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ชัดเจน และเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะพัฒนาความร่วมมือไปสู่ระดับสูงสุด ที่มีเสถียรภาพ แบบร่วมหัวจมท้าย (Samudavanich, 2005) ซึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์ของความร่วมมือแบบ (collaboration) ที่ต่างฝ่ายต่างได้รับผลประโยชน์ร่วมกันแบบ Win-Win Situation (Crow, 2002)

จากแนวคิดการศึกษายุทธศาสตร์ (strategy study concept) การกำหนดยุทธศาสตร์ตามรูปแบบของกลุ่มที่เสนอหนทางปฏิบัติ (prescriptive schools) (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 1998) และ White (2004) ที่เน้นการพิจารณากำหนดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับสมรรถนะขององค์กร และโอกาสในสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ด้วยการวางแผน (planning) การใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมที่เพื่อบรรลุเป้าหมายในกรอบเวลาที่ กำหนด และการวางตำแหน่ง (positioning) ทางยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม โดยจะเน้นกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นรูปแบบการกำหนดยุทธศาสตร์

ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และองค์ประกอบที่เป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัด เชียงรายและแขวงบ่อแก้ว

การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้วในปัจจุบัน ได้รับผลกระทบทั้งด้านบวกและลบ จากการพัฒนาความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจในภูมิภาค ที่เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบกับความพยายามสร้างความเชื่อมโยงระหว่างประเทศ (connectivity) ที่เน้นการเชื่อมโยงด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านกฎระเบียบ และการประชาชนในภูมิภาค ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบัน การกำหนดยุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นต้องพิจารณาออกแบบ และคัดเลือกกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงโอกาส และอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกในปัจจุบัน ตามแนวคิดการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ร่วมกับการวิเคราะห์กลยุทธ์ด้วยเทคนิค SWOT Analysis & TOWS Matrix เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับศักยภาพ และบริบทของพื้นที่

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเชียงราย ประเทศไทย และแขวงบ่อแก้ว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research method) และการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research method) ดังนี้

การดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ (qualitative research

method) และการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research method) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaires) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 770 ชุด ตามแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว จำนวน 5 คน จากนั้นสรุปผลจากแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์เงื่อนไขความต้องการ

ของนักท่องเที่ยวต่อการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว (1) ด้านข้อมูล และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (2) ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และ (3) ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว

การดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative Research method) โดยการศึกษาเอกสารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว ด้านบริบทและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ด้านนโยบายและยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว และ ด้านการบริหารจัดการของภาครัฐและเอกชน ร่วมกับการลงพื้นที่เพื่อสำรวจสถานที่ท่องเที่ยว โดยการสังเกตทั่วไป (general observation) และการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (information interview) เกี่ยวกับ กิจกรรมการท่องเที่ยว เส้นทางการคมนาคม โรงแรมที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว กระบวนการผ่านแดน ณ จุดผ่านแดน ฯลฯ จากนั้นดำเนินการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และผู้ให้ข้อมูลด้านวิชาการ ซึ่งเป็นผู้ที่มีภารกิจเกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่วิจัย และสรุปผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวิเคราะห์และพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว และการประเมินศักยภาพของการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว

การดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research method) โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้ให้ข้อมูลด้านวิชาการ ซึ่งเป็นผู้ที่มีภารกิจเกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่วิจัย จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน

และนักวิชาการจากสถาบันการศึกษา จากนั้นสรุปผลจากการสัมภาษณ์ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์และสรุปองค์ประกอบของความร่วมมือนำด้านการท่องเที่ยวที่เป็นเงื่อนไขความสำเร็จในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว ด้านรูปแบบและโครงสร้างความร่วมมือ และด้านกิจกรรมความร่วมมือ และการประเมินระดับความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว

การดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research method) โดยการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 เสนอต่อที่ประชุมกลุ่ม (focus group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียของภาคส่วนการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เอกชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ชุมชนผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจากสถาบันการศึกษาที่เป็นตัวแทนจากจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว จำนวน 12 คน เพื่อวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์รายด้านและการวิเคราะห์ทางเลือกเชิงกลยุทธ์ของการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว SWOT Analysis & TOWS Matrix และการกำหนดยุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของความ ต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว พบว่าด้านข้อมูลและพฤติกรรม นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และธรรมชาติ หากมีโอกาสนักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะเดินทางข้ามชายแดนเพื่อการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 69.40 นักท่องเที่ยวมีความต้องการองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (5As) ผลในระดับมาก และปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว

มากที่สุด คือ ความน่าสนใจของแหล่งเที่ยว (Attraction) รองลงมาได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity)

2. ผลการวิเคราะห์ และพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว พบว่า การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวชายแดนระหว่างประเทศจะประสบความสำเร็จได้จำเป็นต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ ประการแรกคือ ปัจจัยด้านบริบท และองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ประการที่สอง คือปัจจัยด้านนโยบายและยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว ประการสุดท้าย คือปัจจัยด้านการบริหารจัดการภาครัฐ และเอกชน

ผลการประเมินศักยภาพการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ด้านบริบท และองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว พบว่าจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว มีศักยภาพ และความโดดเด่นของยุทธศาสตร์ที่ตั้ง ตลอดจนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ยังมีข้อจำกัด ด้านระบบการบริการคมนาคมขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ด้านนโยบาย และยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งสองประเทศให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว มีการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกันในระดับภูมิภาค ASEAN และ GMS แต่ยังมีข้อจำกัด ด้านระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ด้านการบริหารจัดการของภาครัฐ และเอกชน มีเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนนักวิชาการจากสถาบันการศึกษา แต่ยังมีข้อจำกัด เรื่องความล่าช้าของการทำงานด้านการท่องเที่ยว เนื่องมาจากข้อจำกัดด้านระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

3. ผลการวิเคราะห์ และสรุปองค์ประกอบของความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และการประเมินระดับความร่วมมือ พบว่าจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว มีเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวประกอบ

ไปด้วยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ที่ส่วนใหญ่จะริเริ่มโดยภาคเอกชน และภาคสาธารณะ มีรูปแบบการจัดการความร่วมมือ (model of collaborative management) เป็นแบบครั้งคราว (reactive model) มีกิจกรรมความร่วมมือด้านการตลาดการท่องเที่ยว แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจน ผลการประเมินระดับความร่วมมือ อยู่ใน “ระดับปานกลาง” ที่สามารถพัฒนาความร่วมมือไปสู่ความร่วมมือในระดับสูงได้

4. ผลการวิเคราะห์ SWOT & TOWS Matrix พบว่า จังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว ควรกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ในเชิงรุก และเชิงปรับตัว เพื่อให้สามารถปรับตัวตามสถานการณ์ และการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน โดยการสร้างความร่วมมือ (Collaboration) ระหว่างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ผ่านการกำหนดยุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค และระดับประเทศ โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ ดังนี้

4.1 การบูรณาการความร่วมมือของภาคส่วนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว

4.2 ความร่วมมือด้านวิชาการเพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดน และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษ

4.4 การพัฒนารูปแบบ และกิจกรรมการท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ไทย-ลาว

4.5 การทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกสู่สากล

การอภิปรายผล

การศึกษายุทธศาสตร์ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว ตามแนวคิดการศึกษายุทธศาสตร์ (strategy study concept) และการจัดการเชิงกลยุทธ์ (strategy management) เมื่อพิจารณาจากสถานการณ์ในปัจจุบันที่การท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลมาจากการพัฒนาความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจในภูมิภาคที่เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นสาขาสำคัญ ประกอบกับความพยายามสร้างความเชื่อมโยงระหว่างประเทศ (connectivity) ที่มีเป้าหมายเชื่อมโยงกันทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน กฎระเบียบและประชาชนในภูมิภาค ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบัน การถูกกำหนดเป็นพื้นที่เป้าหมายในการพัฒนาเพื่อเชื่อมโยงกับภูมิภาค เป็นได้ทั้งโอกาส และอุปสรรค ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และยั่งยืน ต้องอาศัยความร่วมมือ (collaboration) ของภาคส่วนการท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศในฐานะของผู้ที่กำลังเผชิญปัญหา และผลกระทบจากภายนอกร่วมกัน เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถสร้างคุณประโยชน์สูงสุดให้กับประชาชนในพื้นที่ได้อย่างทั่วถึง โดยคำนึงถึงสร้างความสมดุลระหว่างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และความมั่นคงของประเทศ และเป้าหมายสำคัญคือการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและรุ่งเรือง เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ความร่วมมือ แบบ Win-Win Situation (Crow, 2002) ปัจจัยที่ทำให้ความร่วมมือประสบความสำเร็จ จากประสบการณ์ที่ผ่านมาแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่เกิดจากการจัดการความรู้ และการนำความสามารถส่วนบุคคลออกมาใช้รวมถึงการสร้างควมไว้วางใจระหว่างกันช่วยให้กระบวนการ และผลลัพธ์ของความร่วมมือดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ผลวิเคราะห์องค์ประกอบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว พบว่าควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมการในทุกฤดูกาลท่องเที่ยว ควรจัดให้มีการพัฒนาปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และควรพิจารณาปรับปรุงระเบียบพิธีการผ่านแดนให้มีความสะดวก รวดเร็ว ความยืดหยุ่นเพิ่มมากขึ้น

2. ผลจากการวิเคราะห์เงื่อนไขความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้วให้ประสบความสำเร็จและยั่งยืน ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญที่เงื่อนไขสู่ความสำเร็จ 3 ด้าน ดังนี้ (1) ด้านบริบทและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (2) การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกันในทุกระดับ (ภูมิภาค ประเทศ ท้องถิ่น) (3) การบริหารจัดการภาครัฐและเอกชน ภาครัฐและเอกชนที่ให้ความสำคัญ ต่อการสร้างร่วมมือด้านการท่องเที่ยว การประสานความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว

3. วิเคราะห์ และสรุปองค์ประกอบของความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และประเมินระดับความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ระหว่างจังหวัดเชียงราย และแขวงบ่อแก้ว พบว่าจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว มี เครือข่ายความร่วมมือ (collaborative network) ผลการประเมินระดับความร่วมมืออยู่ใน “ระดับปานกลาง” ที่สามารถพัฒนาระดับความร่วมมือไปสู่ความร่วมมือในระดับสูงสุดได้ โดยการความสำคัญกับการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว การร่วมกันกำหนดกฎระเบียบ และโครงสร้างการบริหารจัดการ และบรรทัดฐาน (norms) ที่ใช้ร่วมกันโดยการคำนึงถึงความเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ ความแตกต่าง

ทางวัฒนธรรม สังคมและค่านิยม ความสามารถและความพร้อมรวมไปถึงข้อจำกัดของพื้นที่

5. ผลจากศึกษาพบว่ามี การดำเนินกิจกรรมความร่วมมือด้านการตลาดการท่องเที่ยว และควรมีการกำหนดรูปแบบแนวทางความร่วมมือด้านการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ควรมีรูปแบบที่เหมาะสมกับพื้นที่สามารถตอบสนองความต้องการ และสามารถแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวให้ธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ชุมชนเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยว สามารถกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน ประชาชนในพื้นที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว

6. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว ในด้านการบริหารจัดการของภาครัฐและเอกชนพบว่า ยังขาดการจัดเก็บข้อมูลพื้นฐาน งานวิจัยและพัฒนา และด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้มีประสิทธิภาพเท่าความจำเป็นในปัจจุบัน ควรมีจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและแขวงบ่อแก้ว เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสถานการณ์

References

- Chiang Rai Governor's Office. (2016). *Chiang Rai provincial development plan for 4 years (2018-2021)*. Author. [In Thai]
- Chumak, S. (2011). *International relations in the current era: From 1990s to the first decade of the 21st Century* (7th ed.). Chulalongkorn University Press.
- Crow, K. (2002). *Collaboration DRM associates*. Retrieved from <http://www.npd-solutions.com/collaboration.html>
- Keyton, J., Ford, D. J., & Smith, F. I. (2008). A meso level communicative model of collaboration. *Communication Theory, 18*(3), 376-406.
- Mattessich, P., Murray-Close, M., & Money, B. (2001). *Collaboration: What makes it work?*. Amherst H. Wilder Foundation.
- McGuire, M. (2006). Collaborative public management: Assessing what we know and how it. *Public Administration Review, 66*(1), 33-43.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1998). *Strategy safari: A guided tour through the wilds of strategic management*. Prentice Hall.
- Samudavanich, C. (2005). *The development of the government system to develop abilities for holistic competitions of the country*. Public Sector Development Commission Committee Press. [In Thai]
- Sirikrai, S (1999). *Economic and political development in southeast Asia, economic and political development LAOS*. Thammasat University, Institute of East Asian Studies. [In Thai]
- Stohl, C., & Walker, K. (2002). A bona fide perspective for the future of groups. In L. R. Frey (Ed.), *New Direction I Group Communication* (pp. 237-252). Sage.
- Suwannachart, P. (1997). *ASEAN in three decades*. Thailand Research Fund. [In Thai]
- Thomson, A. M., & Perry, J. L. (2006). Collaboration process: Inside the black box. *Journal of Public Administration Research and Theory, 10*(2), 20-30.
- White, C. (2004). *Strategic management*. McMillan.
- World Tourism Organization. (2004). *Sustainable development of tourism conceptual definition*. Retrieved from <https://www.unwto.org/sustainable-development>

การสื่อสารความเชื่อเพื่อการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ละครชาตรีเท่งตุ๊ก จังหวัดจันทบุรี

รัชนีชีวาต์ ตันตฤกลวรา¹ โยธิน แสงวงดี² สุกัญญา บุรณเดชาชัย³

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สืบค้นความเชื่อที่อยู่เบื้องหลังของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก (2) วิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารความเชื่อของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก และ (3) ศึกษาแนวทางการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก งานวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพแบบชาติพันธุ์วรรณาในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 61 คน โดยการวิจัยภาคสนามสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัย พบว่า (1) ความเชื่อเบื้องหลังของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก ศิลปินได้รับอิทธิพลมาจากละครโนราชาตรีภาคใต้โดยความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 3 ลักษณะ ขณะที่ผู้ว่าจ้างเชื่อถือในวิญญาณเจ้าที่ประจำสถานที่นั้น ๆ จังหวัดจันทบุรี คือ สิ่งที่ทำให้ละครชาตรีเท่งตุ๊กมีเอกลักษณ์เฉพาะ (2) การสื่อสารความเชื่อละครชาตรีเท่งตุ๊ก คือ การสื่อสารภายในบุคคลเพื่อความมั่นคงทางจิตใจ และการสื่อสารระหว่างบุคคลเกิดขึ้นจากประสบการณ์ร่วมระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร คือ ผู้ว่าจ้างต่างก็มีความเชื่อต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำการส่งสารด้วยวัจนภาษาผ่านช่องทางการสื่อสาร โดยส่งสารไปยังผู้รับสารผู้ชมทั่วไป ผลกระทบจากการสื่อสาร คือ ความมั่นคงทางด้านจิตใจ และการเป็นพื้นที่แสดงอำนาจทางสังคมของผู้ว่าจ้างไปแสดง และ (3) แนวทางการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก มี 4 แนวทาง คือ “ผลิตซ้ำเศรษฐกิจความเชื่อ เครือข่ายศิลปินหลอมรวมศิลปะสื่อใหม่ วัฒนธรรมถิ่นไทยศึกษา”

คำสำคัญ: การสื่อสารความเชื่อ; การดำรงอยู่; ละครชาตรีเท่งตุ๊ก

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

รัชนีชีวาต์ ตันตฤกลวรา, โยธิน แสงวงดี และสุกัญญา บุรณเดชาชัย. (2564). การสื่อสารความเชื่อเพื่อการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก จังหวัดจันทบุรี. *วารสารดุชนิพนธ์จิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 746-759.

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

² สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล

³ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Belief Communication for Existence of Chatri-Tentook Drama Folk Performing Arts in Chanthaburi Province

Raajshivar Tantikulvara¹ Yothin Sawangdee² Sukanya Buranadechachai³

Abstract

This research article aims to (1) survey the background belief of Chatri-Tengtook drama folk performing arts; (2) analyze elements of belief communication of Chatri-Tengtook drama folk performing arts; and (3) investigate approaches for sustainability of Chatri-Tengtook drama folk performing arts. Ethnographic Qualitative research methodologies in collecting data with a total of 61 target groups. Participatory observation, in-depth interview, and focus group discussion were conducted in collecting research data.

The results of this study are: (1) The background belief of Chatri-Tengtook folk performing arts have been influenced from Nora-Chatri drama, the folk performing arts of southern Thailand, under three spiritual characters. The uniqueness of Chatri-Tengtook drama is the perform of 'Took drum' rhythm. (2) The elements of belief communication Chatri-Tengtook folk performing arts were the intrapersonal communication due to psychic confidant, and the interpersonal communication, occurred via mutual experiences between senders, who are performers, and receivers, who are employers. The results of these communicative actions are confidence and power illustration among performing employers. (3) Four approaches of Chatri-Tengtook drama folk performing arts sustainability promotion are called "economic-belief reproduction, performer networks, arts of new media convergence, and study of local Thai culture"

Keywords: Belief Communication; Existence; Chatri-Tengtook Drama

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Tantikulvara, R., Sawangdee, Y., Buranadechachai, S. (2021). Belief communication for existence of Chatri-Tentook drama folk performing arts in Chanthaburi province. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 746-759.

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

² Institute for Population and Social Research, Mahidol University

³ Faculty of Communication Arts, Bangkokthonburi University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ลักษณะทางสังคม โลกาภิวัตน์ และการเผยแพร่กระจายของวัฒนธรรมตะวันตก รูปแบบการดำเนินชีวิตสมัยใหม่โดยทั่วไป จะมีผลต่อการล่มสลายของอัตลักษณ์ที่เป็นการแสดงวัฒนธรรม ประเพณี ฯลฯ ของสังคมประเทศกำลังพัฒนาเสมอ (Ryder, 1965) การรับวัฒนธรรมจากต่างชาติเข้ามามีบทบาทในสังคมสมัยใหม่ จึงเป็นเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (cultural change) เกิดขึ้นอย่างกว้างขวาง ไม่เว้นแม้แต่กลุ่มชนที่มีวัฒนธรรมย่อย (subculture) การที่สภาพสังคมวัฒนธรรมของโลกเชื่อมต่อกัน ผ่านระบบคมนาคม และการสื่อสารที่ก้าวหน้าทันสมัยรวดเร็วมาก ในยุคโลกาภิวัตน์ส่งผลให้ผู้คนในสังคมโลกมีโอกาสเรียนรู้ และปฏิสัมพันธ์กับผู้คนต่างสังคมวัฒนธรรมมากขึ้น รวดเร็วขึ้นทั้งโดยทางตรง และทางอ้อม ในทางตรงกันข้ามความทันสมัย (modernization) กลับส่งผลให้ความเชื่อ ตลอดจนพิธีกรรมต่างๆ ในชุมชนท้องถิ่นเลือนหายไปจากกิจกรรมการแสดงพื้นบ้าน เกิดความเสื่อมสลายของวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีอยู่ของชุมชน และการที่ชนรุ่นหลังในยุคแห่งความทันสมัยกลับไปชื่นชมวัฒนธรรมชนชาติอื่นที่เผยแพร่เข้ามา ทำให้วิถีชีวิตที่มีต่อความเชื่อต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปด้วย เช่น ความเชื่อที่มีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ลดลง กลับเชื่อในหลักการ และเหตุผลที่นำไปสู่การพิสูจน์ได้จากวิทยาศาสตร์ การเลิกดูแลครุระบำ รำฟ้อน เพราะเป็นความล้าสมัย กลับไปนิยมเปิดรับสื่อสังคมเครือข่าย หรือ เล่นเกมออนไลน์แทน

หากย้อนกลับไปนึกถึงการแสดงพื้นบ้าน หรือละครพื้นบ้านจัดเป็นการสื่อสารเพื่อความบันเทิง รูปแบบหนึ่ง que เข้ามามีบทบาทสร้างสรรค์ความบันเทิง (entertain) แจ้งข่าวสาร (inform) ให้ความรู้ หรือขัดเกลาทางสังคม (socialization) ให้กับผู้ชมในยุคโบราณในรูปแบบของสื่อมวลชนดั้งเดิม ซึ่งถือว่าเป็นยุคที่สื่อมวลชนกระแสหลักอย่างวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่อสังคมเครือข่าย (social media)

ยังไม่เข้ามามีอิทธิพลเฉกเช่นยุคปัจจุบันอย่างแพร่หลาย การแสดงพื้นบ้าน จึงเป็นการสื่อสารที่เชื่อมระหว่างโลกสามัญ (profane) และโลกศักดิ์สิทธิ์ (sacred) (Chantavanich, 2012, p. 46) ภายใต้รูปแบบการแสดงออกถึงความเชื่อที่มีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ด้วยความเคารพ และพิธีกรรมที่สอดประสานเข้าด้วยกันเป็นระบบ จนกลายเป็นศาสนา ซึ่งการทำหน้าที่ของศาสนาตามความเชื่อดังกล่าว มองว่า ประการแรกความเชื่อสร้างระเบียบวินัยที่ปรากฏอยู่ในพิธีกรรม ประการที่สอง ความเชื่อสร้างสามัคคีในรูปแบบของพิธีกรรม ประการที่สาม ความเชื่อเป็นพลังชีวิตอยู่ที่มีการมีส่วนร่วมของสมาชิก หรือผู้นับถือศาสนา และประการสุดท้าย ความเชื่อทำให้มีเอิบ เพราะทำในสิ่งที่ศรัทธาอยู่ที่ศรัทธาของผู้นับถือ ขณะที่ Chunsuvimol, Virasaya, Sermsri, and Junhasobhaga (2018, p. 9) ขยายแนวคิดของ Tylor (1871) และ Spencer (1868) ที่ว่า วิญญาณมีอิทธิพลต่อทุกสิ่งที่มาจากความฝัน และความนึกคิด ความสามารถของมนุษย์ และที่มาของวิญญาณคือ Animism วิญญาณจะมีลักษณะรูปร่างเหมือนมนุษย์ มีอำนาจให้คุณให้โทษกับมนุษย์ มีคุณลักษณะเหนือมนุษย์ต้องได้รับการสักการะ สวดวิงวอน ขอความคุ้มครองถึงจะได้รับความพึงพอใจ ไม่ลงโทษ และให้ความคุ้มครอง เช่นเดียวกับศาสนาเกิดจากความเชื่อตาม Frazer (1925) ที่ว่า ศาสนาดั้งเดิม ความเชื่อ Magic มีการปฏิบัติ การสวด การปลอบขวัญทางวิญญาณ จัดเป็นรูปแบบการจัดการเหนือธรรมชาติ เพื่อช่วยให้มนุษย์บรรลุวัตถุประสงค์เพื่อความอยู่รอด

การเต้นระบำรำฟ้อน หรือศิลปะการแสดงพื้นบ้านอย่าง “ละครชาตรีเท่งตุ๊ก” ซึ่งก็คือละครชาตรี แต่ที่เรียก “เท่งตุ๊ก” เป็นเพราะเสียงกลองตุ๊กที่คอยให้จังหวะจะโคน ที่จัดเป็นเอกลักษณ์ของละครชาตรีเท่งตุ๊ก จัดเป็นการสื่อสารความเชื่อเพื่อถวายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ลักษณะหนึ่ง จากแนวคิดของละครชาตรีสันนิษฐานว่า ไทยได้รับแบบแผนการแสดงชนิดนี้มา

จากอินเดียผ่านการเดินทางเข้ามาจากทางภาคใต้ของ ไทยผ่านเส้นทางชวามาลายู ซึ่งสอดคล้องกับตำนาน เล่าขานเกี่ยวกับละครชาตรีเท่งตุ๊กของจันทบุรีก็รับ อิทธิพลจากละครเร่จากทางภาคใต้ที่คณะนักแสดง แสดงเรื่อยมาตามชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก จน กระทั่งเรืออับปางที่ฝั่งชายทะเลแหลมสิงห์ จังหวัด จันทบุรีก็ตั้งรกรากฝึกการแสดงละครชาตรีเท่งตุ๊กให้ กับลูกหลานสืบทอดกันต่อมาจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน ขณะเดียวกันละครเป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมที่มนุษย์ ใช้เป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสารกับเทพเจ้า หรือสิ่ง ศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพมาตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ โดยละครรำ ของไทยที่เก่าแก่มิมาแต่โบราณมักใช้แสดงเพื่อสื่อสาร กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และละครชาตรีเป็นละครรำที่นิยมใช้ แสดงแก่คนมาจนถึงยุคปัจจุบันด้วยความเชื่อที่ว่า ผู้แสดงละครมีคาถาอาคม และสามารถสื่อสารติดต่อกับ เทพเจ้าหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้ ใครจะหาละครแก่นบต้อง แก้วด้วยละครชาตรี เพื่อให้เทพเจ้า หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ช่วย ดลบันดาลให้ได้สิ่งที่ต้องการ (HRH Prince Damrong Rajanubhab, 2003) จากความเป็นมาและความสำคัญ ของปัญหาที่ว่าหาก “การสื่อสารความเชื่อ” คือปัจจัย เกื้อหนุนให้ศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก สามารถดำรงอยู่ได้ ผู้วิจัยจึงเกิดคำถามที่นำไปสู่การ วิจัยว่า ศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก ที่ เป็นเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือประเทศไทย สามารถดำรงอยู่ในยุค ปัจจุบันได้อย่างไร ภายใต้ความเชื่อเบื้องหลังใช้ สาเหตุสำคัญดังกล่าวที่ทำให้ดำรงอยู่หรือไม่ อย่างไร กระบวนการสื่อสารความเชื่อของศิลปิน และผู้ชมละคร ชาตรีเท่งตุ๊กมีผลต่อการดำรงอยู่อย่างไร การสังเคราะห์ รูปแบบการสื่อสารความเชื่อเพื่อการดำรงอยู่ของศิลปะ การแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊กมีองค์ประกอบใด บ้าง และสามารถสังเคราะห์รูปแบบการสื่อสารความ เชื่อเพื่อการดำรงอยู่ได้อย่างไร ดังจะได้ทำการศึกษา ตามวัตถุประสงค์การวิจัยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความเชื่อที่อยู่เบื้องหลังของศิลปะ การแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารความเชื่อ ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก
3. เพื่อศึกษาแนวทางการดำรงอยู่ของศิลปะการ แสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา แบ่งออกเป็นเนื้อหาตาม วัตถุประสงค์การวิจัย คือ เนื้อหาด้านความเชื่อ เบื้องหลังศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก การสื่อสารความเชื่อของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละคร ชาตรีเท่งตุ๊ก และแนวทางการดำรงอยู่ของศิลปะการ แสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก
2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) แบ่งออกเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลัก และผู้ให้ ข้อมูลสำคัญรอง รวมทั้งหมด 61 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ หลัก ได้แก่ ศิลปินอาวุโส และหัวหน้าละครชาตรีเท่ง ตุ๊ก จำนวน 5 คน สมาชิกศิลปินนักแสดง 44 คน และ ผู้ว่าจ้างละครชาตรีเท่งตุ๊ก 7 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญรอง จำนวน 5 คน ได้แก่ ประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัด จันทบุรี ประธานสภาวัฒนธรรมอำเภอแหลมสิงห์ นัก วิชาการทางวัฒนธรรม
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ และระยะเวลาการวิจัย ผู้วิจัยศึกษาละครชาตรีเท่งตุ๊กในเขตอำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่อาศัยของคณะละครชาตรี เท่งตุ๊ก การศึกษาครั้งนี้เจาะจงเลือกศึกษาคณะละคร ชาตรีเท่งตุ๊ก 4 แห่ง ได้แก่ คณะ ส. บัวน้อย คณะ มนต์ชัยวัฒนา คณะจักรวาลมงคลศิลป์ และคณะรวม ดาวรุ่งดาราศิลป์ ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย 3 ปี ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2558 ถึง ปี พ.ศ. 2561

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เชิงวิชาการ ผลการวิจัยสามารถสร้างองค์ความรู้จากปรากฏการณ์ทางสังคมวิทยาการสื่อสาร ได้แก่ ความเชื่อของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีแห่งตึก การสื่อสารความเชื่อ และแนวทางการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีแห่งตึก นำไปใช้ประกอบการเรียนการสอนทางด้านศิลปะ นาฏศิลป์ ท้องถิ่น

2. เชิงปฏิบัติการ ผลการวิจัยนำไปสู่การค้นคว้าลักษณะที่เป็นสหวิทยาการ คือ สังคมวิทยา วัฒนธรรม และการสื่อสาร เชื่อมโยงการสร้างนโยบายการส่งเสริมรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ท้องถิ่น การสร้างเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้ดำรงอยู่อย่างถาวรภายใต้การพัฒนาสู่สังคมยุคดิจิทัล

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐานในการศึกษาทั้งในและต่างประเทศ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย เบื้องต้นผู้วิจัยเลือกศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรม และความ ต้องการจำเป็นของมนุษย์ เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่ว่า ความเชื่อของมนุษย์คือระบบหนึ่งของวัฒนธรรม Satsanguan (2000) ขยายความว่า วัฒนธรรมมีสาเหตุมาจากความต้องการของมนุษย์ด้านชีววิทยา ด้านจิตใจ และด้านสังคม และวัฒนธรรมนำไปสู่การจัดระเบียบวิถีชีวิต 9 ด้าน ได้แก่ ครอบครัว เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง การศึกษา ศาสนา การแพทย์ การสื่อสาร ศิลปะ และนันทนาการ ทั้งนี้ ความเชื่อ และการสื่อสารคือ ปัจจัยสำคัญหลักในการศึกษาที่ว่า มนุษย์จำเป็นต้องสร้างอำนาจเหนือธรรมชาติ ความเชื่อต่างๆ จึงทำหน้าที่สื่อสารเพื่อตอบสนองความรู้สึก และความมั่นคงทางด้านจิตใจ ทำให้รู้สึกได้ว่าสามารถควบคุม

สถานการณ์ที่เลวร้ายไว้ได้ จากการดลบันดาลของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความเชื่อในบาป บุญ คุณโทษ หากมองในมุมมองการสื่อสารนับว่าเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่มนุษย์พยายามสร้างสัญลักษณ์บางอย่างเพื่อแสดงออกถึงการสื่อสารผ่านความศักดิ์สิทธิ์ ในรูปของพิธีกรรม กระบวนการดังกล่าวจึงมีองค์ประกอบการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร (sender) เนื้อหาสาร (message) ช่องทางการสื่อสาร (channel) ผู้รับสาร (receiver) และผลกระทบจากการสื่อสาร (effect of communication) หรือเรียกแบบจำลองดังกล่าวว่า S-M-C-R-E (Mead, 1934; Berlor, 1960; Rogers, 1973) ผลกระทบที่เกิดจากการสื่อสารความเชื่อดังกล่าวนอกจากจะสร้างความมั่นคงทางจิตใจของศิลปินนักแสดงละครชาตรีแห่งตึกแล้ว ยังสร้างอำนาจเชิงสังคม เป็นอำนาจในเชิงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (social interaction) โดยส่งเสริมความมีสถานภาพทางสังคมที่ได้รับการยอมรับโดยละครชาตรีแห่งตึกคือ พื้นที่สาธารณะ (public sphere) ในการสร้างอำนาจเชิงสังคมให้กับผู้ว่าจ้าง (Habermas, 1989; Dowding, 1996)

สำหรับการดำรงอยู่ของวัฒนธรรม ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (William, 1981) เครือข่ายทางสังคม (Bott, 1957) สื่อใหม่ และการหลอมรวมสื่อ (Netphokeaw, 2018) และการขัดเกลาทางสังคม (Adiwattanasit, 2009) มาอธิบายปรากฏการณ์การดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีแห่งตึก นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เกิดความเข้าใจศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีแห่งตึกจากอดีตถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสร้างหลักสูตรการเรียนรู้อะไรละครชาตรีแห่งตึกเป็นหลักสูตรท้องถิ่นตามแนวทางของ Arunthanya (2015)

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ออกแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณา (ethnographic research) ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าระเบียบวิธีการวิจัยดังกล่าวจะทำให้เข้าใจแบบแผนการดำเนินชีวิตของศิลปินนักแสดง รวมถึงผู้ว่าจ้างละครชาตรีเท่งตุ๊กไปแสดงได้เป็นอย่างดี เพื่อศึกษาพฤติกรรมด้านต่างๆ ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสนามวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ศิลปินนักแสดง และผู้ว่าจ้าง โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. กำหนดสนามวิจัยเชิงคุณภาพ คือ คณะละครชาตรีเท่งตุ๊ก 4 แห่ง ส่วนใหญ่ก่อกำเนิด และตั้งอยู่ในเขตอำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี โดยมีการสืบถอดละครชาตรีเท่งตุ๊กมากกว่า 140 ปี ได้แก่ คณะ ส. บัณฑิตยคุณมนัสชัยวัฒนา คณะจักรวาลมงคลศิลป์ และคณะรวมดาวรุ่งดาราศิลป์

2. เลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง ประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด 61 คน ทั้งกลุ่มศิลปินนักแสดง-นักดนตรีละครชาตรีเท่งตุ๊ก ผู้ว่าจ้างละครชาตรีเท่งตุ๊ก และหน่วยงานสนับสนุนทางวัฒนธรรม

3. สร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยแบบสังเกตพฤติกรรมแบบมีส่วนร่วมศิลปินนักแสดงในลักษณะการจดบันทึกสิ่งที่พบเห็นจากสนามวิจัย จากนั้นใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสอบถามความเชื่อของศิลปินนักแสดงนักดนตรี ใช้คำถามการสนทนากลุ่มกับศิลปินนักแสดงนักดนตรี ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการสนับสนุนการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และแบบสัมภาษณ์เครือข่ายทางสังคมศิลปิน

4. กำหนดเทคนิคการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เมื่อผู้วิจัยเลือกสนามวิจัยคณะละครชาตรีเท่งตุ๊กทั้ง 4 แห่ง จึงกำหนดการวางแผนการเก็บข้อมูลในสนามวิจัยด้วย

การให้ผู้ช่วยนักวิจัยฝั่งตัวอาศัยอยู่กับศิลปินนักแสดง คณะละประมาณ 1 เดือน ระหว่างนี้ผู้วิจัยจะลงพื้นที่ติดตามการเก็บข้อมูลของผู้ช่วยวิจัยเป็นระยะเทคนิคการเก็บข้อมูลจึงประกอบด้วย การสังเกตพฤติกรรมศิลปินนักแสดงแบบมีส่วนร่วม เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งในรูปแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ เทคนิคการสังเกต และการสัมภาษณ์จะทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อ และการสื่อสารในกลุ่มศิลปินนักแสดง และผู้ว่าจ้าง จากนั้นผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคการสนทนากลุ่มกับศิลปินนักแสดง และผู้สนับสนุนทางวัฒนธรรมจำนวน 14 คน เพื่อหาแนวทางการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีแห่งตึก เทคนิคการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยจะสร้างความคุ้นเคยกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญค่านึงถึงจริยธรรมการวิจัยในคน โดยความยินยอมของผู้ให้ข้อมูลวิจัย และยินดีเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ขณะเดียวกันหากข้อมูลโดยยังไม่สมบูรณ์ผู้วิจัยก็สามารถติดต่อขอสัมภาษณ์เพิ่มเติมผู้ให้ข้อมูลได้ทุกเมื่อ

5. การตรวจสอบข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ เน้นความน่าเชื่อถือของข้อมูลวิจัยโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถามในแบบสอบถาม ใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ 3 ลักษณะ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลระหว่างกัน และเปรียบเทียบความตรงของข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจนกระทั่งข้อมูลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องตรงกันในลักษณะการตรวจสอบสามเส้า (triangulation checked) ใช้ข้อมูลต่างชนิดกันมาตรวจสอบในประเด็นเดียวกัน เพื่อได้ข้อสรุปทิศทางเดียวกัน แสดงว่าข้อมูลนั้นถูกต้องเชื่อถือได้

6. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เน้นการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) แยกส่วนประกอบ ความสำคัญตามประเด็นที่ศึกษา ได้แก่ ความเชื่อของศิลปินนักแสดง วิเคราะห์การสื่อสารความเชื่อและพัฒนาแนวทางการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีแห่งตึก จัดหมวดหมู่ของข้อมูล

การวิเคราะห์เนื้อหาตามประเด็นการศึกษา เชื่อมโยงประเด็นของส่วนประกอบต่างๆ ของเนื้อหา และสรุปเป็นข้อค้นพบจากการศึกษา และสังเคราะห์เชื่อมโยงองค์ประกอบเข้าด้วยกันเพื่อให้ได้ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพที่สมบูรณ์ นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมของศิลปินนักแสดงละครชาตรีแห่งตึกด้วยโปรแกรม Ucinet

ผลการวิจัย

การศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษากับศิลปินนักแสดงละครชาตรีแห่งตึกจาก 4 แห่ง คือ คณะ ส. บัณฑิตย คณะมนัสชัยวัฒนา คณะจักรวาลวงกลมศิลป์ และคณะรวมดาวรุ่งดาราศิลป์ ละครชาตรีแห่งตึกจังหวัดจันทบุรี นั้น เริ่มประมาณปีพ.ศ. 2390 คือ ครูทิม ภาคกิจ โดยครูทิมได้รับการถ่ายทอดละครชาตรีมาจากครูขุนทอง ซึ่งเดินทางแสดงละครชาตรีเมาจากทางภาคใต้เรื่อยมาจนถึงเขตอำเภอเพ จังหวัดระยอง และเข้าสู่เขตจังหวัดจันทบุรีเกิดเหตุเรืออับปางที่อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี และได้แต่งงานตั้งถิ่นฐานแสดงละครชาตรีเรื่อยมาในเขตอำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี จากนั้นมีการถ่ายทอดการแสดงละครชาตรีแห่งตึกในกลุ่มเครือญาติ และลูกศิษย์

จากการศึกษา พบว่า คณะ ส. บัณฑิตย เป็นคณะที่สืบทอดมาจากเครือญาติของครูทิม ภาคกิจ จำนวนสมาชิกทั้งหมด 13 คน ครูบุญเรือน สร้อยศรี อายุ 80 ปี ศิลปินนักแสดง และหัวหน้าคณะละคร จัดเป็นคณะละครชาตรีแห่งตึกผู้ให้กำเนิดละครชาตรีแห่งตึกจันทบุรี คณะแรกมากกว่า 140 ปี ศิลปินนักแสดง นักดนตรีส่วนใหญ่มีการสืบทอดในกลุ่มเครือญาติจนกระทั่งปัจจุบัน คณะมนัสชัยวัฒนา มีสมาชิกทั้งหมด 7 คน ครูมนัส ไทยทักษ์ อายุ 73 ปี ศิลปินอาวุโส และหัวหน้าคณะ เป็นคณะที่เก่าแก่ทางฝั่งบางกะไชย สืบทอดการแสดงละครชาตรีแห่งตึกมาจากครูวอนสืบทอดมาจากครูชั้นลูกศิษย์ครูทิม

คณะจักรวาลมงคลศิลป์ ได้รับการสืบทอดละครชาตรีเท่งตุ๊กจากครูเต้าหยินลูกศิษย์ของครูวอน ครูจักรวาล มงคลสุข เป็นศิลปินอาวุโส และหัวหน้าคณะละคร มีสมาชิกศิลปินนักแสดง นักดนตรีทั้งหมด 19 คน

คณะรวมดาวรุ่งดาราศิลป์ คณะละครชาตรีรุ่นใหม่ ที่จัดตั้งโดยสุทธิพงศ์ ชันทเจริญ อายุ 30 ปี หัวหน้าคณะละคร โดยสืบทอดมาจากคณะขวัญใจเจริญศิลป์เป็นลูกศิษย์สายครูวอน มีสมาชิกนักแสดง นักดนตรีทั้งหมด 7 คน ดังนั้น คณะละครชาตรีเท่งตุ๊กจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่ยังคงมีอยู่มากทางฝั่งบางกะไชย อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี

1. ความเชื่อเบื้องหลังของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก

จากการศึกษาเบื้องหลังความเชื่อดังกล่าวสามารถแบ่งออกไป 2 ลักษณะ คือ ความเชื่อของศิลปินละครชาตรีเท่งตุ๊ก และความเชื่อของผู้ว่าจ้างละครชาตรีเท่งตุ๊ก ศิลปินนักแสดงละครชาตรีเท่งตุ๊กเกิดความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 3 ลักษณะแบ่งออกเป็น (1) ครูเทพเจ้า ได้แก่ พระอิศวร พระพิฆเนศ และพระแม่ธรณี (2) ครูฝ่ายมนุษย์ คือ ฤาษีภรตมณี หรือพ่อแก่ บิดา-มารดา และครูละคร-ครูดนตรีผู้ล่วงลับ และ (3) ครูเทพอสูร คือ พระพิราพ การรำแม่บท 12 ท่าจะใช้รำถวายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ แต่สิ่งที่ทำให้ละครชาตรีเท่งตุ๊กมีเอกลักษณ์เฉพาะ คือ การให้จิ้งหะของกลองตุ๊ก ทุกครั้งที่ศิลปินนักแสดงเดินทางไปแสดงตามที่ต่างๆ นิยมที่จะจุดธูปบูชาครูละครชาตรีเท่งตุ๊ก ครูดนตรีไทย และแสดงความเคารพต่อเจ้าที่เจ้าทางบริเวณที่ไปทำการแสดง นอกจากนี้ในแต่ละปีจะมีการจัดพิธีไหว้ครู ครอบครูละครชาตรี แสดงความเคารพ และรำลึกนึกถึงครูอาจารย์อำนวยการให้เจริญรุ่งเรืองทางด้าน การแสดงละครชาตรีเท่งตุ๊ก ดังนั้นพิธีกรรม และความเชื่อต่างๆ ของคณะละครชาตรีเท่งตุ๊กจึงเป็นการตอบสนองความต้องการทางวิถีชีวิต และวัฒนธรรม ด้านระบบความเชื่อ ระบบเศรษฐกิจ และการขัดเกลาอบรมสั่งสอนสมาชิกใหม่ของศิลปินรุ่นใหม่

สำหรับความเชื่อของผู้ว่าจ้างละครชาตรีเท่งตุ๊กส่วนใหญ่พบว่า จะว่าจ้างละครชาตรีเท่งตุ๊กไปรำถวายสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อการแก้บน ซึ่งความเชื่อเบื้องหลังของผู้ว่าจ้างการแสดงละครชาตรีเท่งตุ๊กเพื่อการแก้บน หรือการรำเพื่อถวายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนให้ความเคารพนับถือ นั้น เป็นการแก้ปัญหาพื้นฐานเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการดำเนินวิถีชีวิต และวัฒนธรรมด้านต่างๆ เช่น ระบบเครือญาติ ระบบการเมืองการปกครอง การขัดเกลาทางสังคม และการศึกษา ระบบความเชื่อ และการแพทย์ และสาธารณสุข และความโดดเด่นประการสำคัญของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก คือ การรำถวายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามสถานที่ประกอบอาชีพของผู้ว่าจ้างที่เป็นชาวสวน และเกษตรกร การรำแก้บนจึงเกิดขึ้นในสวนผลไม้ ฟาร์มกุ้ง และบริเวณชายทะเล

2. การสื่อสารความเชื่อของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งตุ๊ก

การสื่อสารความเชื่อละครชาตรีเท่งตุ๊ก เกิดขึ้นจากประสบการณ์ร่วมระหว่างผู้ส่งสาร คือ ศิลปินนักแสดงละครชาตรีเท่งตุ๊ก และผู้รับสาร คือ ผู้ว่าจ้างต่างก็มีความเชื่อต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่การส่งสารด้วยวัจนภาษา ได้แก่ บทร้อง และอวัจนภาษา ได้แก่ การรำรำ การแสดงสีหน้าท่าทาง เสียงดนตรี และเครื่องแต่งกายตัวละคร สัญลักษณ์เครื่องสักการบูชาต่างๆ ผ่านช่องทางการสื่อสาร คือ งานไหว้ครู และงานแก้บน รวมถึงงานมหรสพเพื่อความบันเทิงโดยส่งสารไปยังผู้รับสารผู้ชมทั่วไป ผลกระทบจากการสื่อสาร คือ ความมั่นใจทางด้านจิตใจ และการเป็นพื้นที่แสดงอำนาจทางสังคมของผู้ว่าจ้างไปแสดง ดังนั้น การสื่อสารความเชื่อ คือ การสื่อสารภายในบุคคลเพื่อตอบสนองความมั่นใจทางจิตใจศิลปินที่มาจาก การคุกคามของเศรษฐกิจแบบทุนนิยม และการสื่อสารความเชื่อเพื่อตอบสนองความมั่นใจทางจิตใจผู้ว่าจ้างเมื่อสิ่งที่ขอพร หรือการบนบานศาลกล่าวประสบความสำเร็จ ศิลปินใช้การสื่อสารความเชื่อเพื่อทำให้เจ้าของธุรกิจมีรายได้แล้วกลับมาจ้างต่อ นอกจากนี้ผลกระทบจากการสื่อสารความเชื่อ

ยังส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางสังคม ภายใต้คำกล่าวที่ว่า “คนชั้นสูง และคนชั้นกลางจ้าง คนชั้นล่าง และคนชั้นกลางชม” ดังนั้น ผู้ว่าจ้างส่วนใหญ่ จึงมีฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมที่มั่นคง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นผู้ประกอบการสวนผลไม้ นักการเมือง

ท้องถิ่น การใช้ละครชาตรีทุ่งตึกเป็นพื้นที่สาธารณะ ในการสร้างอำนาจที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของคนในชุมชนท้องถิ่น เช่น การใช้ละครชาตรีทุ่งตึกเป็นพื้นที่หาเสียง สร้างตัวตน สร้างการรู้จัก และการยอมรับ



ภาพ 2 ผลกระทบจากการสื่อสาร

3. แนวทางการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีทุ่งตึก การพัฒนาแนวทางการดำรงอยู่ของศิลปะการ

แสดงพื้นบ้านละครชาตรีทุ่งตึก มี 4 ลักษณะ คือ “ผลิตซ้ำเศรษฐกิจความเชื่อ เครือข่ายศิลปิน หลอมรวมศิลป์ สืบใหม่ และวัฒนธรรมถิ่นไทยศึกษา”



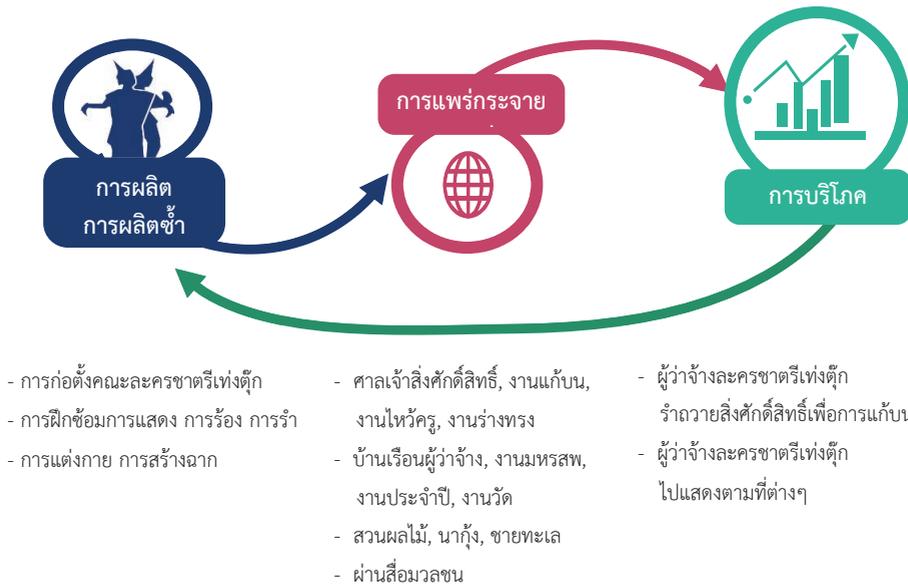
ภาพ 3 แนวทางการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้าน

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

อย่างไรก็ตามแนวทางแต่ละด้านสะท้อนภาพการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งต๊ก ดังนี้ คือ

3.1 การผลิตซ้ำเศรษฐกิจความเชื่อ มองว่าละครชาตรีเท่งต๊ก คือ ผลผลิตทางวัฒนธรรมที่มาจากความสัมพันธ์ระหว่างการผลิต การแพร่กระจาย และ

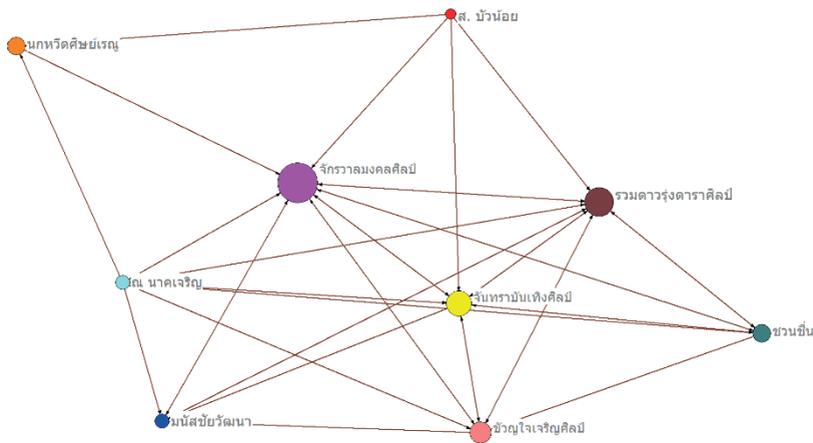
การบริโภค トラบใดที่ละครชาตรีเท่งต๊กเกิดการบริโภคอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความเชื่อของผู้ว่าจ้างละครชาตรีไปแสดงเพื่อการแก้บน และงานมหรสพเพื่อความบันเทิงละครชาตรีเท่งต๊กก็จะได้รับการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง



ภาพ 4 การผลิตซ้ำเศรษฐกิจความเชื่อ

3.2 เครือข่ายศิลปิน คณะละครชาตรีเท่งต๊กทั้ง 9 คณะมีความสัมพันธ์กันมาอย่างแนบแน่นยาวนานเสมือนเครือข่ายศิลปินในกลุ่มศิลปินที่กระจุกตัวในอาณาบริเวณอำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี โดยเฉพาะคณะจักรวาลมงคลศิลป์ จัดเป็นศูนย์รวมเครือข่ายศิลปินที่เข้มแข็ง มีการขอยืมตัวนักแสดง การให้ความ

ช่วยเหลือในกลุ่มศิลปินด้วยกัน รองลงมาคือ รวมดาวรุ่ง ดาราศิลป์คณะส. บัณฑิตคือ คณะละครชาตรีเท่งต๊กที่คงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมในแบบฉบับของตนเอง และนักหัตถิศาสตร์ เป็นคณะที่ก่อตั้งละครชาตรีเท่งต๊กเพื่อสร้างกลุ่มผู้ชมในจังหวัดตราด แต่ยังคงมีสายใยความผูกพันในกลุ่มศิลปินแบบหลวมๆ



ภาพ 5 เครือข่ายศิลปิน คณะละครชาตรีเท่งตุ๊กทั้ง 9 คณะ

3.3 หลอมรวมศิลป์สื่อใหม่ คือ แม้ว่าละครชาตรีเท่งตุ๊กเป็นสื่อดั้งเดิมของชุมชนท้องถิ่นจันทบุรี ปัจจุบันการปรากฏตัวของละครชาตรีเท่งตุ๊กผ่านสื่อใหม่จาก 3 ช่องทาง คือ ละครชาตรีเท่งตุ๊กในเฟซบุ๊ก (facebook) มี 4 คณะละคร ได้แก่ จักรวาลมงคลศิลป์ รวมดาวรุ่งดาราศิลป์ ชัยเจริญศิลป์ และจันทร์บันเทิงศิลป์ ละครชาตรีเท่งตุ๊กในยูทูบ (youtube) มีทั้งหมด 189 รายการ และการสืบค้นละครชาตรีเท่งตุ๊กผ่านกูเกิ้ล (google) มีทั้งหมด 27 รายการ

3.4 วัฒนธรรมถิ่นไทยศึกษา เป็นแนวทางการเผยแพร่ละครชาตรีเท่งตุ๊กเข้าสู่ระบบการศึกษา ทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยการเป็นหลักสูตรท้องถิ่น เปิดโอกาสให้ศิลปินละครชาตรีเท่งตุ๊กเข้าไปถ่ายทอดความรู้แก่ผู้เรียนทุกระดับ จึงเป็นลักษณะของการขัดเกลาทางสังคมให้เกิดจิตสำนึกรักษา และวางแผนมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น และการศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับอุดมศึกษา มีการวิจัยละครชาตรีเท่งตุ๊กเพื่อการอนุรักษ์ให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างต่อเนื่อง



ภาพ 6 วัฒนธรรมถิ่นไทยศึกษา

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

การอภิปรายผล

ความเชื่อเบื้องหลังของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งต๊กเกิดจากความต้องการของมนุษย์จำเป็นต้องสร้างอำนาจเหนือธรรมชาติ ความเชื่อต่างๆ จึงทำหน้าที่สื่อสารเพื่อตอบสนองความรู้สึก และความมั่นคงทางด้านจิตใจทั้งในกลุ่มศิลปินนักแสดง และผู้ว่าจ้างละครชาตรีเท่งต๊ก ซึ่งทั้งศิลปินนักแสดงละครชาตรีเท่งต๊กมีความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนเคารพนับถือ โดยเฉพาะพ่อแก่ หรือพระฤาษีภรตมุนี ผู้ดลบันดาลให้ศิลปินนักแสดงมีความสามารถทางการแสดง ร่ายรำเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม หรือคนดูสามารถคาดคะเนได้ว่า การถวายละครชาตรีเท่งต๊กแก่สิ่งศักดิ์สิทธิ์เมื่อบนบานศาลกล่าวขอพรสำเร็จ จึงเป็นประสบการณ์ร่วมกันระหว่างศิลปินนักแสดง และผู้ว่าจ้างละครชาตรีเท่งต๊ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของการแก้บนเพื่อตอบสนองความเชื่อ ทำให้รู้สึกได้ว่าสามารถควบคุมสถานการณ์ที่เลวร้ายไว้ได้ จากการดลบันดาลของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความเชื่อในบาป บุญคุณโทษ หากมองในมุมมองการสื่อสารนับว่าเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่มนุษย์พยายามสร้างสัญลักษณ์บางอย่างเพื่อแสดงออกถึงการสื่อสารผ่านความศักดิ์สิทธิ์ ในรูปของพิธีกรรม กระบวนการดังกล่าวจึงมีองค์ประกอบการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร (sender) เนื้อหาสาร (message) ช่องทางการสื่อสาร (channel) ผู้รับสาร (receiver) และผลกระทบจากการสื่อสาร (effect of communication) หรือเรียกแบบจำลองดังกล่าวว่า S-M-C-R-E (Mead, 1934; Bertor, 1960; Rogers, 1973) ผลกระทบที่เกิดจากการสื่อสารความเชื่อดังกล่าวนอกจากจะสร้างความมั่นคงทางจิตใจของศิลปินนักแสดงละครชาตรีเท่งต๊กแล้ว ยังสร้างอำนาจเชิงสังคมเป็นอำนาจในเชิงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (social interaction) โดยส่งเสริมความมีสถานะภาพทางสังคมที่ได้รับการยอมรับ โดยละครชาตรีเท่งต๊กคือ พื้นที่สาธารณะ (public sphere) ในการสร้าง

อำนาจเชิงสังคมให้กับผู้ว่าจ้าง (Habermas, 1989; Dowding, 1996)

สำหรับแนวทางการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีเท่งต๊กนั้นประกอบด้วย “การผลิตซ้ำเศรษฐกิจความเชื่อ เครือข่ายศิลปิน หลอมรวมศิลป์สื่อใหม่ และวัฒนธรรมถิ่นไทยศึกษา” การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (William, 1981) ก่อให้เกิดการผลิตซ้ำของละครชาตรีเท่งต๊กที่ตอบสนองความเชื่อของทั้งศิลปินนักแสดง และผู้ว่าจ้างที่มีต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนเคารพนับถือ และเชื่อว่าถ้าได้บนบานขอสิ่งศักดิ์สิทธิ์ก็จะต้องถวายละครภายใต้ความเชื่อที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ละครชาตรีเท่งต๊กจึงได้รับการผลิต และผลิตซ้ำตามสายพานการแพร่กระจาย และการบริโภคละครชาตรีเท่งต๊กอย่างต่อเนื่อง เครือข่ายทางสังคมของศิลปินละครชาตรีเท่งต๊ก (Bott, 1957) คือ แนวทางในการสร้างต้นทุนทางสังคมเพื่อการดำรงอยู่ กลุ่มเครือข่ายศิลปินเท่งต๊กจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายทางสังคมในลักษณะทุนทางสังคมที่สร้างความสัมพันธ์ขึ้นมา (Bourdieu, 1989) และต่อรองให้ละครชาตรีเท่งต๊กได้กระทำหน้าที่เพื่อการเป็นสื่อของชุมชน การสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น ทั้งนี้ละครชาตรีเท่งต๊กควรได้รับการนำเสนอหรือปรากฏตัวผ่านสื่อใหม่ แม้ว่าความเป็นละครชาตรีเท่งต๊กจะเป็นสื่อเก่าก็ตาม การพบปะกันระหว่างละครชาตรีเท่งต๊กที่เป็นสื่อเก่า และช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ ในยุคปัจจุบันจึงควรมีการหลอมรวมสื่อ (Netphokeaw, 2018) หรือที่เรียกว่า หลอมรวมศิลป์สื่อใหม่ ในลักษณะถ้อยที่ถ้อยอาศัยซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อใหม่จำเป็นต้องอาศัยเนื้อหาจากสื่อเก่าอย่างละครชาตรีเท่งต๊กเพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ชมละครชาตรีเท่งต๊กได้ตระหนัก รับรู้ และเข้าถึง แม้ว่า อรรถรสที่รับชมละครชาตรีเท่งต๊กตามช่องทางการสื่อสารระหว่างแบบเดิม และแบบใหม่จะให้อารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างกันก็ตาม ขณะ

เดียวกันยังทำให้เห็นถึงการขับเคลื่อนการอนุรักษ์ให้เกิดขึ้นผ่านสื่อทันสมัยในยุคดิจิทัล และวัฒนธรรมถิ่นไทยศึกษา คือ แนวทางการอนุรักษ์ศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีแห่งตึกในลักษณะการขัดเกลาทางสังคม (Adiwattanasit, 2009) รูปแบบหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสืบทอดละครชาตรีแห่งตึกในสถาบันอุดมศึกษาก็สามารถขัดเกลาให้เยาวชนคนรุ่นใหม่มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ให้ละครชาตรีแห่งตึกยังสามารถดำรงอยู่คู่กับสังคมไทย แม้ว่าที่ผ่านมากการศึกษาละครชาตรีแห่งตึกนิยมที่จะกลับไปศึกษาละครชาตรีแห่งตึกจังหวัดจันทบุรี การก้าวไปสู่ความยั่งยืนในการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีแห่งตึกนั้นจึงจำเป็นต้องมีการสร้างหลักสูตรการเรียนรู้อะครชาตรีแห่งตึกเป็นหลักสูตรท้องถิ่นตามแนวทางของ Arunthanya (2015) ก็จะสามารถทำให้ละครชาตรีแห่งตึกจังหวัดจันทบุรีสามารถดำรงตนอยู่ได้ท่ามกลางความเป็นแปลงทางสังคมวัฒนธรรมสลับไป

ข้อเสนอแนะ

1. การสื่อสารความเชื่อควรได้รับการนำเสนอให้เห็นถึงแบบอย่างการศึกษาวัฒนธรรมในรูปแบบสหวิทยาการ ขณะเดียวกันในเชิงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นควรเผยแพร่แนวทางการดำรงอยู่ของศิลปะการแสดงพื้นบ้านละครชาตรีแห่งตึกที่ประกอบด้วย การผลิตซ้ำเศรษฐกิจความเชื่อ เครือข่ายศิลปิน หลอมรวมศิลปะสื่อใหม่ และวัฒนธรรมถิ่นไทยศึกษา ขณะเดียวกันควรส่งเสริมให้ศิลปะการแสดงละครชาตรีแห่งตึกเป็นรางวัลของศิลปินแห่งชาติเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับศิลปิน

2. ในมิติสังคมวิทยายังสามารถใช้กรณีศึกษาจากละครชาตรีแห่งตึกขับเคลื่อนเพื่อการศึกษาวิเคราะห์ประเด็นดังนี้ คือ เพศสภาพของศิลปินกับพื้นที่แสดงศักยภาพในสังคม การประกอบสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านละครชาตรีแห่งตึก ละครชาตรีแห่งตึกในฐานะทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การต่อรองเพื่อความอยู่รอดของละครชาตรีแห่งตึกภายใต้สภาวะเศรษฐกิจแบบทุนนิยม และการปรับตัวของละครชาตรีแห่งตึกในความเป็นประชาคมอาเซียน

References

- Adiwattanasit, C. (2009). *Sociology* (14th ed.). Kasetsart University Press. [In Thai]
- Arunthanya, S. (2015). Dynamic administration of school-based management in local cultural preservation: A case study of folk Thai drama “Lakhorn Chatree Tengtook,” Watnongkon school, Chanthaburi province. *Journal of Educational Administration Burpha University*, 9(2), 91-102. [In Thai]
- Berlor, D. K. (1960). *The process of communication*. Holt, Rinehart & Winston.
- Bott, E. (1957). *Family and social network*. Routledge.
- Bourdieu, P. (1989). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. Routledge.
- Chantavanich, S. (2012). *Theory of sociology* (5th ed.). Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Chunsumimol, B., Virasaya, J., Sermisri, S., & Junhasobhaga, J. (2018). Religion in society. *Ph.D. in Social Science Journal*, 8(3), 1-14. [In Thai]
- Damrong Rajanubhab, HRH Prince. (2003). *Figure of dance drama: Meeting-title of figure of drama and figure of dance book, legend of Inoa, legend of primitive drama*. Matichon Press. [In Thai]
- Dowding, K. (1996). *Concept in the social science*. Open University Press.
- Frazer, J. G. (1925). *The golden bough: A study in magic and religion*. Macmillan.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society*. University of Chicago Press.
- Netphokeaw, A. (2018). *Mediumology*. Nakorn Press. [In Thai]
- Rogers, E. M. (1973). *Communication strategies for family planning*. Free Press.
- Ryder, N. B. (1965). The cohort as a concept in the study of social change. *American Sociology Review*, 30(6), 843-861.
- Satsanguan, N. G. (2000). *Cultural anthropology* (4th ed.). Chulalongkorn University. [In Thai]
- Spencer, H. (1868). *Essays: Scientific, political, and speculative*. Willams & Norgate.
- Tylor, B. E. (1871). *Primitive culture*. John Murry.
- William, R. (1981). *Culture*. Fontant Press.

สมรรถนะชาวนาไทยที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพการทำนา

ภิญญาพร โขชัยยะ¹ นุจรี ภาคาศัตย์²

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสมรรถนะของชาวนาไทยที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพการทำนาในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพทำนาหรือ“ชาวนาไทย” ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการทำนา 18 คน และ (2) กลุ่มตัวแทนเครือข่าย/องค์กรที่เกี่ยวข้องกับชาวนา นักวิชาการกรมการข้าว 7 คน และ (3) กลุ่มนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 คน รวมทั้งสิ้น 29 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ การสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างจนได้ข้อมูลจนอิมตัวและนำมาสังเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า สมรรถนะของชาวนาไทยที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพการทำนา ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะมี 3 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านความรู้ 8 สมรรถนะ คือ (1.1) ความรู้ต่อยอดภูมิปัญญา (1.2) ความรู้เมล็ดพันธุ์ข้าว (1.3) ความรู้การทำนาแบบพอเพียง (1.4) ความรู้เกษตรอินทรีย์/ความรู้เกษตรผสมผสาน/ความรู้ตามแนวทฤษฎีใหม่ (1.5) ความรู้การทำปุ๋ยธรรมชาติ (ปุ๋ยน้ำชีวภาพ) (1.6) ความรู้เกี่ยวกับดินที่อุดมสมบูรณ์ (1.7) ความรู้แหล่งน้ำธรรมชาติ/ชลประทาน (1.8) ความรู้ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง (2) ด้านทักษะ 10 สมรรถนะ คือ (2.1) ด้านการบริหารจัดการ (2.2) ทักษะด้านการบัญชีครัวเรือน (2.3) ทักษะด้านการตลาด (2.4) ทักษะการวางแผนและการทำนา (2.5) ทักษะการจัดการทรัพยากร (2.6) ทักษะการจัดการแรงงาน (2.7) ทักษะการแก้ไขปัญหาโรคระบาด (2.8) ทักษะการแก้ปัญหาสภาพภูมิอากาศและน้ำ (2.9) ทักษะการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสาร (2.10) ทักษะการผลิตสิ่งประดิษฐ์และซ่อมอุปกรณ์เครื่องมือ และ (3) สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล คือ (3.1) หวังเห็นพื้นที่ทำนา (3.2) ศรีทธาในอาชีพ ยังมีข้อค้นพบว่า การพัฒนาชาวนาไทยโดยน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ถือเป็นส่วนสำคัญของสมรรถนะของชาวนาไทย ความรู้จากภูมิปัญญาเดิมสู่การเรียนรู้นวัตกรรมเปลี่ยนแปลงสู่การปฏิบัติพึ่งพาตนเองสร้างผลสัมฤทธิ์การทำนาให้หลุดพ้นจากความยากจนส่งผลต่อความอยู่รอดได้และพัฒนาอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: สมรรถนะชาวนาไทย; ความสำเร็จในการประกอบอาชีพทำนา; ปราชญ์ชาวนา

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ภิญญาพร โขชัยยะ และนุจรี ภาคาศัตย์. (2564). สมรรถนะชาวนาไทยที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพการทำนา. *วารสารดุซกฏิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 760-774.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการพัฒนางานและการจัดการสมรรถนะของมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา 69 ถนนลพทาบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131, ประเทศไทย
อีเมล: WaterBU61@gmail.com

² วิทยาลัยพณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Competency for Successful Thai Farmers

Pinyapron Chochunya¹ Nucharee Pakasat²

Abstract

Objective of this research is to study the competency for successful Thai farmers with qualitative research method. There are 29 people from three sampling sets in this study 1) 18 farmers with outstanding awards from Kasetsart University 2) Seven representatives from related farming organizations for example president of Thai farmer associate, president of Thai farmer network, president of sustainable agriculture network, academics and experts from department of agricultural extension, national farmer council, and academics from rice department 3) four academics i.e. agricultural expert in sufficient economy, senior academic from Knowledge Network Institute of Thailand, agricultural expert in agricultural contribution, and the director of Chaipattana foundation. The in-depth and semi-structured interview is applied in this study in order to obtain inputs for the qualitative synthesis and able to draw.

The summary as follow: There are three necessary competencies for Thai farmers to be successful. 1) Eight areas of knowledge i.e. continuous knowledge, rice seeds, sufficient farming, organic farming/ integrated farming/new theory agriculture, natural fertilizer, lands and soils, natural reservoir/ irrigation, and adaptively of changes 2) 10 areas of skill i.e. management, accounting, marketing, planning, resources management, labor management, agricultural outbreak, environment, information technology, and equipment repair and maintenance 3) two kinds of trait and personality which are care for lands and belief in farming occupation. In addition, taking the sufficient economy concept to develop Thai farmers is also a crucial factor for being successful. Bringing innovation to apply to traditional farming knowledge lead to betterment of living quality of the Thai farmers.

Keywords: Competency of Thai Farmers; Successful Thai Farmers; Peasant Sage

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Chochunya, P., & Pakasat, N. (2021). Competency for successful Thai farmers. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 760-774.

¹ Doctor of Philosophy Program in Organization Development and Human Capability Management, Burapha University 169 bangsaen Beach Road, Saensuk, Mueang, Chon Buri, 20131, Thailand
Email: WaterBU61@gmail.com

² Graduate School of Commerce, Burapha University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การปลูกข้าวถือเป็นส่วนหนึ่งของภาคการเกษตรของประเทศไทย ซึ่งสะท้อนความเป็นวิถีชีวิตและจิตวิญญาณของชาวนาไทยมานาน โดยพื้นที่ของการปลูกข้าวส่วนใหญ่จะกระจายอยู่ในแต่ละภาคของประเทศ จากอดีตการปลูกข้าวของคนไทยเน้นเพื่อการบริโภคในครัวเรือน ซึ่งต่อมาข้าวสารที่เหลือจากการบริโภคในครัวเรือนได้นำมาขาย ต่อมาเกษตรกรชาวนาปรับเปลี่ยนวิถีมาเป็นผู้ประกอบการทำนามีวัตถุประสงค์เพื่อการค้าขาย/จำหน่ายข้าวเปลือกข้าวสารให้แก่สหกรณ์การเกษตร ผู้รวบรวมผลผลิตโรงสี และการทำนากลายเป็นอาชีพและสร้างรายได้ด้านการส่งออกให้แก่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่องจากสถิติรายงานการส่งออก พบว่า ข้าว เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในลำดับ 1 ใน 5 ของประเทศไทย โดยเฉพาะผู้บริโภคต่างประเทศนิยมการบริโภคข้าวไทย เช่น ข้าวหอมมะลิ ข้าวขาว ซึ่งถือเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาต้นทุนการผลิตและผลผลิตต่อไร่ของข้าว พบว่า ผลผลิตข้าวต่อไร่ของชาวนาไทยมีสัดส่วนน้อยกว่าประเทศอื่นๆ ส่งผลทำให้ต้นทุนการผลิตข้าวสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ชาวนาไทยประสบปัญหาเรื่องของต้นทุนการผลิตอย่างต่อเนื่อง และทำให้ต้นทุนลูกหลานของผู้ประกอบการอาชีพการทำนาไม่ต้องการสานต่ออาชีพการทำนา รวมถึงปัญหาการเป็นหนี้สินของชาวนาไทยที่ไม่สามารถหลุดพ้นจากความยากจน ดังนั้น การที่จะรักษาอาชีพการทำนาไทยได้ ภาครัฐต้องถือเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนด้วยการส่งเสริมด้านปัจจัยการผลิตต่างๆ เพื่อการลดต้นทุนการผลิต รวมถึงโครงการอุดหนุนต่างๆ ของภาครัฐบาลที่รับซื้อ เพื่อให้ผู้ประกอบการอาชีพชาวนามีรายได้จากการขายข้าวที่สามารถดำรงอยู่ในอาชีพได้ โดยช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ราคาข้าวเปลือก ข้าวสาร มีราคาตกต่ำ ภาครัฐจึงจำเป็นต้องกำหนดนโยบายในรูปแบบต่างๆ ผ่านกลไกการ

ขับเคลื่อนทั้งการช่วยเหลือหรือส่งเสริมสนับสนุนผูกไว้เป็นเงื่อนไขที่สำคัญทางการเมือง นโยบายรัฐบาลทุกยุคสมัยแสวงหาวิธีการเพื่อให้เป็นหลักการประกันว่าการปลูกข้าวจะได้ราคาที่เหมาะสม อีกทั้งยังคงเป็นการธำรงรักษาอาชีพการทำนาให้สืบสานพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษไปสู่ชาวนาไทยรุ่นใหม่ เห็นได้จาก Boonyoung (2016) ได้รวบรวมเหตุการณ์การฆ่าตัวตาย ตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ. 2539 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ที่สะท้อนข้อมูลเชิงประจักษ์ถึงสภาพปัญหา และชนวนการฆ่าตัวตายของชาวนาในสังคมไทย ปรากฏว่าหลักฐานส่วนใหญ่ของความสำเร็จของการฆ่าตัวตายเกิดมาจากสภาพปัญหาที่ชาวนาเผชิญประกอบด้วย (1) ขาดรายได้หรือไม่มีเงินในการชำระหนี้ตามกำหนด (2) ขาดเงินทุนในการทำนา (3) ปัญหาที่ดินซึ่งเป็นทรัพยากรหลักของชาวนา (4) ปัญหาจากการประสพภัยทางธรรมชาติทำให้ผลผลิตเสียหาย

จากปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าความเป็นอยู่ของชาวนาไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันส่วนใหญ่ประสบปัญหา และสาเหตุหลักมาจากผลกระทบที่เป็นอุปสรรคที่เกิดจากปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้และสถานการณ์ปรากฏการณ์ต่างๆ ทางธรรมชาติ อาทิเช่น ดิน น้ำ ลม ภูมิอากาศ เป็นต้น ทั้งนี้เองจึงเป็นเหตุผลว่าทำไมคำว่า “ความอยู่รอดของเกษตรกรด้านการทำนา” จึงถือเป็นหัวใจความสำคัญในการพัฒนายุทธศาสตร์เชิงนโยบายระดับประเทศมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เห็นได้ว่าตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 1 มุ่งเน้นการส่งเสริมช่วยเหลือสนับสนุนด้านนโยบายต่างๆ ต่อมาได้มีจัดทำแผนยุทธศาสตร์ 20 ปี ในการกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนประเทศตามแผนกลยุทธ์ระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว โดยสำหรับช่วงแผนระยะเวลา 5 ปี คือ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้กล่าวถึง การบรรลุวิสัยทัศน์ของประเทศไทยประการหนึ่ง คือใจความสำคัญของ

คำว่า “การหลุดพ้นจากความยากจน” และ “กักตัก รายได้ปานกลาง” ซึ่งรวมถึงการหลุดพ้นความยากจน ของเกษตรกรชาวนาที่เกิดจากการสร้างความสำเร็จ ของผู้ประกอบการอาชีพชาวนาให้ประสบความสำเร็จ เป็นหัวใจ ของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนในอนาคต ผู้วิจัยจึง สนใจศึกษาเรื่อง สมรรถนะของชาวนาไทยที่ประสบความสำเร็จ ในการประกอบอาชีพการทำนา โดย การศึกษาจากต้นแบบของความสำเร็จของปราชญ์/ เกษตรดีเด่นด้านการทำนาและผู้เกี่ยวข้องที่มีส่วนร่วม ต่อการเปลี่ยนแปลงและส่งเสริมสมรรถนะของชาวนา ไทยให้ยกระดับสมรรถนะที่เป็นเลิศ เพื่อตอบคำถาม ในการวิจัยในครั้งนี้ที่ว่า “สมรรถนะของชาวนาไทยที่ ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพการทำนา เป็นอย่างไร” ผลการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการ ต่อยอดงานวิจัยแนวทางการพัฒนาลักษณะชาวนา ไทยให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาสมรรถนะของชาวนาไทยที่ประสบความสำเร็จ ในการประกอบอาชีพการทำนา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา แนวคิดสมรรถนะของชาวนา ไทย ต้องมีคุณสมบัติประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะส่วนบุคคล แนวคิดเกี่ยวกับหลักปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง

2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ให้ข้อมูล หลักที่มีความรู้ ทักษะและคุณลักษณะที่เป็นปราชญ์ ชาวนา/เกษตรกรดีเด่นด้านการทำนา จำนวน 18 คน และหน่วยงานภาครัฐเชิงนโยบาย กลุ่มตัวแทนเครือข่าย และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับชาวนา 7 คน กลุ่มนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ 4 คน จำนวนทั้งสิ้น 29 คน

3. ด้านพื้นที่ คือ ปราชญ์/เกษตรกรด้านการทำนา ซึ่งเป็นตัวแทนของแต่ละภูมิภาคในประเทศไทย ที่ได้

รับรางวัลงานปราชญ์ 72 ปี รวมถึงตัวแทนหน่วยงาน ภาครัฐที่ส่งเสริมเชิงนโยบายและนักวิชาการที่บูรณา การผลักดันให้ปราชญ์ประสบความสำเร็จในการทำนา

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. เพื่อเสนอต้นแบบสมรรถนะของชาวไทยที่ ประสบความสำเร็จของการประกอบอาชีพการทำนา
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการอาชีพชาวนาของ ประเทศไทย สามารถนำไปใช้ประเมินความสำเร็จของ ตนเองในการอยู่รอดอย่างยั่งยืนเพื่อยกระดับการพัฒนา เศรษฐกิจพอเพียงระดับบุคคลอย่างยั่งยืน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับชาวนาไทย Phattharawat (2014) กล่าวว่า ชาวนาถือว่าเป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อ ประเทศไทย จนได้รับการกล่าวขานว่า “ชาวนา คือ กระดูกสันหลังของชาติ” โดยในวันที่ 5 มิถุนายนของ ทุกปี ถือเป็น “วันข้าวและวันชาวนาแห่งชาติ” เพื่อเป็น วันเชิดชูเกียรติชาวนาไทยให้มีความภาคภูมิใจในอาชีพ โดยมีเหตุผลจากลักษณะภูมิประเทศของประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่ประชากรทำการเกษตรกรรมโดย เฉพาะข้าว มีการจำหน่ายเพื่อการบริโภคในประเทศ และเป็นผู้ส่งออกระดับโลก ถือเป็นสินค้า เกษตรที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยมาอย่างยาวนาน โดยชาวนาเป็นผู้ครอบครองพื้นที่การเกษตรถึง ร้อยละ 50 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด การทำนาปลูกข้าว นั้น เป็นวิถีชีวิต เริ่มตั้งแต่การเตรียมดิน เตรียมกล้า การ ปลูกข้าว การใส่ปุ๋ย การดูแลกำจัดวัชพืช ศัตรูพืช การ เก็บเกี่ยว การเก็บรักษา การสีแปรข้าวเปลือกออกมา เป็นข้าวสาร และมีการสีบดจากอดีตจนกลายเป็น เสมือนจิตวิญญาณของคนไทย วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ทศนคติล้วนเกี่ยวกับกับข้าวและชาวนาไทย วิถีของชาวนาจำเป็นต้องมีการจัดการความรู้เพื่อเพิ่ม สมรรถนะชาวนาเพื่อเป็นผู้สร้างความมั่นคงทางอาหาร

ให้แก่คนไทย และชาวโลก

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ Puvitayaphan (2009) ให้อธิบายคำว่า สมรรถนะ หรือ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ (competency) หมายถึง ความสามารถ ศักยภาพ ที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของการแสดงออกของบุคลากร โดยมีเหตุผลของการค้นหาคำตอบ จากข้อคำถาม คือ ทำอย่างไรที่จะทำให้งานที่ได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จ ผ่านพฤติกรรม 3 ด้าน คือ (1) ความรู้ (knowledge) (2) ทักษะ (skills) โดยจำเป็นต้องมีระยะเวลาเป็นข้อกำหนดที่สำคัญที่ทำให้เกิดทักษะ (3) คุณลักษณะส่วนบุคคล (attributes/motive) โดยภาพรวมมีสัญลักษณ์ที่เรียกว่า KSA (1) ความรู้ (knowledge) คือ ข้อมูล หรือเนื้อหาเฉพาะของวิชาชีพ “บุคคลต้องมีความรู้อะไรบ้าง” จึงจะปฏิบัติงานได้ประสบความสำเร็จ (2) ทักษะ (skills) คือ ความสามารถหรือความชำนาญในการปฏิบัติงาน ทั้งด้านการใช้วิยวะของร่างกาย และการใช้ทักษะ การคิดทางสมอง “บุคคลต้องสามารถทำอะไรได้” โดยจำเป็นต้องมีระยะเวลาเป็นข้อกำหนดที่สำคัญที่ทำให้เกิดทักษะแต่ละด้าน (3) คุณลักษณะส่วนบุคคล (attributes/motive) “บุคคลต้องมีคุณลักษณะอย่างไร” ประกอบด้วย แรงจูงใจ สิ่งต่างๆ ที่เป็นแรงขับให้บุคคลกระทำพฤติกรรมอุปนิสัย ลักษณะทางกายภาพที่มีการตอบสนองต่อข้อมูล หรืออัตมโนทัศน์ ทัศนคติ ค่านิยม ส่วนบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้นำพระบรมราโชวาท ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในวันพฤหัสบดีที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2517 “การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น ต้องสร้างพื้นฐาน คือ ความพอมี พอกิน พอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อน โดยใช้วิธีการและใช้อุปกรณ์ที่ประหยัดแต่ถูกต้องตามหลักวิชาเมื่อได้

พื้นฐานมั่นคงพร้อมสมควรและปฏิบัติได้ แล้วจึงค่อยสร้างค่อยเสริมความเจริญและฐานะเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นตามลำดับต่อไป” ต่อมา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาประเทศไทยในหนังสือพระมหากษัตริย์นักพัฒนาเพื่อประโยชน์สู่ปวงประชา มีเนื้อหาสำคัญที่กล่าวถึงแนวพระราชดำรินำไปสู่ชัยชนะของการพัฒนา ซึ่งในการพัฒนาประเทศพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาของไทยทรงสอนให้มีการพัฒนาโดยการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและพระองค์ทรงสอนเสมอว่า การไปทำโครงการหรือกิจกรรมในพื้นที่ใด ควรให้ความเคารพ “ภูมิสังคม” ที่แตกต่างกันไป คำว่า ภูมิ หมายถึง ดิน น้ำ ลม ไฟ ส่วนสังคม คือ คน ประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม ท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกันไป รวมถึงต้องรู้จักเคารพคน ดูความต้องการ ความพร้อมของคนในพื้นที่อันเหมาะสมกับสภาพความเป็นอยู่ที่แท้จริงของคนไทย ซึ่งต่อมาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ได้พระราชทานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาในการดำรงและปฏิบัติตัวของคนทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน และระดับรัฐ เพื่อเป็นแนวทางการบริหารประเทศให้ทันต่อโลกาภิวัตน์ให้ดำรงตนในทางสายกลาง (Office of the National Economic and Social Development Board, 2017) ประกอบด้วย 3 ห่วง 2 เงื่อนไข โดย 3 ห่วง คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผลและมีระบบภูมิคุ้มกันที่ดี และ 2 เงื่อนไข คือ ความรู้ และคุณธรรม

การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงระดับบุคคลและครอบครัว ความพอเพียงในการดำรงชีวิตเป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่ทำให้ประชาชนไทยพึ่งพาตนเอง และสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีศักดิ์ศรี มีอิสระในการดำเนินชีวิตในการกำหนดการดูแลการบริหารจัดการตนเอง รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วย

เครือข่ายชาวนาไทย นายกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร สภาเกษตรกรด้านการทำนา นักวิชาการกรมการข้าว จำนวน 7 คน และกลุ่มนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ประชาชนเกษตรกรของแผ่นดินสาขาเศรษฐกิจพอเพียง นักวิชาการอาวุโสสถาบันคลังสมองของชาติ ประชาชนเกษตรกรของแผ่นดินสาขาผู้ทรงภูมิปัญญาและมีคุณูปการต่อภาคเกษตรไทย ผู้อำนวยการโครงการสำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา/ผู้อำนวยการกลุ่มประสานงานที่ 41 จำนวน 4 คน รวมทั้งสิ้น 29 คน และได้รับการตอบรับสัมภาษณ์ครบทุกคน ระยะเวลาในการศึกษาระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ. 2561 ถึง กุมภาพันธ์ 2562 รวม 12 เดือน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) ซึ่งสร้างมาจากการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เช่น หนังสือ บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยข้อคำถามมีลักษณะปลายเปิด และนำไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) กับผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย จำนวน 7 ท่าน เพื่อพิจารณาขอบเขตและองค์ประกอบของเนื้อหา โดยใช้การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence--IOC) และมีการปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล หลังจากนั้นนำไปใช้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยการลงพื้นที่การปลูกข้าวของประชาชนชาวนา โดยการสัมภาษณ์จนอ้อมตัวในการคำถามที่มีลักษณะซ้ำๆ กัน

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย มีดังนี้ (1) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดเทป (2) ทำการดึงข้อมูลและระบุรหัส (3) จัดหมวดหมู่ของข้อมูลทั้งหมด (4) ทำการตีความข้อมูลแยกตามประเด็นเชิงเนื้อหา (content analysis)

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยใช้การเขียนตอบในแบบสอบถามที่มีโครงสร้างและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน เพื่อลดความอคติกับผลของการเก็บข้อมูล ทุกครั้งหลังจากสัมภาษณ์เสร็จสิ้น ผู้วิจัยทวนสอบทุกครั้งว่ามีความถูกต้องและครบถ้วนที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้แจ้งแก่ผู้รับการสัมภาษณ์ว่า ขอเผยแพร่ข้อมูลของการวิจัยของท่านในเล่มการวิจัย เพื่อเป็นคุณูปการแก่ชาวนาไทยที่ต้องการนำไปใช้ในการพัฒนาสมรรถนะ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถตอบคำถามการวิจัย “สมรรถนะของชาวนาไทยที่ประสบความสำเร็จการประกอบอาชีพเป็นอย่างไร” จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญประชาชนชาวนา เกษตรดีเด่น สาขาการทำนา ที่ให้ข้อมูลในการวิจัย พบว่า สมรรถนะชาวนาไทยที่แยกตามการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็นสมรรถนะ 3 ด้าน และมีสมรรถนะย่อย 18 สมรรถนะ ได้แก่ (1) ด้านความรู้ 13 สมรรถนะ (2) ด้านทักษะ 10 สมรรถนะ และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล 2 สมรรถนะ ก่อนการจัดกลุ่มสมรรถนะเพื่อนำไปประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบสมรรถนะของชาวนาไทยต่อไป ดังต่อไปนี้

1. สมรรถนะด้านความรู้ (knowledge) ประกอบด้วย 8 สมรรถนะ ดังต่อไปนี้

1.1 ความรู้ต่อยอดภูมิปัญญา ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ P002 ที่กล่าวว่า “เกษตรกรชาวนายุคใหม่ต้องมีศาสตร์ของภูมิปัญญา” P005 กล่าวว่า “...ต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และต้องไม่หยุดนิ่งการพัฒนา อัตลักษณ์ และสิ่งใหม่ๆ ทำน้อยและได้เยอะในเรื่องผลผลิต เช่น การทำข้าวโอ๊ต” และ P013 กล่าวว่า “ต้อง เลียนแบบสมัยโบราณ” P016 กล่าวว่า “...ชาวนาต้องพัฒนาความเชี่ยวชาญ และเรียนรู้ต่อยอด” S004,P018 กล่าวว่า “..ต้องมีความรู้ภูมิปัญญารอบรู้ในการทำนา ใช้ประสบการณ์ของตนเอง และภูมิปัญญา

เราเข้าไปประยุกต์ด้วย” R002 กล่าวว่า “ชาวนาที่ทำนาจริงๆ ใช้วิถีชีวิตภูมิปัญญาดั้งเดิม และลดต้นทุน”

1.2 เมล็ดพันธุ์ข้าว ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ P001 กล่าวว่า “ต้องมีความรู้เรื่องพันธุ์ข้าว” และ P008 กล่าวว่า “ เริ่มต้นความรู้แม่พันธุ์เตรียมแม่พันธุ์ข้าวในสถานี่ราชการ (กรมส่งเสริมการเกษตร) มาทำ 1 ไร่ แล้วก็เก็บไว้ แล้วซื้อแม่พันธุ์อีก 1 ไร่ จากราชการที่คัดมาแล้ว” เช่นเดียวกับ P010 “ต้องใช้พันธุ์ข้าวดี เพื่อให้ผลผลิตสูง (มะลิ 105 ข้าวอ่อน) P011 กล่าวว่า “ต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญศึกษาลักษณะพันธุ์ข้าวดูข้าวให้เป็น”

1.3 ความรู้การทำนากอกฤดูกลาง ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “P002 ที่กล่าวว่า ต้องมีความรู้ด้านการวางแผนข้าว การเก็บเกี่ยว เช่น ช่วงเดือน 20 กรกฎาคม และ 20 สิงหาคม = 1 เดือน, 20 กันยายน = 2 เดือน 20 ตุลาคม ได้ 3 เดือน หอมมะลิ ต้องเก็บเกี่ยวเดือนพฤศจิกายน” R002 กล่าวว่า “นำความรู้การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และนำนวัตกรรมมาใช้ทำนาแบบเปียกสลับแห้งเพื่อการทำนากอกฤดูกลางได้” S003 กล่าวว่า “...หากมีพื้นที่ปลูกข้าวอยู่ในเขตชลประทานทำนาปีละ 2 ครั้ง ต้องมีความวางแผนทำนากอกฤดูกลางเพื่อการขยายตัวขึ้น”

1.4 ความรู้ทำนาแบบพอเพียง ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “P003, R007กล่าวว่า “พึ่งตนเองความรู้ต้องทำนาพึ่งตนเอง” และ P004 กล่าวว่า “หมายถึงต้องมีการเน้นเรื่องสุขภาพ” เช่นเดียวกับ P006 กล่าวว่า “ความรู้การทำนาพอเพียงมีหลากหลาย คือ 1) การเกษตรพอเพียง 2) สมุนไพร 3) ขยายปุ๋ยชีวภาพ 4) เลี้ยงปลา เลี้ยงกุ้ง” P013 กล่าวว่า “ความรู้ชาวนาดองพึ่งตนเอง ไม่ต้องซื้อต้องหาปัจจัยภายนอกเลยทำได้หมดเลียนแบบสมัยโบราณ ภูมิปัญญาการทำนาเดิมแต่ต้องเรียนรู้ปรับตัวกับสภาพแวดล้อมการทำนาที่เปลี่ยนแปลงไปพร้อมการเรียนรู้ทำแบบความพอเพียงที่เหมาะสมกับตนเอง” P014

กล่าวว่า “ชาวนามีความเชี่ยวชาญความพยายามอยู่รอดอย่างพอเพียงบนอาชีพของตน” P015 กล่าวว่า “ชาวนาดองมีความรู้ตั้งแต่ต้นน้ำอะไรคือการผลิตปัจจัยการผลิตด้วยตนเองและต้องพึ่งตนเอง” และ P017 กล่าวว่า “พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนและพลิกผันตามสภาวะของตลาดด้วยเรียนรู้และปรับตัวการทำงานบนความหลากหลายที่พึ่งตนเองได้” R004 กล่าวว่า “ใส่ใจขยัน ดูแล และความอดทนพึ่งตนเองในการทำนาแบบพอเพียง” S002 กล่าวว่า “น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียงของพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 มาใช้นี้เป็นวิธีการทำนา” S002 กล่าวว่า “ต้องมีการทำด้วยตนเองไม่ต้องไปว่าจ้างอย่างเดียวและต้องรู้สัมผัสที่นาของตนเอง” R004 กล่าวว่า “ปัจจุบันชาวนาที่ไม่ประสบความสำเร็จเป็นหนี้สินล้มเหลวเพราะไม่ได้น้อมนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงของรัชกาลที่ 9”

1.5 ความรู้เกษตรอินทรีย์ (organic farming) ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “P006 ที่กล่าวว่า “...เป็นปราชญ์ต้องมีความรู้ทำนาเกษตรอินทรีย์” S003, R004, R007 กล่าวว่า “...ความรู้การทำนาเกษตรอินทรีย์ คือ การใช้ปุ๋ยเคมี และต้องมีความรู้เข้าใจในระบบนิเวศน์ในเรื่องของอินทรีย์เข้ามาส่งเสริมการทำนา”

1.6 ความรู้เกษตรผสมผสาน (Integrated Farming) ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ S001 กล่าวว่า “...ถ้าเป็นมืออาชีพต้องหันกลับมาทำในเรื่องของการทำเกษตรกรรมผสมผสานยั่งยืน” S002 กล่าวว่า “...Change Agent ต้องเป็นผู้พร้อมการทำนาแบบผสมผสาน” S003 กล่าวว่า “รู้จักวิธีการจัดการทำนาแบบผสมผสาน, ต้นทุน, รายได้ จะรู้ว่าจัดการอย่างไร” S004 กล่าวว่า “...มีการทำนาผสมผสาน ปลูกข้าว ปลูกผัก ผลไม้” S001 กล่าวว่า “...ต้องปรับเปลี่ยนมาทำเกษตรผสมผสาน”

1.7 ความรู้ตามแนวทฤษฎีใหม่ (new theory agriculture) ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “P006

ที่กล่าวว่า “...แนวพัฒนาการทำนา 40 ไร่ใช้ทฤษฎีใหม่เป็นคันทนา มีอาชีพเสริม” S002 กล่าวว่า “...เอาทฤษฎีใหม่ของพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 เป็นวิธีการทำการเกษตรปรับการทำนาสนับสนุนการสร้างอาชีพเสริม” S001 กล่าวว่า “...ถ้าเป็นมืออาชีพต้องหันกลับมาทำในเรื่องของการทำนาสวนผสม เกษตรทฤษฎีใหม่” R002 กล่าวว่า “...ทฤษฎีใหม่ คำสอนของพ่อหลวง รัชกาลที่ 9 หมายถึง ปลูกทุกอย่างที่กิน กินทุกอย่างที่ปลูก แบ่งพื้นที่ตามความเหมาะสมของชาวนา มีสระน้ำ ปลูกข้าว ปลูกพืชผสมผสาน ปลูกผักที่มีรายได้ ทั้งรายเดือน รายปี เพราะว่าการทำนาในกรอบนั้นมีเงินใช้ปีแค่ 2 รอบ คือ นาปี นาปรัง มีรายได้ไม่ต้องทิ้งนาปลูกพืชที่ขายได้ทุกวัน”

1.8 ความรู้การทำปุ๋ยธรรมชาติ (ปุ๋ยน้ำชีวภาพ) ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “P001 ที่กล่าวว่า “ต้องมีความรู้เรื่องปุ๋ย” R003 กล่าวว่า “...ผลิตปุ๋ยและใช้สารชีวภัณฑ์เอง” S002 กล่าวว่า “ความรู้การใช้ปุ๋ยธรรมชาติ”

1.9 ความรู้แหล่งน้ำธรรมชาติ/ชลประทาน ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “S002 กล่าวว่า ต้องมีความรอบรู้ใช้แหล่งน้ำธรรมชาติและแหล่งน้ำชลประทาน”

1.10 ความรู้เกี่ยวกับดินที่อุดมสมบูรณ์ ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “P001 ที่กล่าวว่า “..ต้องมีความรู้เรื่องดิน ”เช่นเดียวกับ P003 กล่าวว่า “..ประสบความสำเร็จต้องมีความรู้ในการปรับปรุงดิน ไม่ใช่สารเคมี” P010 กล่าวว่า “ต้องไม่เผาฟางเพิ่มอินทรีย์วัตถุให้กับดิน P012 กล่าวว่า “ต้องมีใจรักเรื่องดินในการทำงาน” P015 กล่าวว่า “ชาวนาต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญ คือ ตั้งแต่ต้นน้ำ คือ ต้องมีองค์ความรู้เรื่องดินและใช้ดินเป็น”

1.11 เครือข่ายการรวมกลุ่ม ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “S001 กล่าวว่า ไม่ให้ทำคนเดียว ต้องเป็นกลุ่ม และต้องมีภาครัฐมาช่วยในเรื่องของการทำข้าวครบวงจร การตลาด การจัดการทรัพยากร” S002

กล่าวว่า “..ต้องเรียนรู้ที่จะอยู่กับแบบรวมกลุ่มเมื่ออยู่อย่างเป็นกลุ่ม (ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป)เริ่มมีความรู้ใหม่ๆ แล้วมาแลกเปลี่ยนกันเรียนรู้และบูรณาการ มีกระบวนการความคิดเกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ก็คือการอยู่รอด และเป็นการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน” S003 กล่าวว่า “...ก่อนอื่นต้องมีความรู้ในการสร้างเครือข่ายหรือรวมกลุ่มต้องหาความเฉพาะของกลุ่ม”

1.12 การถ่ายทอดความรู้ ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “S001 กล่าวว่า “... ต้องการที่จะไม่ให้ทำคนเดียว ต้องเป็นกลุ่ม และถ่ายทอดความรู้” S003 กล่าวว่า “... โดยการถ่ายทอดความรู้ ตั้งแต่ ความรู้การบริหารจัดการด้านทรัพยากร และสร้างกลไกการผลิตและสู่การตลาด การเลือกใช้พันธุ์เฉพาะ เทคนิคต่างๆ” P008 ที่กล่าวว่า “ต้องมีการแลกเปลี่ยนความรู้จากเครือข่าย”

1.13 ผู้นำความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “P002 ที่กล่าวว่า เกษตรกรชาวนายุคใหม่มีการปรับตัว” เช่นเดียวกับ P003 กล่าวว่า “...ต้องปรับเปลี่ยนแนวคิด” R007 กล่าวว่า “...ยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลง และพึ่งตนเอง” S002 กล่าวว่า “...Change Agent เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ชาวนาต้องรองรับการเปลี่ยนแปลงให้ได้ต้องเป็นผู้พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงการทำงาน”

2. สมรรถนะด้านทักษะ (skill) ประกอบด้วย 8 สมรรถนะ

2.1 ด้านการบริหารจัดการ ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ P015 กล่าวว่า “...ชาวนาต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญ คือ ตั้งแต่ต้นน้ำ คือ การผลิตปัจจัยการผลิตด้วยตนเอง และต้องมีองค์ความรู้” สอดคล้องกับ R002 กล่าวว่า ชาวนารุ่นใหม่บริหารจัดการเพื่อเพิ่มผลผลิตมูลค่า “S002 กล่าวว่า ความรอบรู้ใช้ความสามารถในการวิเคราะห์การบริหารจัดการ” S001 กล่าวว่า “...ถ้าเป็นมืออาชีพต้องปรับเปลี่ยนในการบริหารจัดการ”

2.2 ทักษะด้านการบัญชีครัวเรือน ตามบท

สัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “R001 กล่าวว่า “...รู้จักกินจักใช้ ต้องมีความรู้การจัดทำบัญชีครัวเรือนและต้องมีรายได้ประจำ และจะรู้ว่าประหยัดอดออม” S002 กล่าวว่า การจดบันทึกและจัดทำบัญชีครัวเรือน” S003 กล่าวว่า “...มีความรู้ในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ทำให้รับรู้รายละเอียดได้ดี และวางแผนการใช้จ่าย กำหนดรายได้ประจำและการออมเงิน”

2.3 ทักษะด้านการตลาด ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ P004 กล่าวว่า “...ต้องมีการวางแผนตลาด เพื่อให้สังคมรอบข้างเห็นผลผลิตที่ออกมา” P007 กล่าวว่า “...สร้างเรื่องราวให้เกิดขึ้นให้ได้ สร้างแบรนด์ของตัวเอง และหาตลาดก่อน แล้วย่อยๆ ทำซ้ำตามตลาดต้องการ เช่น ทำข้าวเพื่อสุขภาพ และทำข้าวพื้นเมืองแล้วหาลูกค้าจึงผลิตตามตลาด” P017 กล่าวว่า “...พลิกผันตามสภาวะของตลาดอยู่ได้อย่างยั่งยืน” R002 กล่าวว่า แสวงหาความต้องการของตลาดเพื่อนำไปผลิต เช่น ทำข้าวสุขภาพปลอดภัย” R007 กล่าวว่า “...ชาวนาต้องเรียนรู้เท่าทันต่อสถานการณ์ของตลาด” “S002 กล่าวว่า มีทักษะความเชี่ยวชาญในการรอบรู้ การวางแผน การตลาด คำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก” และกล่าวว่า “...การเขียนแผนเป็นสิ่งที่ต้องให้ชาวนารู้จักเป็นวิธีการทำที่ถูกต้อง ชาวนาต้องสนใจด้านการตลาด โดยคำนึงถึงการตลาดภายใน ขายกับโรงสี ตลาดภายนอกจะทำให้เกิดผลออกมาชัดเจน”

2.4 ทักษะการวางแผนและการทำนา ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ P004 กล่าวว่า “...ต้องมีการวางแผน ต้องการพันธุ์ข้าว ประเภทไหน ลักษณะไหน มีการจัดทำตารางงานตัวเอง แผนการผลิตเองเป็นรายตารางเอง เราไม่ทำขายโรงสีเริ่มทำต้นน้ำกลางน้ำปลายน้ำเอง” P013 กล่าวว่า “ต้องมีการวางแผนที่ดีควบคุม เลียนแบบสมัยโบราณ” R001 กล่าวว่า “การเขียนแผนเป็นสิ่งที่ต้องให้ชาวนารู้จักเป็นวิธีการทำที่ถูกต้อง ลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต ทำให้เกิดผลออกมาชัดเจน” S001 กล่าวว่า “การวางแผนการทำนาโดยเร่งรีบหลายครั้งจะกระทบเรื่องของเศรษฐกิจ คือ ทำ

เพื่อขาย ฉะนั้นก็จะเร่งเรื่องผลผลิตการทำนาหลายครั้งส่วนใหญ่” S002 กล่าวว่ามีความรอบรู้การวางแผนการทำนาให้ตรงความต้องการตลาด” S003, R006 กล่าวว่า “อยู่ในเขตชลประทานทำนาปีละ 2 ครั้ง โครงสร้างการทำนาเปลี่ยนการวางแผนทำนาขยายตัวขึ้น ต้องขยันอดทน มีการวางแผนการทำนา”

2.5 ทักษะการจัดการทรัพยากร ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “P004 ที่กล่าวว่า “...ต้องมีการจัดสรรทรัพยากรเริ่มต้นน้ำกลางน้ำ ปลายน้ำเอง” S001 กล่าวว่า “...การจัดการทรัพยากร” S004 กล่าวว่า “... มีความรู้ในการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม”

2.6 ทักษะการจัดการแรงงาน ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “R002 ที่กล่าวว่า มือทำเองใช้แรงงานคน R003 กล่าวว่า “...การจัดการใช้แรงงานตามรอบการทำงานได้”

2.7 ทักษะการแก้ไขปัญหาโรคระบาด ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ P013 กล่าวว่า “...ไม่ต้องซื้อต้องหาปัจจัยภายนอกเลยทำเองได้หมด เช่น ข้าวมี 2 โรค แมลงกับเชื้อราเวลาเราจะหว่านข้าวเกษตรกรทั่วไปก็จะโยนน้ำเลย เชื้อราก็ไม่ได้ฆ่าเชื้อ แต่ของเราก่อนจะแช่เราให้ไตรโคโดมาแซมเมล็ดพันธุ์ทำให้รากเน่าโคนเน่า ไม่เกิด แมลงตัวห้ำ ตัวเบียน”

2.8 ทักษะการแก้ปัญหาสภาพภูมิอากาศและน้ำ ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ P009 ที่กล่าวว่า “เกษตรกรมีความรู้ทั้งนั้น บางทีเจอภาวะภัยพิบัติและบังคับด้วยดิน ฟ้า อากาศ และเมื่อเจ้าหน้าที่มาตรวจดินว่าจากการทำนาพื้นที่จะทำพืชอื่นไม่ได้หากจำเป็นต้องหยุดทำนาเกษตรกรต้องหันมาปลูกผัก ปลูกถั่ว” S002, S004 กล่าวว่า “...ต้องมีความรู้เพื่อแก้ปัญหาสภาพภูมิอากาศ น้ำ รอบรู้ในปัญหาสภาพภูมิอากาศและน้ำ”

2.9 ทักษะการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสาร ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “P005 ที่กล่าวว่า ส่วนการขายต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาทำสื่อทำกลุ่ม

ออนไลน์” R002 กล่าวว่า “ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่” P004 กล่าวว่า “...ปัจจุบัน ลักษณะของการทำนาส่วนใหญ่พึ่งพาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีมากขึ้น” P008 กล่าวว่า “...การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการเกษตรมากขึ้น ชาวนาต้องเรียนรู้เทคโนโลยีมาสนับสนุนการทำนา” และ P012 กล่าวว่า “...ปัจจุบันมีเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาต้องเรียนรู้” P018 กล่าวว่า “...ต้องใช้หลักทางวิชาการและเทคโนโลยีนำเพื่อการพัฒนาความรู้”

2.10 ทักษะการผลิตสิ่งประดิษฐ์และซ่อมอุปกรณ์เครื่องมือ ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “P001 ที่กล่าวว่า “ปัจจุบันการทำนา จำเป็นต้องมีความรู้ในการซ่อมเครื่องมือที่ใช้ในการทำนาเอง” P013 กล่าวว่า “..ปัจจุบันต้องมีการประดิษฐ์เครื่องมือใช้เอง” P014 กล่าวว่า “...ปัจจุบันการทำนาต้องหาสิ่งสนับสนุนต่างๆโดยคิดค้นประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้” P012 กล่าวว่า “... เราต้องเรียนรู้การใช้ควายเหล็ก (ไถนา) แทนควาย”

3. สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล 2 สมรรถนะ

3.1 หวงแทนพื้นที่ทำนา ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ R003 กล่าวว่า “...การลงมือทำเองมีการปรับแนวคิดการอนุรักษ์ทำนา” R006 กล่าวว่า “...ขยัน มีความอดทน และมีใจรักที่จะทำนา S002, P012 กล่าวว่า “ชาวนาหวงแทนที่ดินทำกิน และรักษาที่นาและต่อยอดการทำนาที่พ่อแม่หวงแทน”

3.2 ศรัทธาในอาชีพ ตามบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ “R002 ที่กล่าวว่าชาวนามีอาชีพรุ่นใหม่ มีอุดมการณ์ R004 กล่าวว่า “...มีพื้นที่ไม่มาก ใส่ใจ ขยันดูแล และมีความอดทนพึ่งตนเอง เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดีและลดต้นทุนเพิ่มผลผลิตและให้อยุ่ได้” R005 กล่าวว่า “...ชัดเจนในเรื่องของอาชีพชาวนาจะมียั่งยืนได้อย่างไร ไม่เข้าไปตกในการเป็นหนี้สิน ทักษะการให้ตัวเองเป็นไทยอย่างไรต้องเป็นคนกล้า ฝ่ากระแสและเอาชนะ และ มีจิตใจที่เข้มแข็งต้องแสวงหาองค์ความรู้เรื่อย” S002, S003 กล่าวว่า “ให้ความสำคัญกับอาชีพ และใช้ความรู้นวัตกรรมปรับเปลี่ยนวิธีการทำนา แม้ช่วงอายุปรับเปลี่ยนแต่ชาวนาก็ยังมีความศรัทธาในอาชีพของตนเอง”

สมรรถนะชาวนาไทยที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ



ภาพ 2 ต้นแบบสมรรถนะของชาวนาที่ประสบความสำเร็จการประกอบอาชีพการทำนา

เมื่อพิจารณาสมรรถนะของชาวนาที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพการทำนา รวมทั้งสิ้น 20 สมรรถนะ คือ ด้านความรู้ 8 สมรรถนะ ด้านทักษะ 10 สมรรถนะและด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล 2 สมรรถนะ ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ผู้ประกอบอาชีพการทำนาต้องพิจารณาเรื่องขอบเขตการแบ่งแยกตามลักษณะ เช่น (1) องค์ความรู้ที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น เกษตรทฤษฎีใหม่ เกษตรผสมผสาน เกษตรอินทรีย์ ต้องพิจารณาทางเลือกตามลักษณะสภาพบริบทสังคมของพื้นที่เหมาะสมรวมถึง (2) ข้อจำกัดของพื้นที่ของการปลูกข้าวอยู่ในแหล่งชลประทานหรือมีแหล่งน้ำหรือไม่ ความรู้การทำนานอกฤดูกาล ความรู้แหล่งน้ำธรรมชาติ/ชลประทาน อาจทำได้เฉพาะพื้นที่แหล่งน้ำเท่านั้น (3) การถ่ายทอดความรู้จะต้องระบุว่า ต้องเป็นผู้ประกอบอาชีพชาวนาที่เป็นปราชญ์หรือผู้นำเกษตรกรชุมชนในพื้นที่หรือประสบความสำเร็จในอาชีพการทำนาแล้วเท่านั้น จึงสามารถถ่ายทอดความรู้ให้แก่ชาวนาไทยโดยทั่วไปได้

การอภิปรายผล

1. ผู้ประกอบอาชีพชาวนาที่ได้รับรางวัลการเชิดชูเกียรติ ปราชญ์ชาวนาของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกมาจากปราชญ์เกษตร 72 ปี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และกรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งเป็นผู้ประสบความสำเร็จในการทำนามากกว่า 10 ปี ทำนาอยู่ในแต่ละภาคของพื้นที่ของประเทศไทย และผู้มีความรู้ ทักษะความเชี่ยวชาญประสบการณ์ และคุณลักษณะเฉพาะจนสามารถทำให้ประสบความสำเร็จในการทำนาซึ่งความสำเร็จดังกล่าว ล้วนสะท้อนออกมาจากสมรรถนะที่ผลักดันให้ปราชญ์ชาวนาได้รับความสำเร็จ ซึ่งสมรรถนะแต่ละด้านที่ปราชญ์นำมาสร้างความสำเร็จเหล่านี้ล้วนผ่านสะสมความรู้แต่ละด้าน และสร้างความรู้ใหม่ที่จำเป็นต่ออาชีพการทำนา โดยการได้รับการส่งเสริม

และสนับสนุนด้านการฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ จากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญพิเศษด้านการทำนา อาทิ เช่น ผู้ที่รับการสัมภาษณ์ซึ่งมีส่วนโดยตรง ได้แก่ นักวิชาการ ปราชญ์เกษตรของแผ่นดิน สาขาปราชญ์เกษตรเศรษฐกิจพอเพียง นักวิชาการอาวุโส สถาบันคลังสมองของชาติ ปราชญ์เกษตร ของแผ่นดิน สาขาปราชญ์เกษตรผู้ทรงภูมิปัญญาและมีคุณูปการต่อภาคการเกษตรไทย ผู้อำนวยการโครงการสำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา ผู้อำนวยการกลุ่มประสานงานที่ 41 กปน. สำนักงานคณะกรรมการพิเศษ เพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ฯ ที่ขับเคลื่อนความสำเร็จของชาวนาไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน รวมถึงตัวแทนและเครือข่าย อาทิเช่น นายกสมาคม ชาวนาไทย นายกสมาคมเครือข่ายชาวนาไทย นายกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรกรมยั้งยืน นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สภาเกษตรกรดำเนินการทำนา นักวิชาการเกษตร กรมการข้าว ส่งผลทำให้ชาวนาได้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนสร้างความสำเร็จ สามารถทำให้ครอบครัวและชีวิตความเป็นอยู่ของชาวนาดีขึ้น สอดคล้องกับ Ministry Agriculture and Cooperatives (2016) ซึ่งถือได้ว่าเป็นหน่วยงานตามภารกิจการขับเคลื่อนต่อการตอบสนองเชิงนโยบายการพัฒนาประเทศไทยไปสู่การพัฒนาอย่างความยั่งยืน อยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่กล่าวถึงการเชื่อมโยงสู่ทิศทางการพัฒนาประเทศไทย โดยให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะเวลา 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 ที่มุ่งเน้นในปัญหาและความท้าทายที่ต้องอาศัยความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภาครัฐ ประชาชน ผู้ประกอบการ สถาบันการเกษตร เกษตรกรในการรับรู้ถึงความสำคัญต่อทุกส่วนนำมาเพื่อการบูรณาการเชื่อมโยงในการกำหนดยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการขับเคลื่อนเป้าหมาย (KPI output) ประกอบด้วย (1) เกษตรกรพึ่งพิงตนเอง ได้ (2) สถาบันการเกษตรมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ

(3) สินค้าเกษตรคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย
 (4) ภาคการเกษตรเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยนวัตกรรม
 (5) บริหารจัดการพื้นที่เกษตรอย่างเหมาะสม โดย
 มุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ของประเทศ (KPI outcome) ให้
 ประเทศก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง สอดคล้องกับ
 Phattharawat (2014) ได้อธิบายว่าอาชีพชาวนาต้อง
 ดำรงชีวิตอย่างยั่งยืนได้โดยการลดความเสี่ยงในอาชีพ
 และชีวิตชาวนาควรมีแนวทางการบริหารความเสี่ยง
 ของชาวนา คือ การกระจายความเสี่ยงด้วยการทำการ
 เกษตรผสมผสานเกษตรทฤษฎีใหม่ และการสร้าง
 ภูมิคุ้มกันด้วยการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต
 เพื่อจะสามารถนำไปใช้ประเมินความสำเร็จของตนเอง

2. สมรรถนะที่จำเป็นของชาวนาไทยประกอบด้วย
 3 ด้าน สมรรถนะ ได้แก่ (1) ด้านความรู้ มีจำนวน 8
 สมรรถนะ (2) ด้านทักษะ มีจำนวน 8 สมรรถนะ และ
 (3) ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล มีจำนวน 2 สมรรถนะ
 สอดคล้องกับ Phensupha and Ratsri (2016) ได้
 กล่าวถึงภาคเกษตร Smart Farmer ต่อการรองรับ
 การเปลี่ยนแปลงที่เชื่อมโยงกับไทยแลนด์ 4.0 ภาค
 การเกษตร 4.0 จำเป็นต้องเตรียมบุคลากรทางด้าน
 การเกษตร พัฒนาศักยภาพของเกษตรกร การพัฒนา
 เกษตรกรที่ทันสมัย (smart farmer) คือ เกษตรกรที่
 รู้จักการตลาดนำการผลิต มีจิตวิญญาณของการเป็น
 ผู้ประกอบการ เข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจของ
 ตนเองทั้งระบบมีความเป็นผู้นำทันกับโลกยุคปัจจุบัน
 และอนาคต จำเป็นต้องได้รับการศึกษาและการอบรม
 สามารถเข้าถึงแหล่งการลงทุน มีข้อมูลฐานและระบบ
 สารสนเทศ มีการเชื่อมโยงห่วงโซ่ผู้ผลิตและห่วงโซ่การ
 บริโภค การสร้างพันธมิตร สอดคล้องกับ Wichadecha
 (2015) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของชาวนาไทย พบว่า
 ผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่อดีตและปัจจุบัน มี
 คุณลักษณะความรู้ องค์ประกอบ คือ ตั้งแต่การเริ่ม
 เตรียมดินไปจนถึงการเก็บเกี่ยว สอดคล้องกับ
 Tuanchawan (2008) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะของ
 การทำนาข้าวจากการถอดความรู้ พบว่า องค์ความรู้

ที่จำเป็นต้องมีที่ถือเป็นคุณลักษณะ คือ การเริ่มเตรียม
 พื้นที่ไปจนถึงการเก็บเกี่ยว รวมถึงขั้นตอน วิธีการ
 เทคนิคต่างๆ ในการทำนา สอดคล้องกับ Kasetsart
 University (2013) ได้กำหนดคุณลักษณะของ
 หลักเกณฑ์การพิจารณาเกษตรกร Smart Farmer
 ซึ่งถือเป็นศักยภาพของเกษตรกร ประกอบด้วย
 (1) ความรู้ในเรื่องเกษตรที่ทำอยู่ (2) การมีข้อมูล
 ประกอบการตัดสินใจ (3) มีการบริหารจัดการผลผลิต
 และการตลาด (4) มีความตระหนักถึงคุณภาพสินค้า
 และปลอดภัยของผู้บริโภค (5) มีความรับผิดชอบต่อ
 สิ่งแวดล้อมและสังคม (6) มีความภูมิใจในความเป็น
 เกษตรกรและสอดคล้องกับ Kasetsart University
 (2013) กล่าวถึง ชาวนามืออาชีพจำเป็นต้องมี
 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ คือ รักคุณธรรมคิดสร้างสรรค์
 และแบ่งปัน มีศรัทธาในอาชีพ ใฝ่หาความรู้ตลอดเวลา
 สืบสานอาชีพในแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน สร้างความ
 สมดุลในการประกอบอาชีพและการดำเนินชีวิต โดยที่
 ชาวนาต้องเข้าใจอาชีพมีความเข้าใจชีวิตอย่างสมดุล
 และมีโภชนาการและสิ่งแวดล้อมทำให้มีคุณภาพชีวิตที่
 ดี เรียนรู้เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร มีการบริหารความเสี่ยงใน
 อาชีพ เข้าใจวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงาม ร่วมแรงร่วมใจ
 เพื่อแบ่งปันความรู้สู่สังคมชุมชน เข้าใจกระบวนการ
 ห่วงโซ่ อุปทานนำสู่ความสำเร็จ บริหารจัดการแบบ
 มีแผนและยืดหยุ่น สร้างสมดุลความพอเพียงทางการ
 เงิน การบริหารปัจจัยการผลิตอย่างชาญฉลาด การ
 สร้างสรรค์คุณค่าการผลิต การเก็บเกี่ยวและการรักษา
 อย่างมีคุณค่า เข้าใจระบบการค้า เรียนรู้และพัฒนา
 ความเป็นมืออาชีพ สอดคล้องกับ Chandrapatya
 and Chiewvech (2010) การสร้างชาวนามืออาชีพ
 ที่ประสบความสำเร็จในอาชีพ หรือที่เรียกว่า Smart
 Farmer จำเป็นต้องให้ชาวนาดันแบบผู้มีความรู้และ
 ประสบการณ์ในการทำนา เพื่อมาเป็นวิทยากรให้คำ
 ปรึกษาแก่ชาวนาด้วยกัน พร้อมทั้งถ่ายทอดเทคโนโลยี
 สมัยใหม่

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบอาชีพการทำนาสามารถทำการทดสอบและวัดประเมินสมรรถนะของตนเองในปัจจุบัน โดยพิจารณาได้จากสมรรถนะที่ได้จากผลการวิจัยเช่นเดียวกับชาวนาไทยที่ได้รับรางวัลปราชญ์ที่มีคุณสมบัติ ทั้ง (1) ด้านความรู้ (2) ด้านทักษะ (3) ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ในแต่ละด้านว่ามีสมรรถนะด้านใดที่ยังไม่สามารถปฏิบัติได้ เพื่อนำมาสร้างความสำเร็จในแก่ตนเองและครอบครัวให้ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพการทำนาในอนาคต

2. สำหรับปราชญ์ชาวนาที่ได้รับรางวัลปราชญ์ เกษตรการทำนาสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ สามารถทดสอบและประเมินตนเองว่าตนเองนั้นอาจมีสมรรถนะตัวหนึ่งตัวใดที่ยังขาดไปหรือไม่ เพื่อนำไปใช้การวางแผนการเข้าฝึกอบรมและพัฒนาการสร้างความรู้ ด้วยการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยกันระหว่างปราชญ์ชาวนาไทยด้วยกัน

3. สำหรับปราชญ์ชาวนาควรสร้างเครือข่ายปราชญ์ชาวนาเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันอย่างต่อเนื่องในกลุ่มปราชญ์ด้วยกัน และควรมีการระบุนความเชี่ยวชาญเฉพาะของสมรรถนะแต่ละด้านของปราชญ์แต่ละคนในการอยู่รอดอย่างยั่งยืน เพื่อยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงระดับบุคคลอย่างยั่งยืน

4. สำหรับนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญชำนาญการพิเศษด้านการทำนา ควรมีการกำหนดการวางแผนพัฒนาและฝึกอบรมชาวนาไทย โดยจำเป็นต้องมีเกณฑ์ของการคัดเลือกระดับสมรรถนะของแต่ละระดับเพื่อการออกแบบการส่งเสริมความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะพึงประสงค์ของชาวนาที่เหมาะสมตามช่องว่าง (gaps) ที่แตกต่างกันในแต่ละด้านเพื่อให้เกิดการยกระดับสมรรถนะในการสร้างความสำเร็จของชาวนาแต่ละคนได้อย่างทั่วถึง

5. เครือข่ายภาคชาวนาและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับชาวนา ควรเป็นตัวแทนประสานงานระหว่างภาค

ของรัฐหรือผู้เกี่ยวข้องผ่านการมีส่วนร่วมในการผลักดันการขอรับการส่งเสริมการปกป้องสิทธิ์ รับฟังปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการทำนาของชาวนาไทยเพื่อนำมาค้นหาวิธีการ กระบวนการ และผลลัพธ์อันนำไปสู่การผลักดันการสร้างกลุ่มที่มีความเข้มแข็งแก่กลุ่มชาวนาไทยทั่วประเทศไทยให้สามารถประสบความสำเร็จหลุดพ้นจากความยากจน ให้มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นได้อย่างไร

6. นักวิชาการจากหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องที่ผ่านในอดีตได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลักดันความสำเร็จของปราชญ์ชาวนามาอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันในความสำเร็จดังกล่าวยังไม่สามารถที่จะทำให้ชาวนาทุกคนประสบความสำเร็จในการทำนาได้ จึงทำให้อาชีพการทำนามีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยที่ลูกหลานของชาวนาไทยในปัจจุบันไม่มีความต้องการสืบทอดในอาชีพการทำนาจากเหตุผลประการหนึ่ง คือ ความยากจนที่เกิดขึ้นจากรุ่นที่ผ่านมา ดังนั้นเอง เป้าหมายของการพัฒนาประเทศไทยอย่างยั่งยืนตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี จึงมีจุดมุ่งเน้นการลดความเหลื่อมล้ำของประชาชน และการลดความยากจน

7. นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านการเกษตร ถือเป็นบุคคลสำคัญที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับประเทศไทย โดยที่ท่านเหล่านั้นมีสถานะเป็นปราชญ์ชาวนาที่ประสบความสำเร็จ และการเป็นนักวิชาการอาวุโสที่ถ่ายทอดองค์ความรู้ช่วยเหลือส่งเสริมความรู้แก่ชาวนาไทย อีกทั้งเป็นผู้ที่สร้างความสำเร็จแก่ชาวนาให้เป็นปราชญ์ที่ประสบความสำเร็จจวบจนปัจจุบัน ถือเป็นบุคคลต้นแบบที่มีส่วนขับเคลื่อนต่อภาคการเกษตรของไทย ควรได้รับเชิญให้เป็นบุคคลต้นแบบที่มีส่วนร่วมการบูรณาขับเคลื่อนในเชิงการกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกับการพัฒนาสมรรถนะชาวนาไทยให้ประสบความสำเร็จและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

References

- Boonyoung, K. (2016). Farmer suicides in Thai society: An analysis of reported cases in Thai newspapers. *Local Administration Journal*, 9(1), 1-17. [In Thai]
- Chandrapatya, S., & Chiewwech, K. (2010). *Rice production technology transfer of the smart farmers in Phitsanulok province*. Proceedings of 48th Kasetsart University Annual Conference: Agricultural Extension and Home Economics, Bangkok. [In Thai]
- Kasetsart University. (2013). *Enhancing agricultural business competency: A new dimension of learning form plots to sustainable development*. Author. [In Thai]
- Ministry Agriculture and Cooperatives. (2016). *The twenty year agriculture and cooperative strategy (2017-2036)*. Author. [In Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2017). *The national economic and social development plan 12*. Author [In Thai]
- Phattharawat, C. (2014). *Guideline for solving problems of Thai farmers from plots to sustainable development*. Retrieved from www.cai.ku.ac.th [In Thai]
- Phensupha, K., & Ratsri, B., (2016). *Agricultural sector preparation Smart farmer with access to Thailand 4.0*. Retrieved from <https://www.kasetkaoklai.com/home/2016/09/smart-farmer-ไทยแลนด์-4-0> [In Thai]
- Puvitayaphan, A. (2009). *Competency dictionary*. HR Center.
- The Chaipattana Foundation. (2016). *Sufficient economy*. Retrieved from https://www.chaipat.or.th/site_content/item/1309-2010-06-03-09-50-07.html [In Thai]
- Tuanchawan, B. (2008). *Removing knowledge of rice farming in the form of an alternative agricultural network in Khun Yuam, Mae Hongson province phase 1*. Thailand Research Fund. [In Thai]
- Wichadecha, V. (2015). *Report guidelines for increasing rice production efficiency to reduce production costs, increase rice production of Ban Thung Farming Group, Pattani province*. Thailand Research Fund. [In Thai]

ปัจจัยขับเคลื่อนส่วนประสมการตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อ ผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย

กฤษดา จันทร์ดี¹ นรพล จินันท์เดช²
ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์³ รัชณมัย เจียรกุล⁴

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลปัจจัยขับเคลื่อนเทคโนโลยี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และภาวะผู้นำที่มีอิทธิพลส่งผลต่อส่วนประสมการตลาด การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (2) ศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และภาวะผู้นำ ที่ส่งต่อส่วนประสมการตลาด (3) ศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำ และส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และ (4) ศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำส่วนประสมการตลาด และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 662 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยแต่ละด้าน พบว่า ด้านเทคโนโลยี ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และด้านภาวะผู้นำ มีอิทธิพลทางบวกต่อส่วนประสมทางการตลาด และมีอิทธิพลทางบวกต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยปัจจัยทุกด้าน และปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลดำเนินงานของธุรกิจ

คำสำคัญ: ปัจจัยขับเคลื่อน; ส่วนประสมการตลาด; การบริหารลูกค้าสัมพันธ์; ธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้ง

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

กฤษดา จันทร์ดี, นรพล จินันท์เดช, ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์ และรัชณมัย เจียรกุล. (2564). ปัจจัยขับเคลื่อนส่วนประสมการตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 775-788.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย

อีเมล: prince9797@hotmail.com

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

⁴ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Factors Driving Marketing Mix and Customer Relationship Management Affecting Performance of Outdoor Billboard Businesses in Thailand

Kritsada Chandee¹ Norapol Chinuntdej²
Natsapan Paopun³ Tanyamai Chiarakul⁴

Abstract

In objectives of this research article are to study, (1) the congruence of the driving factors model, human resource management technology and leadership affecting the marketing mix, customer relationship management (CRM) and the performance of outdoor billboard businesses in Thailand with empirical data. (2) the factors of technology, human resource management (HRM) and leadership influencing the marketing mix. (3) the factors of technology, HRM, leadership and the marketing mix influencing CRM. (4) examines the factors of technology, HRM, leadership, marketing mix and CRM influencing the performance of the businesses under study. The researcher conducted quantitative research to collect data from 662 administrators. The statistics used in data analysis were frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. The techniques of confirmatory factor analysis and the structure equation model were also employed.

Findings are as follows: The analysis of the structural equation model was in congruence with the empirical data at a good level. The test of the influence of factors in each aspect found the following: Technology exhibited, Human Resource Management exhibited and Leadership exhibited a positive influence on the marketing mix and a positive influence on Customer Relationship Management. By all factors and customer relationship management exhibited a positive influence on business performance.

Keywords: Factors Driving; Marketing Mix; Customer Relationship Management; Outdoor Billboard Business

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Chandee, K., Chinuntdej, N., Paopun, N., & Chiarakul, T. (2021). Factors driving marketing mix and customer relationship management affecting performance of outdoor billboard businesses in Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 775-788.

¹ Doctor of Philosophy Program in Social Sciences, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng University, Huamark, Bangkok, Bangkok, 10240, Thailand
Email: prince9797@hotmail.com

² Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

³ Graduate College of Management, Sripatum University

⁴ Faculty of Business Administration, Thai-Nichi Institute of Technology

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความสำคัญของการโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาใช้ในการใช้สัญลักษณ์ และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การโฆษณาบุกเบิกเพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ ประโยชน์ของการบริโภคผลิตภัณฑ์ใหม่ และสถานที่ที่จะหาซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้ช่วยขยายตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ใหม่ หากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใหม่จริงโดยยังไม่มีคู่แข่ง การโฆษณานั้นจะเป็นการสร้างอุปสงค์เบื้องต้น แต่ถ้ามีคู่แข่งในตลาดแล้ว ต้องทำการโฆษณาเพื่อแข่งขันการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดอุปสงค์เลือกสรรหันมาซื้อผลิตภัณฑ์ตราที่โฆษณาแทนที่จะซื้อตราของคู่แข่ง (Chaichan, 2007)

การโฆษณาจึงเป็นกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่นิยมใช้ในภาคธุรกิจ เนื่องจากทำให้สามารถสื่อสารข้อมูลขององค์กรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่ากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดประเภทอื่นซึ่งทำให้สามารถขยายผลิตภัณฑ์ได้จำนวนมาก อย่างไรก็ตาม การโฆษณาถือเป็นกิจกรรมสื่อสารมวลชนที่ต้องกระจายข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ดังนั้น สื่อมวลชนจึงนับว่าเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับการโฆษณา สื่อมวลชนดังกล่าว ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันสื่อโฆษณามีได้จำกัดอยู่เฉพาะสื่อที่กล่าวมาข้างต้น เพราะสื่อโฆษณาได้รับการพัฒนาปรับปรุง และสร้างสรรค์สื่อโฆษณาประเภทใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้การสื่อสารข้อความโฆษณาสามารถส่งไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ของสื่อโฆษณานอกบ้านนั้นไม่ได้ถูกจำกัดในด้านพื้นที่โฆษณาเหมือนสื่อประเภทอื่นๆ และไม่ได้มีกฎเกณฑ์ตายตัวในการผลิตโฆษณา หากแต่ถูกจำกัดจากงบประมาณที่ส่งผลถึงไอเดียการสื่อสารซึ่งเห็นได้ชัดว่างานโฆษณาสื่อนอกบ้านดีๆ นั้นสร้างขึ้นโดยไม่คำนึงถึงกฎที่สื่อประเภท

อื่นต้องคำนึงถึงจุดเด่นของสื่อโฆษณานอกบ้าน คือสามารถเห็นและจับต้องได้ ทำให้สื่อดังกล่าวที่มีคุณสมบัติที่สามารถสร้างความไว้วางใจ ความพึงพอใจ หรือความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ให้กับตราผลิตภัณฑ์ซึ่งจะสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่ง และความสำเร็จระยะยาวให้ตราผลิตภัณฑ์ ความท้าทายจึงอยู่ที่การเข้าถึง และการสร้างความสนใจให้กลุ่มผู้บริโภค ดังนั้น เทคโนโลยีและนวัตกรรมจึงกลายเป็นทางเลือกที่ทรงพลังในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค ด้วยเหตุที่ธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงมาก การอยู่รอดได้จึงต้องมีการปรับตัว และหาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจซึ่งเป็นตัวกำหนด และส่งผลต่อภาวะผู้นำในธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้ง

จากสภาพปัญหาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยขับเคลื่อนที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย เพื่อให้เกิดข้อมูลเชิงประจักษ์ และเกิดมุมมองใหม่ทางด้านวิชาการ และการสร้างตัวแบบเฉพาะ (customize) ที่เป็นส่วนสนับสนุน และผลักดันธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขัน รวมทั้งสร้างจุดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่งอันนำไปสู่การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการดังจะได้ทำการศึกษาดำเนินการวิจัยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลปัจจัยขับเคลื่อนเทคโนโลยีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และภาวะผู้นำที่มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อส่วนประสมการตลาด การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และภาวะผู้นำที่ส่งผลกระทบต่อส่วนประสมการตลาดของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยี การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำ และส่วนประสมการตลาด ที่ส่งผลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจป้าย โฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยี การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำ ส่วนประสมการตลาด และ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยขับเคลื่อนส่วน ประสมการตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผล ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้ง ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร คือ บริษัทที่ดำเนิน ธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย มีจำนวน 2,596 องค์กร (Advertising & Sign Producing Association, 2017; Department of Business Development, 2018) ประกอบด้วย (1) ผู้ตอบแบบ สัมภาษณ์การวิจัย คือ ผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจป้ายโฆษณากลาง แจ้งในประเทศไทยอย่างน้อย 5 ปี และ (2) ผู้ตอบ แบบสอบถามการวิจัย คือ ผู้บริหารระดับจัดการ โดย ใช้องค์กรเป็นหน่วยวิเคราะห์ข้อมูล

2. ขอบเขตด้านตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปร อิสระ (independent variables) ได้แก่ (1) เทคโนโลยี (technology) (2) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (human resource management) และ (3) ภาวะผู้นำ (leadership) ตัวแปรคั่นกลาง (mediator variables) ได้แก่ (1) ส่วนประสมการตลาด (marketing mix) และ (2) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (customer relationship management) และตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (business performance)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจป้ายโฆษณา และธุรกิจผลิตภัณฑ์อื่นในบริบทของการแข่งขันที่ คล้ายกัน ได้ทราบถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจป้ายโฆษณากลาง แจ้ง สามารถประเมินความสามารถในการแข่งขันใน อนาคตขององค์กร และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็น แนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้ในอนาคต

2. ผลจากการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ใน การกำหนดนโยบายและมาตรการต่างๆ ของหน่วย งานที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการ ลงทุน ในธุรกิจป้ายโฆษณาของผู้ประกอบการขนาด เล็กหรือขนาดกลางต่อไป รวมถึงภาคเอกชนผู้สนใจ ลงทุนสามารถใช้ข้อมูลนี้ในการประกอบการตัดสินใจ ลงทุน หรือนำไปปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพในการ ทำงานของธุรกิจต่อไป

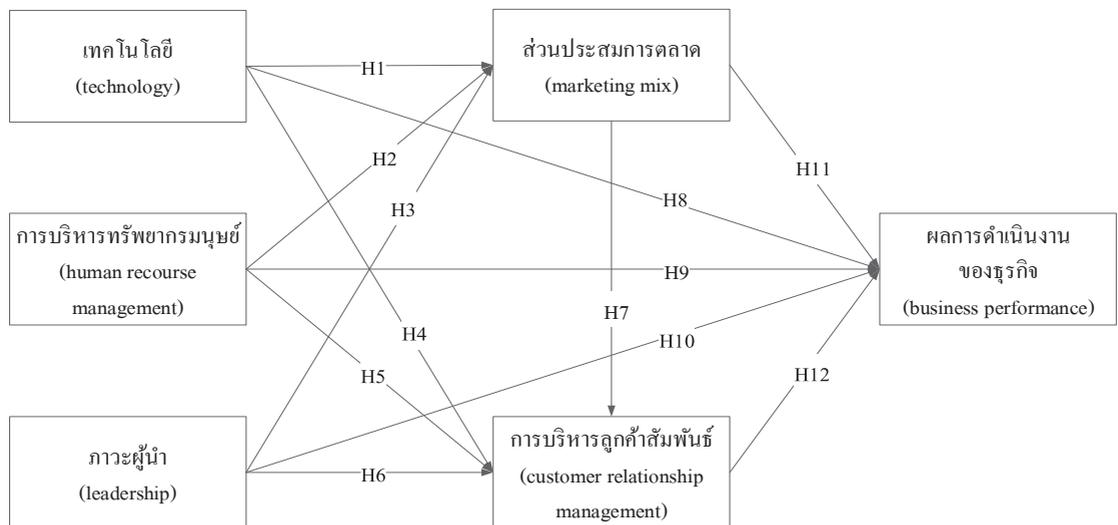
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีผู้ทรงคุณวุฒิ และนักวิชาการให้ความสนใจ ศึกษาเทคโนโลยีต่อส่วน ประสมการตลาด (Trainor, Rapp, Beitelspacher, & Schillewaert, 2011) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ต่อส่วนประสมการตลาด (Juttner, Christopher, & Baker, 2007) ภาวะผู้นำต่อส่วนประสมการตลาด (Faksang, 2013) เทคโนโลยีต่อการบริหารลูกค้า สัมพันธ์ (Navimipour & Soltani, 2016) การจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ ต่อการบริหาลูกค้าสัมพันธ์ (Ghalenooie & Sarvestani, 2016) ภาวะผู้นำต่อการ บริหาลูกค้าสัมพันธ์ (Hsiao, Lee, & Chen, 2015) ส่วนประสมการตลาดต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Trainor et al., 2011) เทคโนโลยีต่อผลการดำเนินงาน ของธุรกิจ (Langvinienė & Daunoraviciute, 2015) ส่วนประสมการตลาดต่อผลการดำเนินงานของ

ธุรกิจ (Faksang, 2013) ภาวะผู้นำต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Prathomsirikulm, 2011) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Rakariyatham & Ploysri, 2016) และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Langviniene & Daunoraviciute, 2015)

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมที่อ้างอิงตัวแปรหลักที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำที่ส่งต่อส่วนประสมการตลาด การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และผลการดำเนินงานของธุรกิจที่นำเสนอไปนั้น ผู้วิจัยได้นำตัวแปรที่ส่งผลมาสร้างเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัย และแสดงอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระ ตัวแปรคั่นกลาง และตัวแปรตาม ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 เทคโนโลยีมีอิทธิพลทางบวกต่อส่วนประสมการตลาด

สมมุติฐานที่ 2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางบวกต่อส่วนประสมการตลาด

สมมุติฐานที่ 3 ภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางบวกต่อส่วนประสมการตลาด

สมมุติฐานที่ 4 เทคโนโลยีมีอิทธิพลทางบวกต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

สมมุติฐานที่ 5 การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางบวกต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

สมมุติฐานที่ 6 ภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางบวกต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

สมมุติฐานที่ 7 ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

สมมุติฐานที่ 8 เทคโนโลยีมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

สมมุติฐานที่ 9 การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

สมมุติฐานที่ 10 ภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

สมมุติฐานที่ 11 ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพล

ทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

สมมุติฐานที่ 12 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารระดับกลางขึ้นไปที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างน้อย 5 ปี จำนวน 10 คน และวิเคราะห์สรุปอุปนิสัยข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิขององค์กรที่ประกอบกิจการธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย เพื่อเป็นการยืนยันถึงความเหมาะสมในการนำกรอบแนวความคิดที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาใช้ และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวางโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย มีจำนวน 2,596 องค์กร จากนั้นกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีดังกล่าวใช้วิธีประมาณค่าแบบภาวะน่าจะเป็นสูงสุด ซึ่งควรมีขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ จากการประเมินจำนวนตัวแปรสังเกตได้ของการวิจัยนี้พบว่า มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 31 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดตัวอย่างของการวิจัยนี้ควรมีอย่างน้อย $31 \times 20 = 620$ ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความน่าจะเป็นของแต่ละหน่วยประชากรที่จะได้รับการเลือก โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จากนั้นผู้วิจัยส่งแบบสอบถาม จำนวน 1,240 ชุด และได้รับกลับคืนจำนวน 958 ชุด คิดเป็นร้อยละ 77.26 หลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พบว่า มีความสมบูรณ์ 662 ชุด โดยแบบสอบถามที่สมบูรณ์จะ

ถูกนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

2. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลประชากรกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีวิจัยเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบโดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 7 ส่วน ดังนี้ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจป้ายโฆษณา (2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยี (3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำ (4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (5) ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด (6) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้ง และ (7) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งจากข้อคำถามส่วนที่ 2-7 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.1 นำแบบทดสอบที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง เมื่อสร้างแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข เกณฑ์การวิเคราะห์ผลความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหานี้ หากข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ตั้งแต่ 0.50 ถึง 1.00 มีค่าความตรงผ่านเกณฑ์

3.2 นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มธุรกิจแต่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย จำนวน 64 ชุด เพื่อนำมาหาความเชื่อถือ หรือค่าความเชื่อมั่นด้วยการไปเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง ส่วนหนึ่งส่งไปรษณีย์ หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค

ซึ่งจะมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ค่าใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง และทำการหาค่าความเที่ยงของเครื่องมือวิจัย โดยค่าต้องสูงกว่า 0.7 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถามสูงกว่าหรือเท่ากับ 0.3

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามปัจจัยขับเคลื่อนที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณาากลางแจ้งในประเทศไทย โดยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลระหว่าง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2562 รวมเป็นระยะเวลา 5 เดือน ส่วนข้อมูลทุติยภูมิได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากงานวิจัย ในอดีตที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยขับเคลื่อนที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณาากลางแจ้งในประเทศไทย เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ อันได้แก่ (1) เอกสารทางวิชาการ (2) วารสาร (3) สิ่งพิมพ์ (4) ดุษฎีนิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (5) บทความในประเทศ และต่างประเทศ และ (6) ข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยขับเคลื่อนส่วนประสมการตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณาากลางแจ้งในประเทศไทย มีดังนี้

ส่วนที่ 1 สถิติพรรณนา เพื่อใช้ในการพรรณนาสรุปคุณสมบัติของตัวอย่างที่ศึกษา และพรรณนาลักษณะของตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง รายได้เฉลี่ยขององค์กรต่อปี และจำนวนพนักงาน สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ และความถี่ และ (2) ระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรในแบบสอบถาม อันได้แก่ เทคโนโลยี ภาวะผู้นำ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ส่วนประสมการตลาด ลูกค้าสัมพันธ์ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐานในการอธิบายตัวแปร

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ตัวแปรคั่นกลาง และตัวแปรตาม โดยการทดสอบสมมติฐานเทคโนโลยี ภาวะผู้นำ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ส่วนประสมการตลาด และลูกค้าสัมพันธ์มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณาากลางแจ้งในประเทศไทย ใช้โมเดลสมการโครงสร้างในการทดสอบ และประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงเหตุผล

ผลการวิจัย

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิในกลุ่มธุรกิจป้ายโฆษณาากลางแจ้งในประเทศไทยเพื่อสนับสนุนมุมมองทางด้านทฤษฎีในการวัดตัวแปรที่ผู้วิจัยพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมใน 6 ประเด็น คือ (1) ผลการดำเนินงานของธุรกิจโฆษณาากลางแจ้ง (2) ด้านเทคโนโลยี (2) ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (3) ด้านภาวะผู้นำ (5) ด้านส่วนประสมการตลาด และ (6) ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 10 คน เห็นสอดคล้องว่าปัจจัยทั้ง 6 ด้านที่มีผลกับการประกอบธุรกิจป้ายโฆษณาากลางแจ้งมีความเหมาะสม และมีระดับความสำคัญมาก และได้พิจารณาความสำคัญในแต่ละหัวข้อสอดคล้องทุกตัวแปรรวมทั้งสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณตามที่กำหนด ดังผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้บริหารในกลุ่มธุรกิจป้ายโฆษณาในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 662 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ตำแหน่งผู้จัดการ/รองผู้จัดการฝ่ายการตลาด มีประสบการณ์การทำงานในธุรกิจป้ายโฆษณา 5-10 ปี ระยะเวลาการดำเนินงานธุรกิจป้ายโฆษณาของบริษัท 5-10 ปี และมีจำนวนพนักงานที่ทำงานในบริษัทน้อยกว่า 50 คน ผู้บริหาร

ในกลุ่มธุรกิจป้ายโฆษณาในประเทศไทยในภาพรวมมีความคิดเห็นต่อเทคโนโลยีอยู่ในระดับสูง การบริหารทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับสูง ภาวะผู้นำอยู่ในระดับสูง ส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับสูง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง และผลการดำเนินงานของธุรกิจอยู่ในระดับสูง

ส่วนผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย พบว่า (1) เทคโนโลยีมีอิทธิพลทางบวกต่อส่วนประสมการตลาด ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่าเทคโนโลยีส่งผลต่อส่วนประสมการตลาดของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.196 (2) การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางบวกต่อส่วนประสมการตลาดของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.382 (3) ภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางบวกต่อส่วนประสมการตลาดของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.288 (4) เทคโนโลยีส่งผลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.148 (5) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.132 (6) ภาวะผู้นำส่งผลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.147 (7) ส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.505 (8) เทคโนโลยีส่งผลต่อผลการดำเนินงาน

ของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.088 (9) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.113 (10) ภาวะผู้นำส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.168 (11) ส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.268 และ(12) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.293 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 โมเดลปัจจัยขับเคลื่อนส่วนประสมการตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบธุรกิจป้ายโฆษณา และธุรกิจผลิตภัณฑ์อื่นในบริบทของการแข่งขันที่คล้ายกันได้ทราบถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยขับเคลื่อนส่วนประสมการตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้ง สามารถประเมินความสามารถในการแข่งขันในอนาคตขององค์กร และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันได้ในอนาคต สอดคล้องกับ Trainor et al. (2011) และ Faksang

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Navimipour and Soltani (2016) และเป็นไปตามทฤษฎีของ Trainor et al. (2011) เจ้าของเครื่องมือวัดตัวแปรต้น โดยหากบริษัทมีการพัฒนาการนำระบบเครือข่ายหรือระบบสารสนเทศมาสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจ เช่น การนำแอปพลิเคชันหรือการค้นหาข้อมูลสินค้าหรือป้ายโฆษณาผ่านเครือข่ายระบบบนเว็บไซต์ หรือผ่านทางมือถือ เพื่อนำเสนอข้อมูลสินค้าหรือป้ายโฆษณาหรือบริการที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ได้อย่างครบถ้วน ชัดเจนถูกต้อง และสามารถบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หรือรักษาลูกค้ารายเดิม และเพิ่มลูกค้ารายใหม่ จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากองค์กรมีเทคโนโลยีที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้การบริการลูกค้าสัมพันธ์ขององค์กรสูงขึ้น

การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางบวกต่อการบริการลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.132 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ghalenooie and Sarvestani (2016) และเป็นไปตามทฤษฎีของ Ghalenooie and Sarvestani (2016) เจ้าของเครื่องมือวัดตัวแปรต้น โดยหากพนักงานมีการบริหารจัดการกระบวนการทำงานและการจัดการปัญหาหรือความสำเร็จของงานร่วมกัน และพนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ที่สามารถปฏิบัติงานได้จะส่งผลให้บริษัทมีกลยุทธ์ในการจัดการเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีการกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวกับลูกค้า และเสนอแนะบริการที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากองค์กรมีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้การบริการลูกค้าสัมพันธ์ขององค์กรสูงขึ้น

ภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางบวกต่อการบริการลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งใน

ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.147 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hsiao et al. (2015) และ Williams, Ashill, Naumann, and Jackson (2015) และเป็นไปตามทฤษฎีของ Yang et al. (2014) เจ้าของเครื่องมือวัดตัวแปรต้น โดยหากผู้บริหารพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนการให้ผลตอบแทนเพื่อกระตุ้นพฤติกรรมการเรียนรู้ของพนักงาน และสร้างบรรยากาศการทำงานที่ไว้วางใจ และร่วมมือกันแก้ไขปัญหาพร้อมกับพนักงาน จะส่งผลให้บริษัทมีกลยุทธ์ในการจัดการเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีการติดตามลูกค้า และรับฟังข้อมูลหรือความคิดเห็นจากลูกค้า จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากผู้บริหารองค์กรมีภาวะผู้นำที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้การบริการลูกค้าสัมพันธ์ขององค์กรสูงขึ้น

ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อการบริการลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.505 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Trainor et al. (2011) และเป็นไปตามทฤษฎีของ Kotler (2015) โดยหากบริษัทมีเว็บไซต์ที่ดูน่าเชื่อถือ มีรายละเอียดครบถ้วน และมีการจัดเนื้อหาที่ดี หาข้อมูลได้ง่าย และมีการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจจะส่งผลให้บริษัทมีกลยุทธ์ในการจัดการเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีการติดตามลูกค้า และรับฟังข้อมูลหรือความคิดเห็นจากลูกค้า จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากองค์กรมีส่วนประสมการตลาดที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้การบริการลูกค้าสัมพันธ์ขององค์กรสูงขึ้น

จากวัตถุประสงค์ที่ 4 เทคโนโลยีมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.088 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Langvinienė and Daunoraviciute (2015); Termsanganwong (2013) และ Rakariyatham

and Ploysri (2016) และเป็นไปตามทฤษฎีของ Trainor et al. (2011) เจ้าของเครื่องมือวัดตัวแปรต้น โดยหากบริษัทมุ่งเน้นนำเทคโนโลยีมาเพื่อพัฒนารูปแบบโครงสร้างป้ายโฆษณาให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และการนำเสนอสินค้าหรือป้ายโฆษณา ตำแหน่งป้ายโฆษณา ในรูปแบบเสมือนจริงหรือแบบภาพนิ่งหรือเคลื่อนไหวสามมิติ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง รวดเร็ว สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หรือรักษาลูกค้ารายเดิม และเพิ่มลูกค้ารายใหม่ จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากองค์กรมีเทคโนโลยีที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจองค์กรสูงขึ้น

การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.113 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Prathomsirikul (2011); Termsanganwong (2013) และ Rakariyatham and Ploysri (2016) และเป็นไปตามทฤษฎีของ Ghalenooie and Sarvestani (2016) เจ้าของเครื่องมือวัดตัวแปรต้น โดยหากพนักงานมีการบริหารจัดการกระบวนการทำงานและการจัดการปัญหาหรือความสำเร็จของงานร่วมกัน และพนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้ที่สามารถปฏิบัติงานได้จะส่งผลให้ความพึงพอใจในงานของพนักงานได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากองค์กรมีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจองค์กรสูงขึ้น

ภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.168 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Faksang (2013) และเป็นไปตามทฤษฎีของ Yang et al.

(2014) เจ้าของเครื่องมือวัดตัวแปรต้น โดยหากผู้บริหารพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนการให้ผลตอบแทนเพื่อกระตุ้นพฤติกรรมการเรียนรู้ของพนักงาน และสร้างบรรยากาศการทำงานที่ไว้วางใจ และร่วมมือกันแก้ไขปัญหาร่วมกับพนักงานจะส่งผลให้ประสิทธิภาพของพนักงานมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดหาและการสร้างโอกาสในการจ้างงานพนักงานใหม่เพิ่มขึ้น จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากผู้บริหารองค์กรมีภาวะผู้นำที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจองค์กรสูงขึ้น

ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.268 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Rakariyatham and Ploysri (2016); Faksang (2013); Termsanganwong and (2013); Langviniene and Daunoraviciute (2015) และ Trainor et al. (2011) และเป็นไปตามทฤษฎีของ Kotler (2015) โดยหากบริษัทใช้วัตถุดิบในการผลิตป้ายโฆษณากลางแจ้งที่มีคุณภาพ และผลิตป้ายโฆษณากลางแจ้งที่ได้มาตรฐานจะส่งผลให้ประสิทธิภาพของการใช้วัสดุของบริษัทได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากองค์กรมีส่วนประสมการตลาดที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจองค์กรสูงขึ้น

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.293 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Langviniene and Daunoraviciute (2015) และเป็นไปตามทฤษฎีของ Ghalenooie and Sarvestani (2016) เจ้าของเครื่องมือวัดตัวแปรต้น โดยหากบริษัทมีกลยุทธ์ในการจัดการเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีการติดตามลูกค้า และรับฟัง

ข้อมูลหรือความคิดเห็นจากลูกค้าจะส่งผลให้สัดส่วนการขยายตัวทางการตลาดของป้ายโฆษณากลางแจ้งของบริษัทท่านเพิ่มขึ้น จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หากองค์กรมีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจองค์กรสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัย ผู้วิจัยเสนอแนะให้บริษัทในกลุ่มธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย ส่งเสริมพัฒนา และมุ่งเน้นเทคโนโลยี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และภาวะผู้นำต่อส่วนประสมการตลาด การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และผลการดำเนินงานของธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทยในระยะยาว ดังนี้

1. บริษัทในกลุ่มธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย ควรมุ่งการพัฒนา การปฏิบัติ หรือพัฒนาคุณภาพ และเสริมสร้างองค์ความรู้ในด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยขับเคลื่อนด้านเทคโนโลยี ภาวะผู้นำ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อส่วนประสมการตลาด และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ดังนี้

1.1 ด้านเทคโนโลยี ควรมุ่งให้บริษัทมีการพัฒนาการนำระบบเครือข่ายหรือระบบสารสนเทศมาสนับสนุนการในการดำเนินธุรกิจ เช่น การนำแอปพลิเคชันหรือการค้นหาข้อมูลสินค้าหรือป้ายโฆษณาหรือตำแหน่งป้ายโฆษณา ผ่านเครือข่ายระบบสารสนเทศต่างๆ หรือทางเว็บไซต์บริษัท หรือผ่านทางมือถือ ในรูปแบบเสมือนจริงหรือแบบภาพนิ่งหรือเคลื่อนไหวแบบระบบสามมิติ เพื่อนำเสนอข้อมูลสินค้าหรือป้ายโฆษณา บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ครบถ้วน ชัดเจน ถูกต้อง และมุ่งเน้นพัฒนาโครงสร้างรูปแบบป้ายโฆษณา ให้มีความทันสมัย น่าสนใจ ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทสามารถถึงจุดความสนใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หรือรักษาลูกค้ารายเดิม และเพิ่มลูกค้ารายใหม่

1.2 ด้านภาวะผู้นำควรมุ่งส่งเสริมให้ผู้บริหาร

มีการเรียนรู้ ริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ การสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ และการสร้างมีความร่วมมือและความไว้วางใจ ทั้งนี้เพื่อผู้บริหารสามารถนำความรู้ ความสามารถ สร้างแรงจูงใจหรือกระตุ้นพฤติกรรม การเรียนรู้ของพนักงานให้เกิดความรู้ แนวสร้างสรรค์ หรือแนวคิดใหม่ๆ สร้างความร่วมมือหรือการทำงานเป็นทีม และการไว้วางใจในการแก้ปัญหาาร่วมกันกับพนักงาน เพื่อพัฒนาการทำงานขององค์กรหรือบริษัท และสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

1.3 ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ควรมุ่งส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ เสริมสร้างกระบวนการความรู้ และการฝึกอบรม อย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาศักยภาพให้พนักงานมีการดำเนินงานอย่างสร้างสรรค์ การรับผิดชอบต่อนหน้าที่การทำงานเป็นทีม และนำไปสู่วัฒนธรรมองค์กรที่มีศักยภาพในการดำเนินงานเหนือกว่าคู่แข่งในด้านต่างๆ

2. บริษัทในกลุ่มธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย ควรมุ่งการพัฒนา การปฏิบัติ หรือพัฒนาคุณภาพ และเสริมสร้างองค์ความรู้ในด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยขับเคลื่อนด้านเทคโนโลยี ภาวะผู้นำ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนี้

2.1 ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (1) ควรมุ่งให้บริษัทใช้วัตถุดิบในการผลิตป้ายโฆษณากลางแจ้งที่มีคุณภาพ และผลิตป้ายโฆษณากลางแจ้งที่ได้มาตรฐาน (2) ควรมุ่งให้บริษัทมีผลงานการป้ายโฆษณากลางแจ้งที่มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ และมีการปรับปรุงและพัฒนาการผลิตป้ายโฆษณากลางแจ้งอย่างต่อเนื่อง (3) ควรมุ่งเน้นให้บริษัทมีการออกแบบโครงสร้างป้ายโฆษณากลางแจ้งที่สร้างสรรค์ และตรงตามความต้องการของลูกค้า และ (4) ควรมุ่งเน้นให้บริษัทมีการออกแบบโครงสร้างป้ายโฆษณากลางแจ้งที่มีความหลากหลาย

2.2 ส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (1) ควรมุ่งให้เว็บไซต์ของบริษัทดูน่าเชื่อถือ มีรายละเอียดครบถ้วน และมีการจัดเนื้อหาที่ดี หาข้อมูลได้ง่าย (2) ควรมุ่งเน้นให้ที่ตั้งของบริษัทง่ายต่อการติดต่อของลูกค้า และ (3) ควรมุ่งเน้นให้บริษัทมีการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดต่อต่างๆ

2.3 ส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริม (1) ควรมุ่งให้บริษัทมีการรับชำระเงินด้วยเช็ค บัตรเครดิตหรือโอนผ่านบัญชี (2) ควรมุ่งให้บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ และ (3) ควรมุ่งให้บริษัทประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ข้อมูล หรือข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ

2.3 ส่วนประสมการตลาด ด้านราคา (1) ควรมุ่งให้บริษัทมีการกำหนดราคาป้ายโฆษณากลางแจ้งตามขนาดของพื้นที่ป้าย และตามคุณภาพของวัสดุที่ใช้ทำป้าย (2) ควรมุ่งให้บริษัทมีการกำหนดราคาป้าย

โฆษณากลางแจ้งตามสถานที่ตั้งของป้ายหรือทำเล และ (3) ควรมุ่งให้บริษัทมีการกำหนดราคาป้ายโฆษณากลางแจ้งหรือบริการที่หลากหลายเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อหรือใช้บริการตามกำลังการซื้อของลูกค้า

3. บริษัทในกลุ่มธุรกิจป้ายโฆษณากลางแจ้งในประเทศไทย ควรมุ่งการพัฒนา การปฏิบัติ หรือพัฒนาคุณภาพ และเสริมสร้างองค์ความรู้ในด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยขับเคลื่อนส่วนประสมการตลาด และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ควรมุ่งให้บริษัทมีกลยุทธ์การติดตามลูกค้า การรับฟังข้อมูลหรือความคิดเห็นหรือความต้องการจากลูกค้า และการรักษาความจงรักภักดีของลูกค้า เพื่อรักษากลุ่มลูกค้ารายเดิม เพิ่มลูกค้ารายใหม่ และการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวกับลูกค้า

References

- Advertising & Sign Producing Association. (2017). *List of advertising and sign enterprises on 2017*. Retrieved from [http:// www.aspathailand.org](http://www.aspathailand.org) [In Thai]
- Chaichan, S. (2007). *Marketing management* (5th ed.). P.A Living. [In Thai]
- Department of Business Development. (2018). *Enterprise Data Warehouse (EDW)*. Retrieved from <http://datawarehouse.dbd.go.th/searchJuristicInfo> [In Thai]
- Faksang, D. (2013). The success of small and medium enterprises in textiles and clothing industry. *Sripatum Chonburi Journal*, 15(3), 54-60. [In Thai]
- Ghalenooie, M. B., & Sarvestani, H. K. (2016). Evaluating human factors in customer relationship management case study: Private banks of Shiraz City. *Procedia Economics and Finance*, 36(Supplement C), 363-373.
- Hsiao, Lee, & Chen. (2015). The effect of servant leadership on customer value co-creation: A cross-level analysis of key mediating roles. *Tourism Management*, 49(Supplement C), 45-57.

- Juttner, U., Christopher, M., & Baker, S. (2007). Demand chain management integrating marketing and supply chain management. *Industrial Marketing Management*, 36(3), 377-392.
- Kotler, K. (2015). *Marketing management* (15th ed.). London: Pearson.
- Langviniene, N., & Daunoraviciute, I. (2015). Factors influencing the success of business model in the hospitality service industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 902-910.
- Malshe, A., Friend, S. B., Al-Khatib, J., Al-Habib, M. I., & Al-Torkistani, H. M. (2017). Strategic and operational alignment of sales-marketing interfaces: Dual paths within an SME configuration. *Industrial Marketing Management*, 66(Supplement C), 145-158.
- Navimipour, N. J., & Soltani, Z. (2016). The impact of cost, technology acceptance and employees' satisfaction on the effectiveness of the electronic customer relationship management systems. *Computers in Human Behavior*, 55(Part B), 1052-1066.
- Phithaksikul, S., Sawang, S., & Chienwattanasook, K. (2019). The successful model to promote Small and Medium Enterprises (SME's) in the northern provinces of Thailand. *Ph.D. in Social Science Journal*, 9(1), 15-29. [In Thai]
- Prathomsirikulm, Y. (2011). The successful health care service business management model of private hospital in Thailand. *Journal of Business Administration*, 34(130), 14-35. [In Thai]
- Rakariyatham, A., & Ploysri, S. (2016). A development of a causal model towards the success in international business engagement of small and medium-sized enterprises in upper northern Thailand. *Journal of Accountancy and Management*, 8(2), 12-21. [In Thai]
- Termsanganwong, S. (2013). The business achievement factors of five star OTOP Production Champion (OPC) entrepreneur within Chiangmai province: Case study at Sansai District. *Payap University Journal*, 23(1), 1-20. [In Thai]
- To, W. M., Martin, E. F., & Yu, B. T. W. (2015). Effect of management commitment to internal marketing on employee work attitude. *International Journal of Hospitality Management*, 45(Supplement C), 14-21.
- Trainor, K. J., Rapp, A., Beitelspacher, L. S., & Schillewaert, N. (2011). Integrating information technology and marketing: An examination of the drivers and outcomes of e-marketing capability. *Industrial Marketing Management*, 40(1), 162-174.
- Williams, P., Ashill, N. J., Naumann, E., & Jackson, E. (2015). Relationship quality and satisfaction: Customer-perceived success factors for on-time projects. *International Journal of Project Management*, 33(8), 36-50.
- Yang, L. R., Huang, C. F., & Hsu, T. J. (2014). Knowledge leadership to improve project and organizational performance. *International Journal of Project Management*, 32(1), 40-53.

Sustainable Success of Seafood Processing Industry in Thailand

Thitapa Na Ranong¹ Piyachat Jarutirasarn² Chanongkorn Kuntonbutr³

Abstract

The purposes of this article were (1) to study the influences of corporate social responsibility and environmental responsibility on managerial effectiveness, (2) to study the influence of management process consisting of planning, organizing, leading, and controlling on managerial effectiveness, (3) to study the influence of market orientation comprising customer orientation and competitor orientation on market responsiveness, and (4) to study the influences of managerial effectiveness and market responsiveness on sales growth. The population of this study was the seafood processing juristic entities in the seafood processing industry. The researcher selected 400 sample units using simple random sampling. The usable questionnaires were 381. The researcher used LISREL program to test the hypotheses.

The results suggested that social responsibility, planning, leading, and controlling had positive influences on managerial effectiveness. With regard to customer orientation and competitor orientation, the researcher found that both had positive influences on market responsiveness. Both managerial effectiveness and market responsiveness had positive influences on sales growth. Regarding the goodness of fit indices of the structural model, SRMR was equaled to 0.08 (the criterion was 0.08) and CFI was 0.91, which was sufficient to say that the model had a good fit.

Keywords: Sustainable Success; Processing Industry; Seafood Processing

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Na Ranong, T., Jarutirasarn, P., & Kuntonbutr, C. (2021). Sustainable success of seafood processing industry in Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 789-803.

¹ Doctor of Philosophy Program in Social Sciences, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng University, Huamark, Bangkok, 10240, Thailand
Email: mamthitapa@hotmail.com

² Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

³ Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลนั้นเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากอาหารทะเลเป็นสินค้าสัตว์น้ำที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจอย่างยิ่ง ได้รับความนิยมนต่อการบริโภค และยังเป็นแหล่งที่มาของโปรตีนที่สำคัญที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลถือได้ว่าเป็นห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจอาหารทะเลเพื่อการส่งออก อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่อยู่ในข่ายของการเป็นผู้ประกอบการทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อม จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า อาหารทะเลแปรรูปเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย สะท้อนผ่านมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปของประเทศไทยในปี 2559 ที่มีมูลค่า 191,005.6 ล้านบาทหรือคิดเป็น ร้อยละ 20.2 ของการส่งออกอาหารทั้งหมดของไทย โดยมีทุนสำรองและกึ่งเป็นสินค้าหลักสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 70 ของการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปทั้งหมด ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า ในปี 2560 ประเทศไทยน่าจะสามารถส่งออกทุนสำรองเป็นมูลค่า 71,962.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 5.0 และจะสามารถส่งออกกึ่งได้ 77,058.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 11.0 (Kasikorn Thai Research Center, 2017) ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การที่จะให้อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้นั้น จะต้องอาศัยวิสัยทัศน์ในการมองภาพถึงอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม กระบวนการบริหารจัดการที่ดี และการให้ความสำคัญกับตลาด ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิผลของการจัดการและการตอบสนองต่อตลาดได้ดี อันจะนำไปสู่การเจริญเติบโตของยอดขายอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการจัดการ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของกระบวนการจัดการ อันประกอบไปด้วยการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการจัดการ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการให้ความสำคัญกับตลาด อันประกอบไปด้วยการให้ความสำคัญกับลูกค้า และการให้ความสำคัญกับคู่แข่ง ที่ส่งผลต่อการตอบสนองต่อตลาด
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลของการจัดการและการตอบสนองต่อตลาด ที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของยอดขาย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านตัวแปร
 - 1.1 ตัวแปรอิสระ (exogenous variables) ได้แก่ ตัวแปรที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ตัวแปรที่เกี่ยวกับกระบวนการจัดการ (management process) และตัวแปรที่เกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับตลาด (market orientation)
 - 1.2 ตัวแปรคั่นกลาง (intervening variables/mediators) ได้แก่ ตัวแปรประสิทธิผลของการจัดการ (managerial effectiveness) ตัวแปรการตอบสนองต่อตลาด (market responsiveness)
 - 1.3 ตัวแปรตาม (endogenous variable) ได้แก่ ตัวแปรการเจริญเติบโตของยอดขาย (sales growth)
2. ขอบเขตด้านประชากร เป็นโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลในประเทศไทยที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลและขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม (Department of Industry Works, 2018) และกรมประมงที่ผลิตอาหารทะเล (Department of Fisheries, 2017)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์ในเชิงวิชาการ เป็นการนำเอาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับ CSR กระบวนการจัดการ และการให้ความสำคัญกับตลาดมาผสมผสานกัน เพื่อสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้น นั่นคือ การเจริญเติบโตขององค์กรหรือยอดขาย โดยผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ ประสิทธิภาพของการจัดการและการตอบสนองต่อตลาด

2. ประโยชน์ในภาคปฏิบัติ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเล เพื่อที่จะทำให้โรงงานเหล่านี้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีกระบวนการบริหารจัดการในเรื่องการวางแผน การนำ และการควบคุม อย่างเป็นรูปธรรม อันจะส่งผลให้เกิดประสิทธิผลในการบริหารจัดการ และต้องให้ความสำคัญกับลูกค้า และคู่แข่ง ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อตลาดได้ดียิ่งขึ้น ความสำเร็จที่ตามมา คือ การเจริญเติบโตของยอดขาย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความยั่งยืน (sustainability) ความยั่งยืนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในปัจจุบันมากกว่าที่เคยเป็นมาในอดีต เนื่องจากในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา ธุรกิจต่างๆ ได้เข้าสู่ยุคของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ธุรกิจเหล่านี้มีความรับผิดชอบต่อมากขึ้นในการทำกิจกรรมและผลกระทบที่กว้างขวางมากขึ้น ไม่ใช่แค่เพียงเรื่องเงินเท่านั้น (Savitz, 2014) การพัฒนาความยั่งยืนจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของโลกปัจจุบัน โดยปราศจากการนำเอาความสามารถของคนรุ่นหลังในอนาคต เพื่อมาตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง (Brundtland, 1987) กล่าวคือ การพัฒนาความยั่งยืนจำเป็นต้องคำนึงถึงความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมนั่นเอง และองค์ประกอบสำคัญของการผลิตอย่างยั่งยืนก็คือการใช้กระบวนการที่ช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

เชิงลบ การอนุรักษ์พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติ กระบวนการเหล่านี้ มีความปลอดภัยสำหรับพนักงาน ผู้บริโภค และชุมชน รวมถึงการพัฒนาการด้านเศรษฐกิจให้เกิดความสมดุลกันด้วย วัตถุประสงค์ที่เน้นไปที่การให้ความสำคัญกับด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม (Orji & Wei, 2015; Winroth, Almström, & Andersson, 2016) นอกจากนี้ การผลิตอย่างยั่งยืนมีบทบาทสำคัญสำหรับธุรกิจการผลิตในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจเกิดความไม่แน่นอน (Gupta, Dangayach, Singh, & Rao, 2015) อีกด้วย

อย่างไรก็ดี ความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility—CSR) ในบางครั้งมีการใช้สลับกัน เสมือนหนึ่งว่าเป็นเรื่องเดียวกัน แต่ทั้งสองจะมีแนวคิดที่แตกต่างกันเล็กน้อยแต่เกี่ยวข้องกัน ดังนั้น CSR จึงเป็นส่วนหนึ่งของความยั่งยืนและเป็นวิธีการที่ใช้กันเพื่อวัดการดำเนินงานในองค์กรที่ยั่งยืน การดำเนินงานเพื่อให้ องค์กรอย่างยั่งยืนนั้น จะเน้นไปที่ 3 เสาหลัก หรือ 3 ขาของความยั่งยืนซึ่งประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Trabucchi & Lee, 2007)

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการจัดการ (management process) McDonald (2010) กล่าวว่า หน้าที่ของการจัดการประกอบด้วย การวางแผน การจัดการ องค์กร ความเป็นผู้นำ และการควบคุม ทั้งนี้ หน้าที่ ทั้งสี่ของผู้บริหารหรือผู้จัดการนั้นเป็นสิ่งจำเป็นในการจัดการที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยแยกเป็นประเด็นได้ ดังนี้ (1) การวางแผน โดยทั่วไปคือการวางทิศทางองค์กรที่ตั้งขึ้นโดยผ่านกิจกรรม หลากหลาย และพัฒนาเป้าหมาย ดังนั้นหน้าที่ในการวางแผนของผู้บริหารจึงเป็นที่ยอมรับในระดับต่างๆ ของการตัดสินใจ การอนุญาตให้พนักงานมีส่วนร่วม ในการตัดสินใจจึงอาจสร้างแนวคิดเพิ่มเติมที่ให้ข้อมูลเชิงลึกอันมีคุณค่าต่อการบริหารองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (2) การจัดการ องค์กร ประกอบด้วยกิจกรรม

มากมายที่เกี่ยวข้องโดยตรงหรือทางอ้อมต่อการจัดสรรทรัพยากรในลักษณะที่สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายและแผนการทำงานที่พัฒนาขึ้นซึ่งเป็นหน้าที่ในการวางแผนของผู้บริหาร องค์ประกอบสำคัญสามประการของการจัดการ คือ พัฒนาโครงสร้างขององค์การ จัดหาพนักงานและฝึกอบรมพวกเขา กำหนดรูปแบบการติดต่อสื่อสารในองค์การ (The Management Process: Management Functions, 2018) (3) ความเป็นผู้นำ ความเป็นผู้นำเช่นการเป็นผู้นำทางการให้คำปรึกษาและความเป็นผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลง (Gillespie & Mann, 2004) ซึ่งผู้นำนั้นเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการ และการสร้างแรงจูงใจของพนักงานที่ดี ทั้งนี้ผู้นำหรือผู้บริหารที่โดดเด่นมักเป็นผู้ที่มีทักษะในการติดต่อสื่อสารที่ดี และ (4) การควบคุม องค์การและผู้บริหารควรใช้กลยุทธ์หรือวิธีการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุม โดยวิธีการเหล่านี้มีทั้งรูปแบบการควบคุมแบบเปิดเผยซึ่งมีความเข้มงวด และรูปแบบของการควบคุมทางอ้อม วิธีการดังกล่าวอาจรวมถึงการใช้ระบบข้อมูลต่างๆ ในการเข้าไปจัดการ (Miles & Creed, 1995)

แนวคิดเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับตลาด (market orientation) หมายถึง การจัดการกิจกรรมหลักซึ่งส่งผลให้องค์การบรรลุเป้าหมายตามความต้องการของลูกค้าและตามความต้องการของตลาด และสร้างความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพแก่ลูกค้า อีกทั้งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้้องค์การมีประสิทธิภาพสูงกว่าคู่แข่งขึ้น โดยการพัฒนาแนวทางการให้ความสำคัญกับการตลาด อีกทั้ง การให้ความสำคัญกับการตลาดสามารถกำหนดทิศทางทางการตลาดในระยะยาวซึ่งส่งผลให้องค์การมียอดขายและกำไรเพิ่มขึ้นได้ต่อไป (Hooper, 2006)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถสังเคราะห์ตัวแปรการให้ความสำคัญกับตลาด (market orientation) ว่าประกอบไปด้วย การให้ความสำคัญกับ

ลูกค้า (customer orientation) การให้ความสำคัญกับคู่แข่ง (competitor orientation) และการประสานงานระหว่างหน่วยงาน (inter-functional coordination) (Im, Hussain & Sengupta, 2008) แต่ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะเน้นเฉพาะตัวแปรที่เกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับลูกค้า (customer orientation) และตัวแปรที่เกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับคู่แข่ง (competitor orientation) เท่านั้น เพราะตัวแปรสองตัวนี้เน้นการให้ความสำคัญกับตลาดภายนอก ซึ่งจะส่งผลให้สามารถตอบสนองต่อตลาดได้ดีและส่งผลต่อเนื่องไปยังการเจริญเติบโตของยอดขายด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลของการจัดการ (managerial effectiveness) แนวคิดของประสิทธิผลของการจัดการมีความหมายหลายความหมายด้วยกัน Reddin (1974) ให้คำนิยามประสิทธิผลของการจัดการว่าเป็นสิ่งที่ผู้บริหารประสบความสำเร็จในเรื่องของผลผลิตหรือผลลัพธ์ รวมถึงการบรรลุเป้าหมายที่หลากหลาย Bennett and Langford (1983) อธิบายว่า ประสิทธิผลของการจัดการเป็นเสมือนความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่ผู้บริหารต้องการจะให้ได้มาผลประกอบการกับสิ่งที่คาดหวังว่าจะประสบความสำเร็จภายใต้ข้อจำกัดขององค์การเองและสิ่งแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

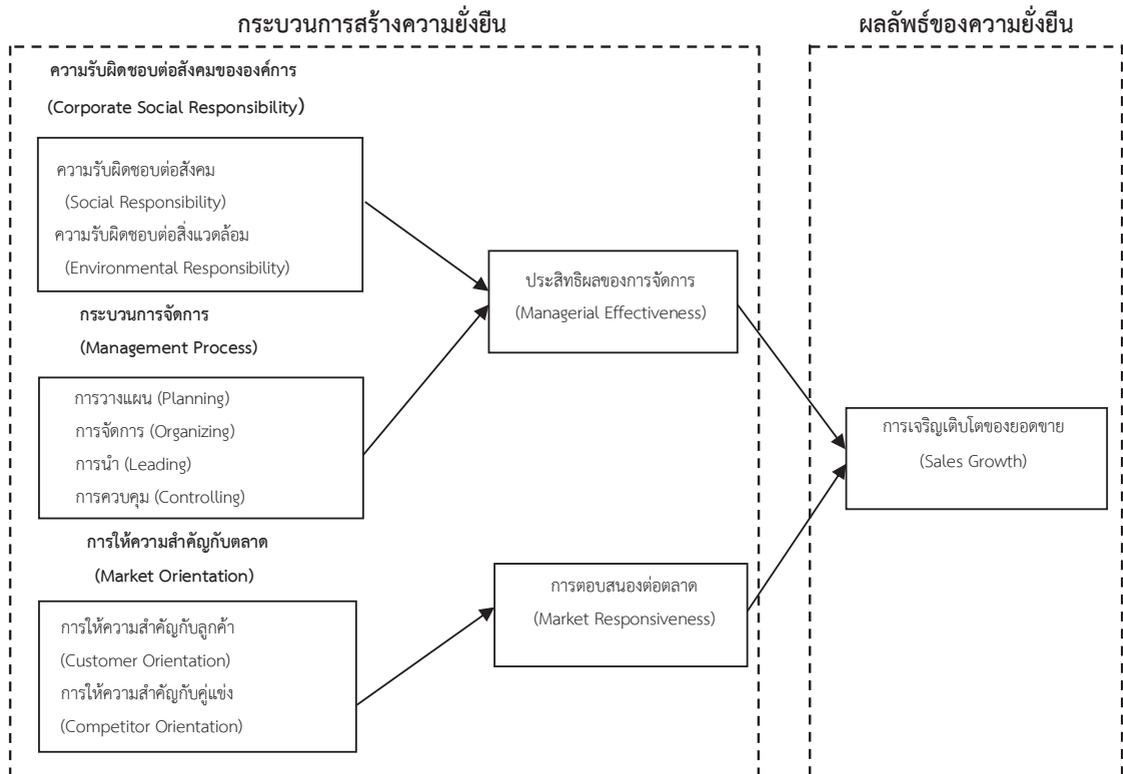
ประสิทธิผลของการจัดการ (managerial effectiveness) เป็นผลที่เกิดจากกระบวนการจัดการ (management) ที่ทำให้กระบวนการต่างๆ สำเร็จลงได้ด้วยดีอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยคนและทรัพยากรขององค์การ ประสิทธิผลของการจัดการจึงมีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของยอดขายที่สามารถสร้างความยั่งยืนในการดำเนินงาน

แนวคิดเกี่ยวกับการตอบสนองต่อตลาด (market responsiveness) การตอบสนองต่อตลาดนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมทุกอุตสาหกรรม กล่าวคือ ต้องตอบสนองต่อตลาดด้วย

กลยุทธ์ที่สร้างสรรค์ ทนต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงได้ด้วย นอกจากนี้ ในด้านการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดต้องพิจารณาทักษะเทคโนโลยี ทรัพยากร กระบวนการความรู้และอื่นๆ ซึ่งมีมูลค่าใน

ทางการตลาดในรูปแบบของการให้ประโยชน์แก่ลูกค้า มีความเป็นเอกลักษณ์ซึ่งก็คือไม่มีคู่แข่งรายใดที่มี ไม่สามารถเลียนแบบได้ง่าย และไม่สามารถเปลี่ยนได้ง่าย ด้วยเทคโนโลยีอื่นๆ (Barney, 1991)

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสังคมจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิผลของการจัดการ

สมมุติฐานที่ 2 ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิผลของการจัดการ

สมมุติฐานที่ 3 การวางแผนจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิผลของการจัดการ

สมมุติฐานที่ 4 การจัดองค์การจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิผลของการจัดการ

สมมุติฐานที่ 5 การนำจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิผลของการจัดการ

สมมุติฐานที่ 6 การควบคุมจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิผลของการจัดการ

สมมุติฐานที่ 7 การให้ความสำคัญกับลูกค้าจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตอบสนองต่อตลาด

สมมุติฐานที่ 8 การให้ความสำคัญกับคู่แข่งจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตอบสนองต่อตลาด

สมมุติฐานที่ 9 ประสิทธิผลของการจัดการจะมี

อิทธิพลในเชิงบวกต่อการเจริญเติบโตของยอดขยาย สมมุติฐานที่ 10 การตอบสนองต่อตลาดจะมี อิทธิพลในเชิงบวกต่อการเจริญเติบโตของยอดขยาย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม

ประชากรและตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ผลิตอาหารทะเลที่เป็นนิติบุคคล ซึ่งมีอยู่เป็น จำนวนมาก ผู้วิจัยใช้ขนาดของตัวอย่างตามเกณฑ์ของ Hair, Black, Babin and Anderson (2014) คือ 10-20 ตัวอย่างต่อหนึ่งตัวชี้วัด ผู้วิจัยเลือกใช้เกณฑ์ขั้นต่ำ คือ 10 ต่อหนึ่งตัวชี้วัด เพราะถ้าใช้มากกว่า 10 ตัวอย่างจะมีขนาดใหญ่มาก เนื่องจากผู้วิจัยมีข้อคำถามหรือตัวชี้วัด 40 ตัวชี้วัด ตัวอย่างจึงเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัย จะใช้การเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยติดต่อขอรายชื่อและ ที่อยู่จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม (Department of Industry Works, 2018) รายชื่อที่ได้มามีอยู่ 834 ราย ชื่อ ถือว่าเป็นกรอบตัวอย่าง (sampling frame) หลังจากนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling--SRS) สุ่มตัวอย่างมา 400 ตัวอย่าง แต่เมื่อ ได้ทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา ในเบื้องต้น พบว่า มีแบบสอบถามบางชุดที่ผู้ตอบไม่ได้ตั้งใจตอบ เช่น ตอบคะแนน 3 ตลอดเป็นส่วนใหญ่ หรือไม่ได้ตอบให้ครบถ้วนเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงได้ ตัดแบบสอบถามเหล่านี้ออก เหลือแบบสอบถามที่ใช้ได้ จำนวน 381 ชุดจากจำนวนทั้งหมด 400 ชุด ข้อมูลที่ ผู้ตอบไม่ตอบ จากการตรวจสอบแบบสอบถามที่ไป เก็บข้อมูลมา หากเป็นคำถามที่เป็น Interval Scales ถ้ามีผู้ไม่ตอบเป็นบางข้อ ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยของข้อคำถามแต่ละข้อใส่แทนข้อมูลที่ไม่ได้ตอบ (Hair et al., 2014) ทำให้ข้อมูลสมบูรณ์ และสามารถใช้ในการ วิเคราะห์ต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ

รวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่ง ข้อคำถามเป็นมาตรวัด 5 ระดับ จากนั้นทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ของข้อคำถาม (Item-Objective Congruence Index--IOC) พบว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีค่ามากกว่า 0.5 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try out) กับผู้ประกอบการจำนวน 30 ราย แล้วนำข้อมูลที่ได้ มาทำการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (reliability analysis) และวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) ผลการ วิเคราะห์ข้อมูลจากการทำ try out พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่า Cronach's Alpha เกิน 0.70 (Nunnally, 1978) และมีค่า Item-total Correlation สูงกว่า 0.30 (Field, 2005)

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล เบื้องต้นโดยตรวจสอบข้อสันนิษฐาน (assumptions) ของ LISREL จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) ซึ่งเป็นการตรวจสอบโมเดลการวัด โดยใช้โปรแกรม LISREL และดูค่า Factor Loadings ในโมเดลการวัดซึ่งใน SEM เรียกว่า Lambda λ ว่ามุ่งวัดตัวแปรตัวเดียวกันหรือไม่ รวมทั้งคำนวณค่าความเชื่อมั่น (reliability) 2 ค่า คือ ค่า ความเชื่อมั่นรวม (Composite Reliability--CR) กับค่า ความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average Variance Extrac--AVE) หลังจากนั้น ผู้วิจัยจะเปรียบเทียบ ความตรงแบบแตกต่าง (discriminant validity) โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบระหว่างค่าความแปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ (AVE) กับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation coefficient) ตามวิธีการของ Fornell and Larcker (1981) ในการตรวจสอบว่าตัวแปรต่างๆ ในกรอบแนวคิดนั้นมีความแตกต่างกันหรือไม่ ส่วน การทดสอบสมมุติฐานผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์โมเดล เชิงโครงสร้าง (structural model) โดยใช้โปรแกรม LISREL ในการทดสอบสมมุติฐาน

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามด้วยตัวเอง แบบสอบถามที่ใช้ได้มี 381 ชุด โดยผู้วิจัยได้ทำการจัดการปัญหาเรื่องข้อมูลที่ขาดหายไปโดยแทนค่าด้วยค่าเฉลี่ยของข้อคำถามนั้นๆ และได้ทำการตรวจสอบข้อสันนิษฐานในเบื้องต้นในเรื่องค่าที่ออกนอกกลุ่ม ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างข้อคำถามที่วัดตัวแปรตัวเดียวกัน และการกระจายแบบปกติ พบว่า ไม่มีค่าที่ออกนอกกลุ่มและมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงในทุกคู่ของข้อคำถาม ส่วนการกระจายแบบปกติ ผู้วิจัยได้ใช้คำสั่ง Normal Score Command ใน PRELIS ในการแปลงข้อมูลให้เข้าใกล้การกระจายแบบปกติ

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ลักษณะของผู้ตอบและลักษณะขององค์กรแล้ว ผลปรากฏว่า ข้อมูลที่ได้มาประกอบไปด้วย กิจการขนาดย่อม 319 แห่งกับ 83.7% กิจการขนาดกลาง 32 แห่งกับ 8.4% กิจการขนาดใหญ่ 30 แห่งกับ 7.9% สำหรับตำแหน่งของผู้ตอบ ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการซึ่งมี 302 คน เท่ากับ 79.3% และผู้บริหารระดับสูงที่ไม่ใช่เจ้าของกิจการมี 79 คน เท่ากับ 20.7% ผู้ตอบเป็นผู้ชาย 157 คน เท่ากับ 41.2% เป็นผู้หญิง 224 คน เท่ากับ 58.8% ส่วนระดับการศึกษานั้น สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมี 188 คน เท่ากับ 49.3% ปริญญาตรี 183 คน เท่ากับ 48.0% และปริญญาโท 10 คน เท่ากับ 2.6% กิจการมีพนักงานเฉลี่ยเท่ากับ 72.36 คน โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 84.04 ปี และประกอบกิจการมาแล้วเฉลี่ย 9.61 ปีโดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.10 ปี อายุเฉลี่ยของผู้ตอบเท่ากับ 43.2 ปี โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.24 ปี

การวิเคราะห์ข้อมูลในเบื้องต้นจะเป็นการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity)

ซึ่งเป็นโมเดลการวัด (measurement model) และ ความตรงแบบแตกต่าง (discriminant validity)

ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันในการวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์ ในการวิเคราะห์ครั้งแรก ผู้วิจัยได้ตัดตัวชี้วัดสิบสองตัวออก เพราะไม่ผ่านเกณฑ์ แล้ววิเคราะห์ใหม่ ผลการวิเคราะห์ใหม่อยู่ในระดับน่าพึงพอใจ ค่า Lambda λ ของทุกตัวชี้วัดเกิน 0.6 ค่า Theta-Delta (δ) ต่ำกว่า 0.4 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้คำนวณค่าความเชื่อมั่นรวม (Composite Reliability--CR) ซึ่งเป็นค่าความเชื่อมั่นในระดับตัวแปรคล้ายกับ Cronbach's Alpha และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted) ซึ่งเป็นค่าความแปรปรวนของตัวชี้วัดที่ตัวแปรของตัวชี้วัดเหล่านั้นได้รับ ค่า CR ที่รับได้ คือ 0.6 ส่วน ค่า AVE ที่รับได้ คือ 0.5 (Bagozzi & Yi, 1988) ซึ่งค่า CR ทุกค่า และค่า AVE ทุกค่าล้วนผ่านเกณฑ์

การวิเคราะห์ความตรงแบบแตกต่าง คือ การเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation coefficient) ของตัวแปรสองตัวยกกำลังสอง กับ ค่า AVE ของตัวแปรทั้งสองตัวนั้น (มีสองค่า) แต่ละตัวแปร มีค่า AVE ของตัวเอง ผลการเปรียบเทียบชี้ให้เห็นว่า ค่า AVE ของตัวแปรแฝงมีค่ามากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ยกกำลังสอง แสดงว่ามีความตรงแบบแตกต่าง ตัวแปรทุกตัวแตกต่างกัน ไม่ซ้ำซ้อนกัน

ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรม LISREL ในการประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง (structural model) เพื่อทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้คำสั่งแบบ SIMPLIS โดยมีตัวแปรแฝงภายนอก (exogenous latent variables) 8 ตัว ξ ตัวแปรแฝงภายใน (endogenous latent variables) 3 ตัว η และให้ตัวแปรแฝงภายนอกทั้ง 8 ตัว มีความสัมพันธ์กัน (ϕ) อย่างอิสระ (ดูตาราง 1)

ตาราง 1

ผลการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐาน	สัญลักษณ์ LISREL	ค่าสัมประสิทธิ์	t-value
สมมุติฐานที่ 1	λ_{11}	0.258	2.050**
สมมุติฐานที่ 2	λ_{12}	0.004	0.063
สมมุติฐานที่ 3	λ_{13}	0.084	2.956***
สมมุติฐานที่ 4	λ_{14}	0.032	1.056
สมมุติฐานที่ 5	λ_{15}	0.463	6.401****
สมมุติฐานที่ 6	λ_{16}	0.130	3.721****
สมมุติฐานที่ 7	λ_{27}	0.488	10.073****
สมมุติฐานที่ 8	λ_{28}	0.162	4.550****
สมมุติฐานที่ 9	λ_{31}	0.164	1.960**
สมมุติฐานที่ 10	β_{32}	0.523	5.568****

****ระดับนัยสำคัญที่ 0.001

***ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

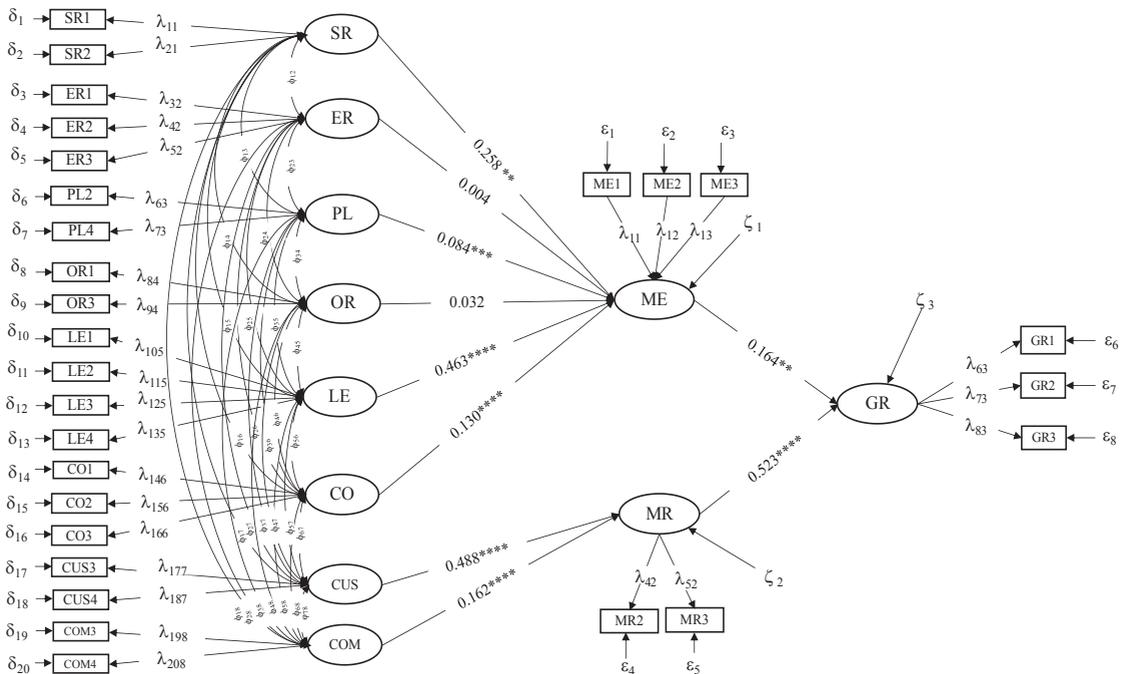
**ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

*ระดับนัยสำคัญที่ 0.10

ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนกันของโมเดลเชิงโครงสร้างนั้น ค่า SRMR = 0.08 (เกณฑ์ คือ 0.08) และ CFI = 0.91 ซึ่งถือว่าเพียงพอแล้ว (Hu & Bentler, 1998) ที่จะบอกว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกัน

ค่าอื่น ๆ ก็บอกว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกันกับตัวแบบเชิงทฤษฎี เช่น RMR = 0.03, IFI = 0.91, และ NFI = 0.90

ภาพ 2 ได้แสดงให้เห็นถึงโมเดลเชิงโครงสร้างในการทดสอบสมมุติฐาน



ภาพ 2 โมเดลเชิงโครงสร้างในการทดสอบสมมุติฐาน

การอภิปรายผล

สำหรับการอภิปรายผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอการอภิปรายผล ดังนี้

สมมุติฐานที่ได้รับการสนับสนุน

สมมุติฐานที่ 1 ได้รับการสนับสนุนในระดับนัยสำคัญที่ 0.05 หมายความว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility) มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของการจัดการ (managerial effectiveness) กล่าวคือ ถ้าองค์กรในอุตสาหกรรมนี้มีการช่วยเหลือชุมชน บริจาคเงินเพื่อสาธารณประโยชน์ ช่วยเหลือสังคมโดยให้พนักงานมีส่วนร่วมด้วย ประสิทธิภาพของการจัดการก็จะเกิด นอกจากนี้ ยังรวมถึงการช่วยเหลือสังคมที่รวมถึงความเป็นอยู่ของพนักงานในองค์กรด้วย นอกจากนี้ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานแล้ว ยังมีการดูแลใส่ใจพนักงานในองค์กรเพิ่มเติม

ด้วย เพราะถือว่าพนักงานเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การดูแลพนักงานถือว่าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบสุขภาพ การให้อาหารกลางวัน การขายอาหารกลางวันในราคาถูก ดังนั้น ผลการวิเคราะห์จึงแสดงให้เห็นว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลให้พนักงานมีความตั้งใจและเต็มใจในการทำงาน ทำให้ประสิทธิภาพในการบริหารงานดีขึ้น (Lee, Park & Lee, 2013; Stubbs & Cocklin, 2008)

สมมุติฐานที่ 3 ได้รับการสนับสนุนในระดับนัยสำคัญที่ 0.01 หมายความว่า การวางแผนในการทำงาน จะเป็นการวางแผนเรื่องการทำงานที่ชัดเจน มีการกำหนดเป้าหมาย วางแผนในเรื่องกลยุทธ์ และการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นแผนในระดับใดก็ตาม ระดับหน่วยงาน ระดับแผนก ระดับฝ่าย หรือ ระดับผู้บริหาร รวมถึงการวางแผนทางด้าน

งบประมาณด้วย การวางแผนที่ดีย่อมก่อให้เกิดความชัดเจนในการทำงานขององค์กรและพนักงานทุกคนในองค์กรทั้งหัวหน้างานและพนักงานทั่วไป ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการจึงเกิดขึ้น ถ้าไม่มีการวางแผนที่ดีแล้วบริหารงานไปเรื่อยๆ การบริหารงานก็จะไม่ราบรื่น ประสิทธิภาพก็จะไม่ดี ดังนั้น สมมุติฐานที่ 3 จึงได้รับการสนับสนุน (Griffin, 2016; The Management Process: Management Functions, 2018)

ผลการวิเคราะห์ยังชี้ให้เห็นว่าสมมุติฐานที่ 5 และสมมุติฐานที่ 6 ได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.001 แปลว่า การนำมื่อทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของการจัดการ การนำเป็นเรืองของการเป็นผู้นำที่ดี ที่รวมถึงการเป็นผู้นำของหัวหน้างานผู้จัดการ และผู้บริหารระดับสูง ที่ใส่ใจต่อการทำงาน ใส่ใจต่อพนักงาน ใส่ใจต่อความสำเร็จขององค์กร ใส่ใจต่อความก้าวหน้าขององค์กร และการใส่ใจต่อการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กรหรือโรงงานอย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงการจูงใจและโน้มน้าวพนักงานให้ทำงานอย่างเต็มความสามารถ และทำอย่างมีคุณภาพ การกระตุ้นให้พนักงานตั้งใจทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย มีการสื่อสารกับพนักงานอยู่ตลอดเวลาเพื่อจะรับรู้ถึงปัญหาและแก้ไขได้ การเป็นผู้นำที่ดีย่อมส่งผลให้ประสิทธิภาพของการบริหารจัดการดีขึ้น สินค้าที่ผลิตมีคุณภาพ ทรัพยากรที่ใช้ก็ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การนำที่ดีจึงส่งผลให้ประสิทธิภาพของการจัดการดีขึ้น สมมุติฐานข้อนี้จึงได้รับการสนับสนุน (Kinicki & Williams, 2013; The Management Process: Management Functions, 2018)

สำหรับสมมุติฐานที่ 6 นั้น ได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญในระดับที่ 0.001 กล่าวคือ การควบคุมมื่อทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของการจัดการ เรื่องนี้เป็นเรืองสำคัญมาก เพราะการควบคุมการปฏิบัติงานนั้นสำคัญมากสำหรับองค์กร องค์กรที่มีระบบการ

ควบคุมการปฏิบัติงาน เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมถึงการใช้ระบบการติดตามการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนงานหรือไม่ นอกจากนี้ บางองค์กรยังมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดในโรงงานและตัวสำนักงานเพื่อควบคุมการทำงานด้วยว่า พนักงานได้ปฏิบัติตามแผนงานหรือกฎระเบียบขององค์กรหรือไม่ การควบคุมที่ดีย่อมส่งผลให้การบริหารงานง่ายขึ้น ดังนั้น สมมุติฐานข้อนี้จึงได้รับการสนับสนุน (Griffin, 2016; The Management Process: Management Functions, 2018)

เมื่อเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานแล้วปรากฏว่า การนำมีความสำคัญที่สุด ตามด้วยการควบคุม และการวางแผน ผลการเปรียบเทียบบอกว่าการเป็นผู้นำที่ดีจะต้องมาก่อน มิฉะนั้น กระบวนการบริหารอย่างอื่นจะไม่มีสิทธิผล เมื่อมีผู้นำที่ดี ก็ต้องวางระบบการควบคุมการปฏิบัติงานให้ดี ให้เป็นไปตามแผนงานและเป้าหมาย ฉะนั้นแผนงานจึงต้องมีเพื่อให้การทำงานเป็นไปได้อย่างราบรื่น

สมมุติฐานที่ 7 ได้รับการสนับสนุนในระดับนัยสำคัญที่ 0.01หมายความว่า การให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า เมื่อความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป องค์กรต้องปรับเปลี่ยนสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า องค์กรที่ดีจะมีการสำรวจความต้องการของลูกค้า พูดคุยกับลูกค้า เป็นหุ้นส่วนกับลูกค้า เนื่องจากอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลเป็นการประกอบธุรกิจแบบ Business-to-Business ลูกค้าในที่นี้เป็นผู้จัดจำหน่าย (suppliers) ที่รับสินค้าไปขายให้กับผู้บริโภค หรือ ขายส่งอีกที ฉะนั้น องค์กรที่ดีต้องสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดจำหน่าย เพราะผู้จัดจำหน่ายจะเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม การสำรวจความต้องการของผู้บริโภคก็ต้องทำควบคู่กันไปด้วย ดังนั้น สมมุติฐานข้อนี้จึงชี้ให้เห็นว่า การให้ความสำคัญกับลูกค้าส่งผลให้การตอบสนองต่อตลาดเป็นไปด้วยดี ถ้าให้ความสำคัญกับ

ลูกค้าน้อย การตอบสนองต่อตลาดก็จะไม่ทันผู้อื่น (Im et al., 2008)

สมมุติฐานที่ 8 ได้รับการสนับสนุนในระดับนัยสำคัญที่ 0.01 หมายความว่า ผู้บริหารและองค์กรมีการติดตามคู่แข่งท่าอะไรบ้าง โดยเฉพาะในเรื่องของกลยุทธ์ของคู่แข่ง การดูว่าคู่แข่งท่าอะไรบ้างจะทำให้เราสามารถออกแบบกลยุทธ์ที่สู้กับคู่แข่งได้ และการติดตามคู่แข่งท่าอะไรจำเป็นที่จะต้องทำเป็นระบบ องค์กรขนาดกลางและขนาดใหญ่ส่วนใหญ่จะมีระบบการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคู่แข่ง ซึ่งถือว่าการทำแบบเป็นทางการ คือ มีพนักงานรับผิดชอบทางด้านนี้ คอยเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารของคู่แข่งหรือออกไปสำรวจตลาดดูสินค้าของคู่แข่ง ส่วนองค์กรขนาดเล็กและขนาดกลางส่วนหนึ่งอาจมีการติดตามข้อมูลข่าวสารของคู่แข่งเช่นกันแต่ทำแบบไม่เป็นทางการ คือ ให้พนักงานขายหรือพนักงานทางการตลาด เป็นผู้ติดตามดู การให้ความสำคัญกับคู่แข่งย่อมส่งผลให้การตอบสนองต่อตลาดขององค์กรดีขึ้น (Im et al., 2008)

เมื่อเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ของทั้งสองตัวแปรแล้ว ปรากฏว่า การให้ความสำคัญกับลูกค้าสูงกว่าการให้ความสำคัญกับคู่แข่ง เพราะเหตุว่า การรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กรง่ายกว่าการแสวงหาลูกค้าใหม่

สมมุติฐานที่ 9 ได้รับการสนับสนุนในระดับนัยสำคัญที่ 0.05 หมายความว่า การบริหารงานที่มีประสิทธิผลที่ดียอมทำให้พนักงานในองค์กรมีความตั้งใจและเต็มใจในการทำงาน ผลผลิตที่ได้ย่อมคุ้มค่ากับทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต สินค้าที่ผลิตย่อมมีคุณภาพดี ซึ่งเมื่อการบริหารจัดการภายในดี ย่อมส่งผลให้องค์กรสามารถรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถได้ลูกค้าใหม่ ด้วยการเจริญเติบโตก็ย่อมเกิดขึ้น การเจริญเติบโตในที่นี้ หมายถึง การเจริญเติบโตของยอดขายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเป็นเวลาติดต่อกันหลายๆ ปี จึงจะนำมาซึ่งความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งเป็นผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ

นั่นคือ การเจริญเติบโตขององค์กรในด้านยอดขาย สมมุติฐานข้อนี้จึงได้รับการสนับสนุน (Wang, 2011)

สมมุติฐานที่ 10 ได้รับการสนับสนุนในระดับนัยสำคัญที่ 0.001 หมายความว่า การตอบสนองต่อตลาดที่ดีทำให้การเจริญเติบโตของยอดขายดีตามไปด้วย การตอบสนองต่อตลาด หมายความว่า การที่องค์กรสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว เมื่อสิ่งแวดล้อมทางการตลาดเปลี่ยนไป องค์กรจำเป็นต้องปรับตัว คือ มีสินค้าที่หลากหลายที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ การตอบสนองต่อตลาดจึงมีความสำคัญมาก ต้องทำอย่างรวดเร็ว และปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ดูใหม่และมีคุณภาพด้วย องค์กรจึงจะได้รับการยอมรับ และสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ และมีโอกาสเพิ่มลูกค้าใหม่ด้วย ส่งผลให้องค์กรเจริญเติบโตตามไปด้วย คือ ยอดขายจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ สมมุติฐานข้อนี้จึงได้รับการสนับสนุน (Sardana, Terziovski & Gupta, 2016)

เมื่อเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรทั้งสองตัวแปรแล้ว ผลปรากฏว่า การตอบสนองต่อตลาดสำคัญกว่าประสิทธิผลของการจัดการมากทีเดียว ผลนี้ชี้ให้เห็นว่า ตลาดสำคัญ ถ้าองค์กรไม่ดูแลตลาดให้ดี ไม่ติดตามความเคลื่อนไหวของตลาด ไม่ติดตามการเปลี่ยนแปลงของตลาด องค์กรก็จะปรับตัวไม่ทัน

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรในอุตสาหกรรมอาหารทะเลจะยั่งยืนอยู่ได้นานๆ ต้องให้ความสำคัญกับทั้งการตลาดภายนอก คือ ต้องตอบสนองต่อตลาดให้ดี รวดเร็ว และทัน่วงที่ องค์กรควรจะมีมาตรการที่บ่งบอกถึงการตอบสนองต่อตลาดที่ดี คือ นอกจากมี Key Performance Index เกี่ยวกับการเจริญเติบโตของยอดขายแล้ว องค์กรควรมีการสร้างมาตรการที่เป็น

รูปธรรมมาใช้กับทุกตัวแปรที่ส่งผล ประสิทธิภาพของการจัดการ เป็นเรื่องของการบริหารงานภายในที่ดีให้พนักงานเห็นความสำคัญของการเจริญเติบโตขององค์กร กล่าวคือ ถ้าองค์กรอยู่ได้ พนักงานก็อยู่ได้ และจะได้รับผลตอบแทนที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเรื่องเงินเดือน โบนัส หรือสวัสดิการต่างๆ มาตรการที่สามารถใช้ได้ เช่น องค์กรอาจวัดว่า สินค้าที่ผลิตออกไปถึงมือลูกค้ามีปัญหาตีกลับกี่เปอร์เซ็นต์ เรื่องนี้เป็นเรื่องของคุณภาพ การใช้ทรัพยากรการผลิตเท่าเดิมได้ผลผลิตเพิ่มขึ้นหรือไม่ เป็นต้น

2. องค์กรควรให้ความสำคัญกับลูกค้าและคู่แข่งมากขึ้น ถ้าเป็นเรื่องลูกค้าก็อาจวัดถึงความพึงพอใจของลูกค้า ความต้องการของลูกค้าที่ต้องการให้องค์กรปรับปรุง รวมถึงการสร้างระบบในองค์กรที่สามารถติดตามและสื่อสารกับลูกค้าได้ การเดินทางไปเยี่ยมลูกค้าเพื่อสร้างความเชื่อถือ เป็นต้น ส่วนการเน้นคู่แข่งนั้น องค์กรอาจจะต้องมีระบบการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคู่แข่ง โดยมอบหมายงานให้กับพนักงานทางด้านการตลาดหรือการขายเป็นผู้เก็บข้อมูลและรายงานผลเป็นระยะๆ

3. องค์กรควรเน้นเรื่องกระบวนการบริหารจัดการ องค์กรที่ดีจะต้องติดตามและประเมินกระบวนการบริหารจัดการว่าทำได้แค่ไหน มาตรการ

ที่เป็นรูปธรรมที่อาจช่วยได้ เช่น เรื่องแต่ละเรื่องได้ทำหรือยังในแต่ละวันหรือแต่ละสัปดาห์ มีการดุก้องวงจรปิด (ส่วนใหญ่จะมีการใช้กัน) ทุกวันหรือไม่ แล้วพบปัญหาอะไร ให้รายงานทุกวัน หัวหน้างานมีการตรวจงานที่ทำทุกวันหรือไม่ แผนก QC (Quality Control) มีการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอทุกวันหรือไม่ เป็นต้น ส่วนเรื่องการนำ และการวางแผน มาตรการที่สามารถนำมาใช้ได้ เช่น ผู้นำได้จูงใจพนักงานให้ปฏิบัติงานอย่างเต็มที่หรือไม่และทำอย่างต่อเนื่องหรือไม่ สิ่งจูงใจก็ควรจะมี เช่น เบี้ยขยัน การทำงานไม่ผิดพลาด การไม่ลา ไม่ขาดงาน ระดับโบนัสผูกกับผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น ส่วนเรื่องการวางแผน ก็อาจวัดว่า แผนต่างๆ ที่วางไว้ได้ทำหรือเปล่าและทำภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้หรือเปล่า

4. สิ่งที่สำคัญที่ขาดไม่ได้ คือ องค์กรจะยั่งยืนได้จำเป็นต้องเน้นไปที่ CSR โดยเฉพาะความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นช่วยเหลือชุมชน บริจาคเงินเพื่อสาธารณประโยชน์ โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมด้วย นอกจากนี้ ยังรวมถึงการช่วยเหลือสังคมที่รวมถึงความเป็นอยู่ของพนักงานในองค์กรด้วย เช่น การตรวจสุขภาพ การให้ข้าวฟรี การขายอาหารกลางวันในราคาถูก เป็นต้น

References

- Bagozzi, R., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Sciences*, 16(1), 74-94.
- Bennett, R. D., & Langford, V. (1983). Managerial effectiveness. In A. P. O. Williams (Ed.), *Using personnel research* (pp. 61-84). Gower Press.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Brundtland, H. (1987). *Our common future*. Oxford, England: Oxford University Press.
- Department of Fisheries. (2017). *Frozen Shrimp product on department of fisheries*. Retrieved from http://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20170120161723_file.pdf [In Thai]
- Department of Industry Works. (2018). *Industry statistics*. Retrieved from <http://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=spss60> [In Thai]
- Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS* (2nd ed.). Sage.
- Gillespie, N. A., & Mann, L. (2004). Transformational leadership and shared values: The building blocks of trust. *Journal of Managerial Psychology*, 19(6), 588-607.
- Griffin, R. (2016). *Fundamentals of management* (8th ed.). Cengage Learning.
- Gupta, S., Dangayach, G. S., Singh, A. K., & Rao, P. N. (2015). Analytic Hierarchy Process (AHP) model for evaluating sustainable manufacturing practices in Indian electrical panel industries. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 189, 208-216.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hooper, V. A. (2006). *The impact of the alignment between information systems and marketing on business performance*. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/41335743.pdf>
- Hu, L., & Bentler, P. (1998). Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to under parameterized model misspecification. *Psychological Methods*, 3(4), 424-453.
- Im, S., Hussain, M., & Sengupta, S. (2008). Testing interaction effects of the dimensions of market orientation on marketing program creativity. *Journal of Business Research*, 61(8), 859-867.
- Kasikorn Thai Research Center. (2017). *Look for a away to survive the export of Thai processed seafood*. Retrieved from <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Seafood2017.pdf> [In Thai]
- Kinicki, A., & Williams, B. K. (2013). *Management: A practical introduction* (6th ed.). McGraw-Hill.
- Lee, E. M., Park, S. Y., & Lee, H. J. (2013). Employee perception of CSR activities: Its antecedents and consequences. *Journal of Business Research*, 66, 1716-1724.

- McDonald, P. (2010). Teaching the concept of management: Perspectives from six honest serving men. *Journal of Management & Organization*, 16(5), 626-640.
- Miles, R. E., & Creed, W. E. D. (1995). Organizational forms and managerial philosophies: A descriptive and analytical review. In B. M. Staw & L. L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior vol. 17* (pp. 333-372). JAL.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Orji, I. J., & Wei, S. (2015). Dynamic modeling of sustainable operation in green manufacturing environment. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(8), 1201-1217.
- Reddin, W. J. (1974). Managerial effectiveness in the 1980s. *Management by Objectives*, 3(3), 6-12.
- Sardana, D., Terziovski, M., & Gupta, N. (2016). The impact of strategic alignment and responsiveness to market on manufacturing firm's performance. *International Journal of Production Economics*, 177(issue C), 131-138.
- Savitz, A. (2014). *The triple bottom line: How today's best-run companies are achieving economic, social and environmental success-and how you can too* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Stubbs, W., & Cocklin, C. (2008). Conceptualizing a "sustainability business model." *Organization & Environment*, 21(2), 103-127.
- The Management Process: Management Functions. (2018). *The management process: Management functions*. Retrieved from <http://www.introduction-to-management.24xls.com/en110>
- Trabucchi, C., & Lee, C. (2007). *Overview of sustainability indicators*. Industrial Economics.
- Wang, J. (2011). Understanding managerial effectiveness: A Chinese perspective. *Journal of European Industrial Training*, 35(1), 6-23.
- Winroth, M., Almström, P., & Andersson, C. (2016). Sustainable production indicators at factory level. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 27(6), 842-873.

ผลกระทบของการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนและบุพบังจัย ต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมในเมืองพัทยา

ทิพชญา พิงชาญชัยกุล¹ ประยงค์ มีใจชื่อ²
วิรัช สงวนวงค์วาน³ นรพล จินันท์เดช⁴

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนและบุพบังจัยต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมในเมืองพัทยา ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยปริมาณเก็บข้อมูลภาคสนาม ด้วยการเก็บข้อมูลด้วยการไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือในการศึกษาเป็นแบบสัมภาษณ์ แบบไม่มีโครงสร้าง และใช้วิธีตรวจสอบวิเคราะห์ข้อมูลแบบ สามเส้า นอกจากนี้ ยังใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม เครื่องมือในการศึกษาเป็นแบบสัมภาษณ์กลุ่มแบบไม่มีโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า แบบจำลองจากการประมวลผลสมการโครงสร้าง คุณภาพในการให้บริการของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกต่อภาพลักษณ์องค์การของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาย่างมีนัยทางสถิติ คุณภาพในการบริหารการของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกต่อความภักดีของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาย่างมีนัยทางสถิติ ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกต่อการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาย่างมีนัยทางสถิติ ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกกับความภักดีของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาย่างมีนัยทางสถิติ และการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้ามีผลกระทบในทางบวกต่อความภักดีของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาย่างมีนัยทางสถิติ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ; การรับรู้การจัดการข้อร้องเรียน; ความภักดี

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ทิพชญา พิงชาญชัยกุล, ประยงค์ มีใจชื่อ, วิรัช สงวนวงค์วาน และนรพล จินันท์เดช. (2564). ผลกระทบของการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนและบุพบังจัยต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมในเมืองพัทยา. *วารสารดุสิตบัณฑิตยศาสตร์*, 11(3), 804-817.

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิตยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย

อีเมล: tipchaya.pk@gmail.com

^{2,3,4} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

The Effects of Perceived Complaint Handling and Its Antecedents on Hotels Customer Loyalty in Pattaya City

Tipchaya Phungchanchaikul¹ Prayong Meechaisue²

Wirat Sanguanwongwan³ Norapol Jinandej⁴

Abstract

In this research article, the researcher examines the impact of perceived complaint handling and its antecedents on the loyalty of hotel customers in Pattaya City. The mixed-methods research approach of quantitative and qualitative research was employed. In the quantitative research, field data were collected using the method of nonprobability sampling by selecting the members of the sample population using purposive sampling. The statistics used in the quantitative data analysis were mean and standard deviation. The structural equation modeling (SEM) was also analyzed using a computer program. In the qualitative research, the technique of in-depth interviews was employed. The members of the sample population were selected using the method of purposive sampling. The research instrument was an unstructured interview form. The method of triangulation was used in data analysis as well as the technique of focus group interviews. The research instrument was an unstructured interview form.

Findings from the SEM analysis are as follows. The service quality of hotel businesses in Pattaya City positively affected the corporate image of the businesses at a statistically significant level. The service quality of the hotel businesses under study positively affected the loyalty of the customers using the services at a statistically significant level. The satisfaction of customers using the services of the hotel businesses positively affected the perceived complaint handling at a statistically significant level. The satisfaction of the customers using the services of the hotel businesses under study positively affected the loyalty of the customers at a statistically significant level. The perceived complaint handling of the customers positively affected the loyalty of the customers using the services of the hotel businesses under study at a statistically significant level.

Keywords: Service Quality; Perceived Complaint; Handling Loyalty

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Phungchanchaikul, T., Meechaisue, P., Sanguanwongwan, W., & Jinandej, N. (2021). The effects of perceived complaint handling and its antecedents on hotels customer loyalty in Pattaya city. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 804-817.

¹ Doctor of Business Administration Program, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Huamark, Bangkok 10240, Thailand
E-mail: tipchaya.pk@gmail.com

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

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เศรษฐกิจในประเทศไทยกำลังก้าวต่อจากภาคอุตสาหกรรมไปยังภาคบริการซึ่งมีความหลากหลาย ในเศรษฐกิจภาคบริการนั้นภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคที่มุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เป็นธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ และนำมาซึ่งกิจกรรมภาคค้าปลีก โรงแรมที่พักร้านอาหาร กิจกรรมสันทนาการอื่นๆ ดังจะเห็นได้ว่าภาคการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญซึ่งประกอบไปด้วย ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศ ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจการกีฬา ธุรกิจดำเนิน นันทนาการ งานแสดง งานออกร้าน โฆษณา เผยแพร่ และธุรกิจอื่นๆ ที่มีการนำให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Tourism Council of Thailand, 2011) ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 ยังมีการกำหนดถึงภาคส่วนบริการที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และ ให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวระดับโลก การดึงดูดนักท่องเที่ยวในทุกระดับและการให้ความสำคัญในการเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงและมุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงมากขึ้น การนำการท่องเที่ยวมาสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนและเศรษฐกิจการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่และสรรสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพื่อให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวและเทคนิคการท่องเที่ยวซ้ำและให้การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวต่อไป (National Strategy Announcement 2018-2037, 2018)

ในส่วนของการผลิตจากรายงาน GDP ไตรมาสที่สี่ทั้งปี 2560 และแนวโน้มปี 2561 โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในภาคสาขาโรงแรม และภัตตาคารมีการขยายตัวสูงและเร่งมือขึ้นตามการขยายตัวของจำนวนและรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนร้อยละ 15.3 เร่งขึ้นจากร้อยละ 6.9 ในไตรมาส 3/60 (Office of the National Economic and Social

Development Council, 2019) สถิติการเข้าพักแรมโรงแรมในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวจำนวนรวมชาวไทยและชาวต่างชาติทั้งหมดในปี 2560 มีทั้งหมด 10,010,797 คน สถิติการเข้าพักแรมที่พักประเภทโรงแรมในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดในปี 2560 มีทั้งหมด 3,302,396 คน สถิติการเข้าพักแรมที่พักประเภทโรงแรมในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดในปี 2560 มีทั้งหมด 6,708,401 คน (Ministry of Tourism & Sports, 2019) จากแผนพัฒนาภูมิคุ้มกันและแผนพัฒนาจังหวัดประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ว่าด้วยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลนานาชาติ เชิงนิเวศ เชิงเกษตร เชิงคุณภาพ และการท่องเที่ยวโดยชุมชน กล่าวว่า การท่องเที่ยวหลักของกลุ่มจังหวัดดำรงเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับสากลต่อไป นักท่องเที่ยวรายเดิมและนักท่องเที่ยวรายใหม่เพิ่มขึ้นจากสินค้าและบริการที่หลากหลายและได้มาตรฐานการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัยรวมทั้งประทับใจในอัธยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกของกลุ่มตามเป้าหมายเป็นไปอย่างทั่วถึงในทุกช่องทางโดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและระบบการสื่อสารสมัยใหม่สร้างรายได้ให้แก่การท่องเที่ยวแต่ละจังหวัด (Pattaya City, 2016) แสดงถึงความสำคัญของงานบริการที่สามารถสร้างนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้ ในอนาคตดังนั้นการให้บริการจึงถือได้ว่าเป็นเรื่องที่ต้องมีการศึกษาเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงในยุคปัจจุบันดังที่ในยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 ได้กล่าวไว้ว่า เทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วส่งผลให้ในภาคการบริการต้องปรับตัวสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคด้วยรูปแบบการค้ำที่เปลี่ยนไป (National Strategy Announcement 2018-2037, 2018) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาพักแรมและใช้จ่ายใช้สอยในธุรกิจโรงแรมเมืองพัทยา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรการของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาและความพึงพอใจของลูกค้า
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของภาพลักษณ์องค์กรการของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีของลูกค้า
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา
4. เพื่อศึกษาผลกระทบของการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในเขตเมืองพัทยาสามารถนำข้อมูลและผลจากงานวิจัยไปใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพงานบริการพัฒนาภาพลักษณ์ในธุรกิจโรงแรมและการบริหารจัดการข้อร้องเรียนเพื่อให้เกิดการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าได้อย่างมีความเหมาะสมเพื่อเป็นการรักษาลูกค้าไว้ ทำให้เกิดความพึงพอใจ และนำมาซึ่งความภักดีของลูกค้า ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการแข่งขัน
2. ผู้บริหารเมืองพัทยา สามารถนำข้อมูลที่ได้ดำเนินการส่งเสริมในส่วนที่สนับสนุนภาคธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาให้มีศักยภาพในการรองรับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมในส่วนของคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์ และการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ซึ่งจะนำไปสู่การรับรู้การจัดการข้อร้องเรียน ความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความภักดี ทำให้เกิดรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นที่ท้องถิ่นและสามารถนำรายได้พัฒนาท้องถิ่นเพื่อให้เมืองพัทยาเป็นเมืองที่รองรับลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวสำนักงานพัทยา สมาคมโรงแรมไทยภาคตะวันออก ได้นำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นองค์ประกอบพิจารณาจัดแผนงาน เพื่อพัฒนาแผนและนโยบายเพื่อส่งเสริมการรองรับลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมและจับจ่ายใช้สอยในธุรกิจโรงแรมเขตเมืองพัทยาและธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพในเรื่องของคุณภาพงานบริการ ภาพลักษณ์ รวมถึงทราบความพึงพอใจที่แท้จริงของลูกค้า
4. นักวิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถจะนำผลการศึกษาไปใช้เพื่อเป็นองค์ประกอบและแนวทางที่จะสามารถนำไปพัฒนาและต่อยอดในเรื่องธุรกิจโรงแรม ในเรื่องของการจัดการ การตลาดและตลอดจนประโยชน์ต่อภาคอื่น ๆ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยผลกระทบของการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนและบุพปัจจัยต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมในเมืองพัทยาใช้ แนวคิดทฤษฎีตามปัจจัยในการศึกษาดังนี้

ปัจจัยคุณภาพการบริการ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) ได้นำเสนอคุณภาพการบริการว่าเป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวังในการบริการเพื่อที่จะรับการรับรู้ในการบริการที่แท้จริงบนพื้นฐานของกรอบแนวคิด เนื่องจากคุณภาพของการบริการนั้นมีลักษณะที่ให้คำจำกัดความได้ยากและยังไม่ได้มีการทำการวิจัยอย่างกว้างขวาง Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) ได้มีการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมที่พักโรงแรมและธุรกิจโรงแรมขึ้นโดย Getty, J. M., and Getty, R. (2003) ซึ่งได้มีการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมที่พักและธุรกิจโรงแรมสามารถแจกแจงได้ 5 มิติ ดังนี้คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (tangible) ความน่าเชื่อถือ

ไว้วางใจได้ (reliability) การตอบสนองต่อการบริการ (responsiveness) ความมั่นใจในการบริการ (confidence) และการติดต่อสื่อสาร (communication) และได้ทำการทดสอบความตรงเชิงทำนายพบว่าเครื่องมือวัด (Lodging Quality Index--LQI) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สามารถให้ผลข้อมูลที่แม่นยำจากลูกค้าที่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมที่พักโรงแรม (Getty & Getty, 2003)

ปัจจัยภาพลักษณ์องค์การ ภาพลักษณ์ของธุรกิจนั้นส่วนมากแล้วเกี่ยวข้องกับภาพรวมของความเชื่อ ความรู้สึก ความคาดหวังและความประทับใจของบุคคลต่อสถานที่หรือสิ่งอื่น ภาพลักษณ์องค์การของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาจึงสามารถวัดได้จากองค์ประกอบ (Barich & Kotler, 1991; Minkiewicz, Evans, Bridson, & Mavondo, 2011; Wu, 2014) (1) ผลของความเชื่อ (beliefs) (Minkiewicz et al., 2011; Barich and Kotler, 1991) (2) ทิศนคติ (attitude) (Barich & Kotler, 1991; Kandampully & Hu, 2007; Barich & Kotler, 1991; Aaker, 1991; Esmailpour & Barjoei, 2016) และ (3) ความประทับใจ (impression) (Wu, 2014; Barich & Kotler, 1991) ของลูกค้าและภาพที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของลูกค้าตามความรู้สึกที่มีต่อธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาที่รองรับนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศนั่นเอง

ปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้า ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึงผลลัพธ์ที่ก่อตัวขึ้นด้วยการตัดสินใจประเมินและการพิจารณาบนพื้นฐานจากการปฏิสัมพันธ์และการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้า โดยการเปรียบเทียบงานบริการที่ได้รับกับความคาดหวังของลูกค้ามีนั่นเอง (Wirtz & Lovelock, 2016) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการและการเข้าพักรักษาจากธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยานั้นคือข้อสรุปทางจิตวิทยาที่แสดงสถานะทางอารมณ์ความรู้สึกของลูกค้า (Oliver, 1981) จากการประเมินสินค้าและบริการที่ได้รับการส่งมอบจากโรงแรมโดย

การเปรียบเทียบงานบริการที่ได้รับจริงกับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการของโรงแรม (Wirtz & Lovelock, 2016) จากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาแบบจำลองที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจแล้ว จึงสรุปองค์ประกอบที่เหมาะสมสามารถนำวัดความพึงพอใจได้จากการบริการของโรงแรม (hotel service) องค์ประกอบทั่วไปของโรงแรม (general hotel attributes) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรม (hotel physical environment) (Wu, 2011; Kaur & Soch, 2013; Johnson, Nader, & Fornell, 1996; Keshavarz, Jamshidi, & Bakhtazma, 2016; Zeithalm, Bitner, & Gremler, 2013; Su, Swanson, & Chen, 2016; Camacho, Silva, & Florencio, 2017; Cheng & Rashid, 2013)

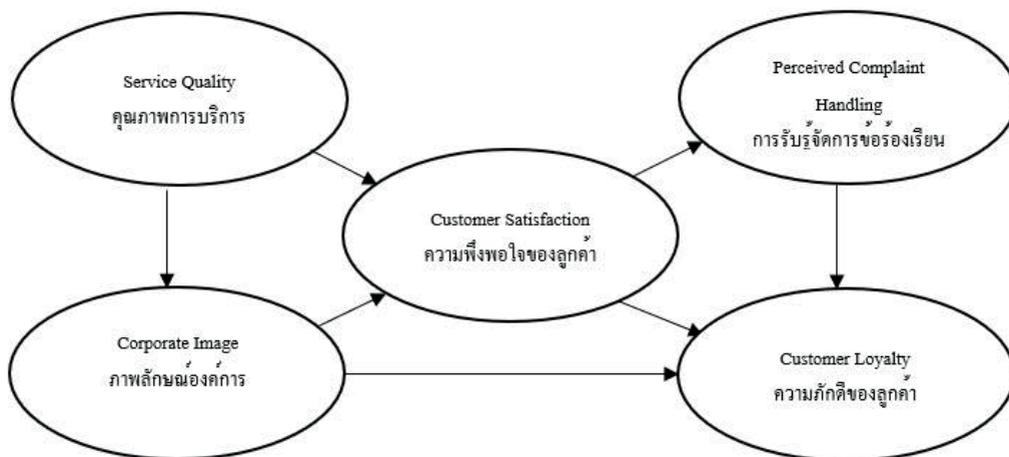
ปัจจัยการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียน จากแนวคิดของ Rothenberg, Grewal, and Iyer (2008) นั้น การที่จะรักษาลูกค้าขององค์การเอาไว้ได้นั้นคือการที่องค์กรสามารถที่จัดการกับข้อร้องเรียนของลูกค้า ดังนั้นการจัดการข้อร้องเรียนจึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็น การบ่งชี้ความสัมพันธ์ของช่องว่างตั้งแต่ที่ได้มีการค้นพบว่าพฤติกรรมหลังการร้องเรียนนั้นอาจจะมีอิทธิพลได้อย่างลึกซึ้งโดยรูปแบบความสัมพันธ์ในการจัดการข้อร้องเรียน ทั้งนี้ยังเป็นที่น่าสังเกตได้ว่าแบบจำลองอาจจะไม่พอเพียงที่จะอธิบายการพัฒนาการในกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน และเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การเริ่มต้นในเรื่องขององค์ประกอบของความยุติธรรม (Tax, 1993) การวัดประสิทธิภาพของการรับรู้จัดการข้อร้องเรียนคือองค์ประกอบในเรื่องของความยุติธรรม (Tax, 1993) ซึ่งสามารถวัดได้โดยปัจจัยการรับรู้ผลตอบแทนที่เป็นธรรม (perceived distributive fairness) ปัจจัยการรับรู้ความเป็นธรรมทางกระบวนการ (perceived procedural fairness) และปัจจัยการรับรู้ความเป็นธรรมในการปฏิสัมพันธ์ (perceived interaction fairness) (Tax, 1993;

Singh, Jain, & Choraria, 2016; Tolba, Seoudi, & Meshreki, 2015; Homburg, Fürst, & Koschate, 2009)

ปัจจัยความภักดี ความภักตินั้นไม่ใช่เป็นเพียงแค่การซื้อซ้ำของผลิตภัณฑ์หรือบริการแต่เกี่ยวเนื่องกับปัจจัยในสถานการณ์ที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรม (Oliver, 1999) ยังหมายถึงไปถึงการที่ลูกค้ามีพันธะสัญญาอันลึกซึ้งที่จะซื้อซ้ำหรือสนับสนุน ผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมี เหตุการณ์ที่ทรงอิทธิพล หรือความพยายามทางการตลาดที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าก็ตาม (Oliver, 1997) จนไปถึงขั้นตอนที่ลูกค้ายัง

ยืนยงในการสนับสนุนโดยการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการแม้ว่าต้องผ่านอุปสรรคความยากลำบากและการใช้ความอดทนพยายาม (Oliver, 1999) ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมให้สอดคล้องและเหมาะสมกับการวัดความภักดี ค่าตัวแปรของความภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการและเข้าพักโรงแรมในเมืองพัทยาได้ ดังนี้คือความถี่ในการกลับมาพักและใช้บริการโรงแรมซ้ำ (frequency of repeat of the stays) และการให้คำแนะนำโรงแรมให้กับผู้ที่ต้องการมาเข้าพักและใช้บริการโรงแรม (referral) (Tolba et al., 2015; Kaur & Soch, 2013; Russell-Bennett, McColl-Kennedy, & Coote, 2007; Oliver, 1999)

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

1. คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา
2. คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา

3. ภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา
4. ภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกต่อความภักดีของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา
5. ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจ

โรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบต่อ การรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา

6. ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจ โรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบต่อในทางบวกกับความ ภักดีของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมือง พัทยา

7. การรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้ามี ผลกระทบในทางบวกต่อความภักดีของลูกค้าที่เข้ามา ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (mixed method) ซึ่งจะใช้ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลของผลกระทบของคุณภาพ การบริการต่อความภักดี โดยใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อ สนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ ลูกค้าที่เป็นชาวไทย และชาวต่างชาติที่เข้ามาพักและใช้บริการเป็นอย่ างน้อย 2 วัน 1 คืนในโรงแรมในเขตเมืองพัทยาที่โรงแรม ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมในพื้นที่อำเภอ บางละมุงจากที่ว่าการอำเภอบางละมุง แบ่งตัวอย่าง ลูกค้ากลุ่มศักยภาพ คือ มีรายได้รายได้ไม่ต่ำกว่า 45,000 บาท ที่เข้ามาพักและใช้บริการในโรงแรมที่มีใบ อนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมในพื้นที่อำเภอบางละมุง ประเภทที่ 4 ได้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ตัวอย่างที่เป็น ชาวไทย จำนวน 406 ตัวอย่าง และตัวอย่างที่เป็นชาว ต่างชาติ จำนวน 406 ตัวอย่างโดยกลุ่มที่เป็นชาว ต่างชาติแบ่งออกเป็นชาวตะวันตก 203 คน และชาว เอเชีย 203 คน ขนาดตัวอย่างรวมในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนทั้งหมด 812 ตัวอย่าง (Comrey & Lee, 1992) ที่จะทำให้ผลการวิจัยมีความเชื่อมั่นได้ และ ให้การวิเคราะห์องค์ประกอบมีเสถียรภาพ ตัวอย่างเชิง คุณภาพ กลุ่มจากผู้บริหารในหน่วยงานของภาครัฐและ

ผู้บริหารหน่วยงานภาคเอกชนที่มีตำแหน่งหน้าที่ใน การดำเนินงานที่มีบทบาทเกี่ยวกับภาคธุรกิจโรงแรม ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบ เจาะจง (purposive sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้ สร้างขึ้นและพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม และ งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถาม ผลกระทบ ของคุณภาพการบริการต่อความภักดีของลูกค้าธุรกิจ โรงแรมในเมืองพัทยา ตรวจสอบความถูกต้องเชิง เนื้อหา (content validity) เพื่อพิจารณาเกี่ยวกับการ ใช้ภาษาและความสอดคล้องของเนื้อหา กับ วัตถุประสงค์ของการวิจัย นำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าดัชนี ความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์การ วิจัย (Index of item-objective congruence--IOC) ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 แสดงว่า ข้อคำถาม นั้นเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์และค่าความเชื่อมั่น (reliability)) ของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์หา ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) แต่ละด้านต้องมีค่าน้อย 0.7 ขึ้นไป (Pallant, 2007) ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ กลุ่ม (focus group interview) เครื่องมือในการศึกษา เป็นแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (unstructured interview) และแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ด้วยการใช้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบไม่มี โครงสร้าง (unstructured interview)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) และสถิติเชิงอ้างอิง (inferential statistics) วิเคราะห์ ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model--SEM) เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทาง อ้อมต่อผลกระทบของคุณภาพบริการต่อความภักดี ของลูกค้าต่อธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา การทดสอบ โมเดลสมการโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ

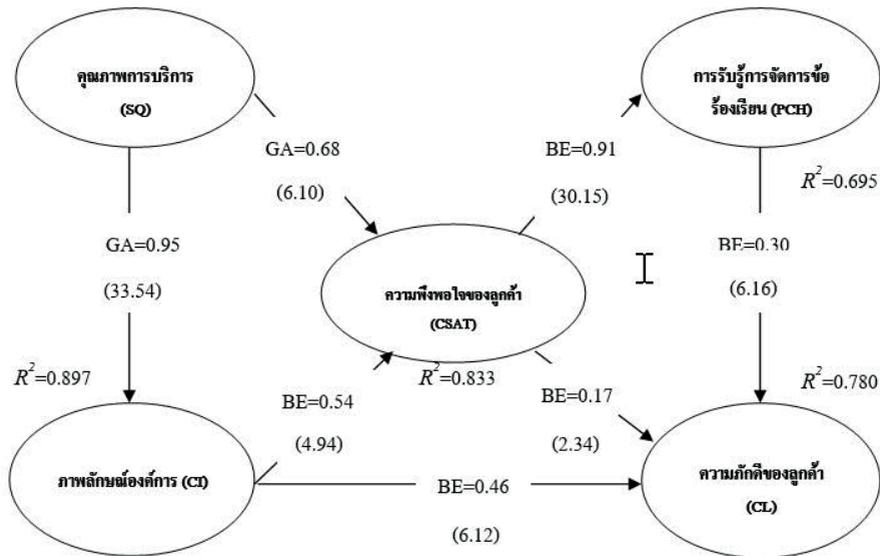
เชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) ของตัวแปรแฝง การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างตามสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้องกลมกลืน การวิเคราะห์อิทธิพลคั่นกลาง (mediated effects) ระหว่างตัวแปรแฝงในโมเดลสมการ การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) และอิทธิพลรวม (total effect) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ตรวจสอบข้อมูลหลังจากเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 816 ฉบับ ได้นำมาวิเคราะห์แสดงถึงเพศ อายุ สถานะ ระดับการศึกษา ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ เป็นค่าความถี่ และค่าร้อยละ พบว่า ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 460 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 ด้านอายุ พบว่า ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีจำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ด้านสถานะ พบว่า ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะโสดมีจำนวน 467 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 ด้านการศึกษา พบว่า ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 461 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 ด้านระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000-60,000 บาท คิดเป็น

ร้อยละ 62.7 ด้านอาชีพ พบว่า ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีจำนวนมีจำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ปรับเปลี่ยนแสดงผลกระทบของการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนและบุพจายต่อความภักดีของลูกค้ารายโรงแรมในเมืองพัทยาพบว่า ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ปรับเปลี่ยน (modified model) สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่า ยอมรับสมมุติฐานหลักที่ว่า ตัวแบบจำลองตามทฤษฎีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 128.29 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 109 ค่าความน่าจะเป็น (p value) มีค่าเท่ากับ 0.10005 ผ่านเกณฑ์ คือ ต้องมีค่ามากกว่า .05 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.18 ผ่านเกณฑ์คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 2 เมื่อพิจารณา ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.985 ผ่านเกณฑ์ คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.9 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.970 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.999 ผ่านเกณฑ์ คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.9 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.00993 และค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.015 ผ่านเกณฑ์ คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังแสดงในภาพ 2



ภาพ 2 ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างผลกระทบของการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนและบุพปัจจัยต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมในเมืองพัทยา

3. ผลอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และ อิทธิพลรวม ของผลกระทบของการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนและบุพปัจจัยต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมในเมืองพัทยาโดยในงานวิจัยนี้คุณภาพการบริการ (SQ) มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุรวม (Total Effect) 0.98 ไปยังความภักดีของลูกค้า (CL) มากที่สุด แสดงถึงตัวแปรคุณภาพการบริการ (SQ) มีผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้า (CL) มากที่สุด รองลงมาคือภาพลักษณ์องค์กร

(CI) มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุรวม (Total Effect) 0.70 ที่มีผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้า (CL) รองลงมาคือความพึงพอใจของลูกค้า (CSAT) มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุรวม (Total Effect) 0.44 และการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียน (PCH) มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุรวม (Total Effect) 0.30 ซึ่งมีผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้า (CL) ลดหลั่นกันมาตามลำดับ (ดูตาราง 1)

ตาราง 1

ผลกระทบของการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนและบุพปัจจัยต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมในเมืองพัทยา

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์											
	CI			CSAT			PCH			CL		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
SQ	0.95	-	0.95	0.68	0.51	1.19	-	1.08	1.08	-	0.98	0.98
CI	-	-	-	0.54	-	0.54	-	0.49	0.49	0.46	0.24	0.70
CSAT	-	-	-	-	-	-	0.91	-	0.91	0.17	0.27	0.44
PCH	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.30	-	0.30

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ตาราง 1 (ต่อ)

ผลกระทบของการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนและบุพการัจัยต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมในเมืองพัทยา

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์											
	CI			CSAT			PCH			CL		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ค่า R-Square												
ตัวแปรแฝง	0.877			0.833			0.695			0.780		
ภายใน												

$\chi^2 = 128.29, df = 109, \chi^2/df = 1.18, p\text{-value} = 0.10005, CFI = 1.00, GFI = 0.985, AGFI = 0.970, RMSEA = 0.015$

4. ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา ภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา ภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกต่อความภักดีของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยามีผลกระทบในทางบวกกับภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา และ การรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้ามีผลกระทบในทางบวกต่อความภักดีของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา ส่วนผลจากงานวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบจากสัมภาษณ์เดี่ยว

(in-depth interview) ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 6 คน ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการทดสอบสมมุติฐานเชิงปริมาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบจากสัมภาษณ์กลุ่ม (focus group interview) ผู้ให้สัมภาษณ์ 4 คน ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันในบริบทของผลการทดสอบสมมุติฐานเชิงปริมาณ

การอภิปรายผล

คุณภาพการบริการเรื่องที่สำคัญที่สุดคือเรื่องในการติดต่อสื่อสารซึ่งเป็นเรื่องพนักงานผู้รับจองห้องพักกระทือหรือล้นต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งปัจจัยดังที่กล่าวมานี้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ส่งผลกระทบต่อในเรื่องของภาพลักษณ์ของโรงแรมตามความเชื่อ ทศนคติ และ ความประทับใจของลูกค้า ซึ่งสามารถส่งผลกระทบในทางบวกไปสู่ปัจจัยอื่นๆ จนถึงเรื่องการกลับมาพักและใช้บริการซ้ำ การบอกต่อและการให้คำแนะนำกับผู้ที่กำลังหาโรงแรมที่พัก เพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจโรงแรมในท้องถิ่นเมืองพัทยา ในเรื่องของความพึงพอใจในการบริการของโรงแรม ความพึงพอใจในองค์ประกอบทั่วไปของโรงแรม และ ความพึงพอใจในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของโรงแรม โดยปัจจัยในเรื่องของด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าโดยเรื่อง

ที่ลูกค้าให้ความสำคัญที่สุดในการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าคือเรื่องของพนักงานในโรงแรมที่ทราบถึงสถานที่สำคัญและน่าสนใจในท้องถิ่น และด้านการติดต่อสื่อสารโดยเรื่องที่สำคัญที่สุดในการติดต่อสื่อสารคือเรื่องพนักงานของผู้รับจองห้องพักกระตือรือร้นต่อความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและความพึงพอใจจะส่งผลต่อไปในปัจจัยอื่นๆ

ภาพลักษณ์องค์กรในส่วนของคุณภาพที่เป็นเรื่องของมุมมองโดยรวมที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญของเรื่องภาพลักษณ์องค์กรในธุรกิจโรงแรมที่จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและความพึงพอใจจะส่งผลต่อไปในปัจจัยอื่นๆ ทั้งนี้ ลูกค้าจะมีการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียนไปในทิศทางที่ดีและสามารถเข้าใจกระบวนการหรือปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างดีซึ่งสามารถช่วยให้เกิดการดำเนินการแก้ไขที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและสมบูรณ์ครบถ้วนในที่สุด ลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะกลับมาเข้าพักและใช้บริการซ้ำรวมถึงให้คำแนะนำต่อไปในทางที่ดี เพราะการบอกต่อรวมถึงการวิพากษ์วิจารณ์แสดงข้อคิดเห็นในปัจจุบันสามารถเป็นไปได้อย่างรวดเร็วในโลกออนไลน์ ซึ่งธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับเรื่องเหล่านี้เป็นอย่างมากจะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาสนับสนุนเข้าพักและใช้บริการซ้ำอีกในโรงแรมและให้คำแนะนำต่อผู้ที่กำลังหาโรงแรมที่พัก

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการอบรมพนักงานในเรื่องความรู้เรื่องสถานที่สำคัญและน่าสนใจในท้องถิ่น และด้านการติดต่อสื่อสารโดยมีเรื่องที่สำคัญที่สุดซึ่งควรให้ความสำคัญคือเรื่องพนักงานผู้รับจอง

ห้องพักของโรงแรมกระตือรือร้นต่อความต้องการของลูกค้า ในเรื่องของการสื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพ ไม่ใช่เพียงแคในเรื่องของภาษาแต่รวมไปถึงเรื่องของการสื่อสาร

2. สร้างมุมมองให้ลูกค้ารู้สึกมีความสุขกับบริการที่ได้รับจากโรงแรม การที่ลูกค้ารู้สึกยินดีเมื่อได้รับการบริการจากโรงแรม และการที่ลูกค้ารู้สึกพอใจในการบริการโดยรวมของโรงแรม คือ เรื่องที่สำคัญที่สุดในเรื่องของความพึงพอใจ ทั้งนี้ ปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้ายังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะมีผลต่อความภักดีของลูกค้าแต่ก็ยังไม่ดีกว่าการมีผลที่ดีในเรื่องของการรับรู้การจัดการข้อร้องเรียน ดังที่ปัจจุบันปัจจัยที่มีผลกระทบต่างๆ ต่อความภักดีของลูกค้าได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไป แต่ก็ยังคงต้องพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจเช่นกันเนื่องจากความพึงพอใจก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งทำให้เกิดความภักดี

3. ภาครัฐ ผู้บริหารเมืองพัทยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพัทยา สมาคมโรงแรมภาคตะวันออก สามารถนำผลจากการวิจัยที่ได้ไปใช้พัฒนาดำเนินการส่งเสริมนโยบายให้เกิดการสนับสนุนภาคธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาให้มีศักยภาพในการรองรับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมโดยเฉพาะในส่วนของคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์ และการบริหารจัดการข้อร้องเรียนซึ่งจะนำไปสู่การรับรู้การจัดการข้อร้องเรียน ความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความภักดี ตามลำดับทำให้เกิดรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นและสามารถนำรายได้พัฒนาท้องถิ่นเพื่อให้เมืองพัทยาเป็นเมืองที่รองรับลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

References

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity*. Free Press.
- Barich, H., & Kotler, P. (1991). A framework for marketing image management. *Sloan Management Review*, 32(2), 94-104.
- Camacho, M. A. R., Silva, M. A. C., & Florencio, B. P. (2017). Corporate Responsibility under the ECSI model: An application in the hotel sector. *European Research on Management and Business Economics*, 23(1), 23-32.
- Cheng, B. L., & Rashid, M. Z. A. (2013). Service quality and the mediating effect of corporate image on the relationship between customer satisfaction and customer loyalty in the Malaysian hotel industry. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 15(2), 99-112.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis*. Psychology Press.
- Esmailpour, M., & Barjoei, S. (2016). The effect of corporate image on customer satisfaction through brand equity. *Advances in Management & Applied Economics*, 6(4), 95-109.
- Getty, J. M., & Getty, R. L. (2003). Lodging quality index (LQI): Assessing customers' perceptions of quality deliver. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(2), 94-104.
- Homburg, C., Fürst, A., & Koschate, N. (2009). On the importance of complaint handling design: A multi-level analysis of the impact in specific complaint situations. *Academy of Marketing Science*, 38, 265-287.
- Johnson, M. D., Nader, G., & Fornell, C. (1996). Expectations, perceived performance, and customer satisfaction for a complex service: The case of bank loans. *Journal of Economic Psychology*, 17(2), 163-182.
- Kandampully, J., & Hu, H. H. (2007). Do hoteliers need to manage image to retain loyal customers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 435-443.
- Kaur, H., & Soch, H. (2013). Mediating roles of commitment and corporate image in the formation of customer loyalty. *Journal of Indian Business Research*, 5(1), 33-51.
- Keshavarz, Y., Jamshidi, D., & Bakhtazma, F. (2016). The influence of service quality on restaurants' customer loyalty. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(4), 1-16.
- Ministry of Tourism & Sports. (2019). *Domestic tourism statistics 2017 (Classify by region and province)*. Retrieved from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=504 [In Thai]
- Minkiewicz, J., Evans, J., Bridson, K., & Mavondo, F. (2011). Corporate image in the leisure services sector. *Journal of Services Marketing*, 25(3), 190-201.

- National Strategy Announcement 2018-2037. (2018). *Royal Thai Government Gazette*, 135(82 A), 21-27. [In Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2019). *GDP Q4 2018, and outlook for 2019*. Retrieved from https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8659 [In Thai]
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction a behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 63(1), 33-44.
- Pallant, J. (2007). *SPSS survival manual: A step by-step guide to data analysis using SPSS version 15*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pattaya City. (2016). *Pattaya City plan (2018-2021)*. Author. [In Thai]
- Rothenberg, S., Grewal, D., & Iyer, G. R. (2008). Understanding the role of complaint handling on consumer loyalty in service relationship. *Journal of Relationship Marketing*, 7(4), 359-375.
- Russell-Bennett, R., McColl-Kennedy, J. R., & Coote, L. V. (2007). Involvement, satisfaction, and brand loyalty in a small business services setting. *Journal of Business Research*, 60(12), 1253-1260.
- Singh, V., Jain, A., & Choraria, S. (2016). Exploring the role of complaint handling among complaining consumers. *Business and Economics Journal*, 20(4), 331-344.
- Su, L., Swanson, S. R., & Chen, X. (2016). The effects of perceived service quality on repurchase intentions and subjective well-being of Chinese tourists: The mediating role of relationship quality. *Tourism Management, Elsevier*, 52(3), 82-95.
- Tax, S. S. (1993). *The role of perceived justice in complaint resolutions: Implications for services and relationship marketing*. University Microfilms international a Bell & Howell Information Company. Arizona State University.
- Tolba, A., Seoudi, A., & Meshreki, H. (2015). Effect of justice in complaint handling on customer loyalty: Evidence from Egypt. *Global Journal of Business Research*, 9(3), 1-14.

- Tourism Council of Thailand. (2011). *Thailand tourism confidence index 2011/1*. Retrieved from http://www.thailandtourismcouncil.org/wp-content/uploads/2021/08/TTCI_2011-1.pdf
[In Thai]
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). World Scientific.
- Wu, H. C. (2014). The effects of customer satisfaction, perceived value, corporate image and service quality on behavioral intentions in gaming establishments. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(4), 540-565.
- Wu, L. W. (2011). Satisfaction, inertia, and customer loyalty in the varying levels of the zone of tolerance and alternative attractiveness. *Journal of Services Marketing*, 25(5), 310-322.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Service marketing integrating customer focus across the firm* (6th ed.). McGraw-Hill.

ผลกระทบของคุณภาพงบการเงินและบุพปัจจัยต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงาน ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย

อนุชา บุญเกษม¹ ประยงค์ มีใจชื่อ²
วิรัช สงวนวงค์วาน³ นรพล จินันท์เดช⁴

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของสมรรถนะหลัก สมรรถนะทางการบริหารและสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ ของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐที่มีผลต่อลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงิน และการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ และผลกระทบของลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงินที่มีผลต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน และข้อมูลเชิงปริมาณ จำนวน 441 ตัวอย่าง การประมวลผลข้อมูลเชิงปริมาณใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า สมรรถนะหลัก สมรรถนะทางการบริหาร และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ มีผลกระทบทางบวกต่อลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงิน และสมรรถนะทางการบริหาร สมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ และลักษณะเชิงคุณภาพ งบการเงินมีผลกระทบทางบวกต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ ส่วนสมรรถนะหลักมีผลกระทบทางลบต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งข้อค้นพบที่สำคัญ คือ ข้อมูลในงบการเงินที่มีคุณภาพต้องมาจากสมรรถนะหลัก สมรรถนะทางการบริหาร และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ ของนักบัญชี ซึ่งรัฐบาลต้องให้การสนับสนุนในการพัฒนาจรรยาบรรณ ทักษะ และความรู้ของนักบัญชีอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ

คำสำคัญ: สมรรถนะนักบัญชี; คุณภาพงบการเงิน; การรับรู้ผลการปฏิบัติงาน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

อนุชา บุญเกษม, ประยงค์ มีใจชื่อ, วิรัช สงวนวงค์วาน และนรพล จินันท์เดช. (2564). ผลกระทบของคุณภาพงบการเงินและบุพปัจจัยต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(3), 818-834.

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

^{2,3,4} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

The Effects of Financial Statement Quality and Its Antecedents on the Perceived Organizational Performance of the Public Sector in Thailand

Anucha Boonkasem¹ Prayong Meechaisue²
Wirat Sanguanwongwan³ Norapol Jinandej⁴

Abstract

The objective of researcher article investigates the effects of the core competency, the professional competency, and the functional competency of the accountants in the public sector on the qualitative characteristics of financial statements, perceived organizational performance of public sector and the effects of the qualitative characteristics of financial statements on perceived organizational performance of public sector. The qualitative data were obtained from in-depth interviews with seven experts. The quantitative data were obtained by using a questionnaire with 441 personnel. Quantitative data were processed using a computer program and the structural equation model (SEM).

Findings showed that core competency, professional competency, and functional competency positively affected the qualitative characteristics of financial statements. Professional competency, functional competency and the qualitative characteristics of financial statements positively affected perceived organizational performance. Core competency negatively affected perceived organizational performance. An important finding was that the data in qualitative financial statements must be from the core competency, the professional competency, and the functional competency of the accountants. The government must provide support for the development of the ethics, skills, and knowledge of the accountants in a continuous manner. This will foster reliability in efficiency and effectiveness in the operation of the public sector.

Keywords: Competency Statements; Qualitative Characteristics of Financial Statements; Perceived Organizational Performance.

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Boonkasem, A., Meechaisue, P., Sanguanwongwan, W., & Jinandej, N. (2021). The effects of financial statement quality and its antecedents on the perceived organizational performance of the public sector in Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(3), 818-834.

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

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

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับจากที่รัฐบาลไทยมีการประเมินผลการปฏิบัติราชการตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และนำแนวคิดการจัดการสมัยใหม่เข้ามาใช้ในภาครัฐ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของสังคมและประชาชน โดยการยกระดับประสิทธิภาพของการบริหารภาครัฐให้มีคุณภาพมาตรฐานทัดเทียมกับระดับสากล แต่ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการปฏิรูประบบราชการของประเทศไทยในทางปฏิบัติ พบว่า ชีตความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ประจำปี 2561 และ 2562 (World Competitiveness Rankings) โดย International Institute for Management Development (IMD) ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของภาครัฐของประเทศไทยยังอยู่ในระดับต่ำ มีผลทำให้ต้นทุนในการประกอบธุรกิจ ของภาคเอกชนเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ต้องเสียเวลาในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ นโยบายหรือมาตรการของรัฐบาลบางประเภทยังเป็นอุปสรรค เช่น โครงสร้างอัตราภาษีนำเข้าที่ไม่สอดคล้องกับระดับการพัฒนาของแต่ละอุตสาหกรรม การบังคับใช้กฎหมายแข่งขันยังคงมีปัญหา ซึ่งก่อให้เกิดภาวะการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐยังขาดประสิทธิภาพและมีปัญหาการคอร์รัปชันสูง ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ (Thailand Competitiveness, 2018) โดยเฉพาะผลการประเมินประสิทธิภาพของภาครัฐ (government efficiency) ในรายการหมวดย่อย “ฐานะการคลัง (public finance)” มีอันดับที่ 11 18 และ 16 ในปี

พ.ศ. 2560 2561 และ 2562 ตามลำดับ ซึ่งลดลง เนื่องจากการใช้จ่ายขาดดุล (Thailand Competitiveness, 2018) ทั้งนี้ ฐานะการคลังของรัฐบาลมีแหล่งข้อมูลจากงบการเงินของหน่วยงานภาครัฐอีกทอดหนึ่ง ซึ่งข้อมูลในงบการเงินต้องเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีกำหนด และผ่านการตรวจสอบและแสดงความเห็นจากผู้สอบบัญชีเพื่อการสร้างความโปร่งใสให้กับสารสนเทศในงบการเงินหรือการเพิ่มความน่าเชื่อถือและความมั่นใจแก่ผู้ใช้งบการเงินในระดับหนึ่ง ช่วยให้ผู้วิเคราะห์ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจมากขึ้น (Thummanon, 2009) ซึ่งผู้ที่รับผิดชอบตรวจสอบงบการเงินของหน่วยงานภาครัฐ คือ สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน โดยการตรวจสอบดังกล่าวจะทำให้รัฐมีประสิทธิภาพสูงในการบริหารการเงินภาครัฐโดยจะทำให้การใช้จ่ายเงินของแผ่นดินซึ่งเป็นเงินของประชาชนทั้งชาติเป็นไปอย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพ ประหยัด บรรลุตามเป้าหมายและคุ้มค่า และยังก่อให้เกิดมาตรการการป้องกันการทุจริต ส่งผลให้รัฐมีงบประมาณหรือมีรายได้เพื่อนำมาพัฒนาประเทศ และประชาชนสูงตามไปด้วย (Kuhirun, 2015) แต่จากผลการตรวจสอบงบการเงิน/รายงานการเงินของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2550-2561 พบว่า มีข้อสังเกตจากการตรวจสอบงบการเงินของหน่วยงานภาครัฐอยู่เป็นจำนวนมากทุกปีเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนหน่วยงานรับตรวจที่ตรวจสอบ (State Audit Office of the Kingdom of Thailand, 2019) (ดูตาราง 1)

ตาราง 1

สถิติหน่วยรับตรวจที่ตรวจเสร็จและออกรายงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2550-2561

ปีงบประมาณ	จำนวนหน่วยงาน รับตรวจที่ตรวจสอบ (แห่ง)	จำนวนหน่วย ที่มีข้อสังเกต (แห่ง)	ร้อยละของหน่วยรับตรวจ ที่มีข้อสังเกตต่อจำนวนหน่วย รับตรวจที่ตรวจสอบ	จำนวนเงินงบประมาณที่ เรียกคืนหรือรายได้ที่จัดเก็บ เพิ่มขึ้น (ล้านบาท)
2550	1,057	625	59.13	1,070.85
2551	1,456	970	66.62	492.01
2552	1,508	1,052	69.76	1,066.75
2553	2,054	1,510	73.52	519.75
2554	2,111	1,476	69.92	625.03
2555	2,937	2,247	76.51	601.91
2556	3,755	2,916	77.66	4,540.74
2557	3,664	3,066	83.68	6,061.12
2558	3,519	2,852	81.05	5,138.66
2559	3,511	2,956	84.19	47,030.34
2560	3,033	2,494	82.23	1,062.68
2561	2,770	2,044	73.79	ไม่เปิดเผยข้อมูล

จากตาราง 1 พบว่า จำนวนร้อยละของหน่วยรับตรวจที่มีข้อสังเกตต่อจำนวนหน่วยรับตรวจที่ตรวจสอบ มีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี ประกอบกับจำนวนเงินงบประมาณที่เรียกคืนหรือรายได้ที่จัดเก็บเพิ่มขึ้นมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นทุกปีตามกันด้วย กรณีดังกล่าวอาจเป็นการเตือนภัย (Warning Sing) ที่สำคัญสำหรับฐานะการคลังของรัฐบาลซึ่งมีผลกระทบที่สำคัญอย่างยิ่งต่อผลการปฏิบัติราชการของรัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากบริหารการเงินของรัฐบาล มาจากการใช้จ่ายเงินของแผ่นดินซึ่งเป็นเงินของประชาชนทั้งชาติ ประกอบกับพระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. 2561 กำหนดให้รัฐต้องรักษาวินัยการเงินการคลังอย่างเคร่งครัดเพื่อให้ฐานะทางการเงินการคลังของรัฐ มีเสถียรภาพและมั่นคงอย่างยั่งยืน ดังนั้นจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาผลกระทบ ของคุณภาพงบการเงินและบุพปัจจัย

ต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย ที่จะส่งผลกระทบต่อฐานะการคลังของประเทศ ที่มีคุณภาพภายใต้กรอบความยั่งยืนทางการคลัง เพื่อเป็นแนวทางในการบริหาร เงินแผ่นดินของรัฐบาลให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. 2561 ที่กำหนดไว้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของสมรรถนะหลักสมรรถนะทางการบริหาร และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ ที่มีผลต่อลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงินและการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงิน ที่มีผลต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยตัวแปรดังต่อไปนี้ ตัวแปรภายนอก (เริ่มต้น) คือ สมรรถนะหลักของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (core competency) สมรรถนะทางการบริหารของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (professional competency) และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (functional competency) ตัวแปรคั่นกลาง คือ ลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงิน (quality of financial statement) ตัวแปรเป้าหมาย คือ การรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย (perceived organizational performance)

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรของหน่วยงานภาครัฐที่ปฏิบัติหน้าที่ในสถานะผู้กำกับดูแลและ/หรือผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีตามจำนวนที่กำหนดไว้ในหลักเกณฑ์กระทรวงการคลังว่าด้วยหลักเกณฑ์และคุณสมบัติผู้ทำบัญชีของหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. 2562 ประกอบด้วย (1) ส่วนราชการ จำนวน 159 แห่ง (2) หน่วยงานของรัฐสภา หน่วยงานศาล หน่วยงานอิสระตามรัฐธรรมนูญ องค์การอัยการ จำนวน 11 แห่ง (3) องค์การมหาชน จำนวน 49 แห่ง (4) ทูตหมุนเวียน จำนวน 115 แห่ง และ (5) หน่วยงานอื่นของรัฐตามที่กฎหมายกำหนด จำนวน 53 แห่ง รวมทั้งสิ้น 387 แห่ง จำนวน 606 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลการวิจัยระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์ด้านวิชาการ เป็นการยืนยันตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรม ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์และเพิ่มองค์ความรู้ในด้านต่างๆ กล่าวคือ ผลกระทบของสมรรถนะหลักของนักบัญชี สมรรถนะทางการบริหารของนักบัญชี และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่

ของนักบัญชี ตลอดจนลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงิน มีผลต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ

2. ประโยชน์ในด้านปฏิบัติ

2.1 รัฐบาลมีนักบัญชีของหน่วยงานภาครัฐที่เหมาะสมตามมาตรฐานวิชาชีพบัญชี โดยนำผลการวิจัยไปกำหนดองค์ประกอบในหลักเกณฑ์และคุณสมบัติผู้ทำบัญชีของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ได้มาซึ่งนักบัญชีที่มีประสิทธิผลในการจัดทำบัญชีและรายงานการเงินในหน่วยงานภาครัฐที่มีคุณภาพและเป็นที่น่าเชื่อถือ

2.2 รัฐบาลมีแนวทางและข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อนำไปพิจารณากำหนดแนวทางการปฏิบัติงานทางวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นและเหมาะสมให้แก่ักบัญชีของหน่วยงานภาครัฐในอนาคต ซึ่งทำให้นักบัญชีมีความกระตือรือร้น ในการปฏิบัติหน้าที่ที่มีความรับผิดชอบต่อรายงานทางการเงิน ส่งผลให้ผู้บริหารในแต่ละระดับได้รับข้อมูลทางการเงิน ที่ถูกต้อง ตรงเวลา เพื่อใช้ในการตัดสินใจบริหารการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความคุ้มค่ากับภาษีของประชาชน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ (competency) ประกอบด้วย

1. สมรรถนะหลัก (core competency) หมายถึง บุคลิกลักษณะ หรือการแสดงออกของพฤติกรรมของพนักงานทุกคนในองค์การที่สะท้อนให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะ ทัศนคติ ความเชื่อ และอุปนิสัยของบุคคลในองค์การโดยรวม ซึ่งมีส่วนช่วยสนับสนุนให้องค์การบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ได้ สมรรถนะประเภทนี้จะถูกกำหนดจากวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายหลัก หรือกลยุทธ์องค์การ (Phuwitthayaphan, 2005; Boonlert, 2017; Woolf, 2012; Bayot, 2014) ซึ่งสมรรถนะหลักดังกล่าวอาจเป็นคุณลักษณะ

เชิงพฤติกรรมที่กำหนดเป็นคุณลักษณะร่วมของข้าราชการพลเรือนทั้งระบบ เพื่อเป็นการหล่อหลอมค่านิยมและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ร่วมกัน (Office of the Civil Service Commission, 2003)

2. สมรรถนะทางการบริหาร (professional competency) หมายถึง สมรรถนะทางการบริหารที่เป็นทักษะ และคุณลักษณะด้านการบริหารจัดการที่ผู้บริหารควรมีหรือควรเป็นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ (Boonlert, 2017; Yotingyong, 2007) ซึ่งความสามารถด้านการบริหารจัดการจะแตกต่างกันตามบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ (role-based) ตามตำแหน่งทางการบริหารงานที่รับผิดชอบ (Phuwitthayaphan, 2005; Bayot, 2014) เพื่อสร้างความเป็นผู้บริหารภาคราชการพลเรือนที่มีประสิทธิภาพสูงสุด (Office of the Civil Service Commission, 2003) และรวมถึงเป็นสมรรถนะของแต่ละวิชาชีพที่กำหนดไว้ ซึ่งกำหนดให้บุคคลที่ประกอบวิชาชีพนั้นควรมีคุณลักษณะ ความสามารถในการปฏิบัติงานเป็นการเฉพาะ (Woolf, 2012)

3. สมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ (functional competency) หมายถึง ความสามารถในงานซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความรู้ และคุณลักษณะเฉพาะของงานต่างๆ (job-based) ที่จะช่วยส่งเสริมให้คนๆ นั้นสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่/งานที่ได้รับมอบหมายได้ประสบความสำเร็จหรือโดดเด่นกว่าบุคคลทั่วไป (Bayot, 2014; Yotingyong, 2007; Phuwitthayaphan, 2005) ซึ่งเป็นคุณลักษณะเฉพาะตามหน้าที่งานที่ปฏิบัติ ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันตามสายงานหน่วยงานและส่วนราชการ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ที่รับผิดชอบได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด (Office of the Civil Service Commission, 2003)

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงิน (qualitative characteristics of financial

statements) ซึ่งเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินที่มีประโยชน์ (qualitative characteristics of useful financial information) หมายถึง ลักษณะที่ทำให้ข้อมูลมีประโยชน์สูงสุดในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงิน ซึ่งลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินที่มีประโยชน์ต่อผู้ลงทุน ผู้ให้กู้ยืม และเจ้าหนี้อื่นในปัจจุบันและอนาคต (Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King, 2015) ซึ่งลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงินประกอบด้วย

1. ความสามารถเข้าใจได้ (understandability) กล่าวคือ ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินจะสามารถเข้าใจข้อมูลทางการเงินนั้นเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ ก็ต่อเมื่อข้อมูลนั้น ถูกจัดประเภท กำหนดลักษณะ และนำเสนออย่างชัดเจนและกระชับ โดยมีข้อกำหนดว่า ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมทางธุรกิจและกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจอย่างสมเหตุสมผล รวมทั้งมีความขยันหมั่นเพียรที่จะศึกษาข้อมูลนั้น ถึงแม้ว่าข้อมูลบางรายการมีความซับซ้อนก็ตาม (Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King, 2015)

2. ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (relevance) กล่าวคือ ข้อมูลทางการเงินที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจสามารถทำให้ผู้ใช้ตัดสินใจแตกต่างไป ทั้งนี้ ข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจนั้นควรสามารถนำมาใช้ในกระบวนการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต หรือที่เรียกกันว่าข้อมูลนั้นมีคุณค่าทางการพยากรณ์ (predictive value) โดยข้อมูลที่มีคุณค่าทางการพยากรณ์ไม่จำเป็นต้องเป็นค่าพยากรณ์ หรือค่าคาดการณ์ (prediction/forecast) นอกจากข้อมูลนั้นควรมีคุณค่าทางการพยากรณ์แล้วข้อมูลนั้น ควรสามารถช่วยในการยืนยันหรือชี้ให้เห็นถึงผลของการ

ประเมินในอดีต หรือที่เรียกกันว่าข้อมูลนั้นมีความน่าเชื่อถือ (confirmatory value) ซึ่งโดยปกติแล้ว คุณค่าทางการพยากรณ์และคุณค่าทางการยืนยันของข้อมูลทางการเงินมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ หากข้อมูลทางการเงินมีความน่าเชื่อถือแล้ว มักมีคุณค่าทางการยืนยันด้วย ตัวอย่างเช่น นักลงทุนนำข้อมูลผลการดำเนินงานในงบกำไรขาดทุนและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปีปัจจุบันมาเปรียบเทียบกับปีก่อน เพื่อประเมินผลการดำเนินงานในอดีตและคาดการณ์ผลการดำเนินงานในอนาคต เป็นต้น (Thummanon, 2009) ทั้งนี้ นอกจากความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของข้อมูลขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลแล้วยังขึ้นอยู่กับความมีสาระสำคัญ (materiality) ของข้อมูลด้วย กล่าวคือ ข้อมูลมีสาระสำคัญก็ต่อเมื่อการไม่แสดงข้อมูลหรือการแสดงผลข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงมีผลกระทบต่อผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ ซึ่งความมีสาระสำคัญต้องพิจารณาจากลักษณะหรือขนาดของรายการ โดยขึ้นอยู่กับบริบทเฉพาะของแต่ละกิจการหรือองค์การ โดยในบางกรณีลักษณะของรายการเพียงอย่างเดียวก็สามารถบอกได้ว่า ข้อมูลนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เช่น ผลการดำเนินงานของส่วนงานดำเนินงานใหม่ เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวสามารถบ่งบอกถึงความสามารถในการทำกำไรของกิจการในอนาคตได้ เป็นต้น (Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King, 2015)

3. ความเชื่อถือได้ (reliability) หรือความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (faithful representation) กล่าวคือ ข้อมูลทางการเงินที่มีความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมนั้นต้องแสดงเนื้อหาและความเป็นจริงเชิงเศรษฐกิจแทนที่จะเป็นรูปแบบทางกฎหมายเพียงอย่างเดียว เนื่องจากในบางกรณี ข้อมูลทางการเงินที่แสดงตามเนื้อหาและความเป็นจริงเชิงเศรษฐกิจอาจแตกต่างไปจากข้อมูลทางการเงินที่แสดงตาม

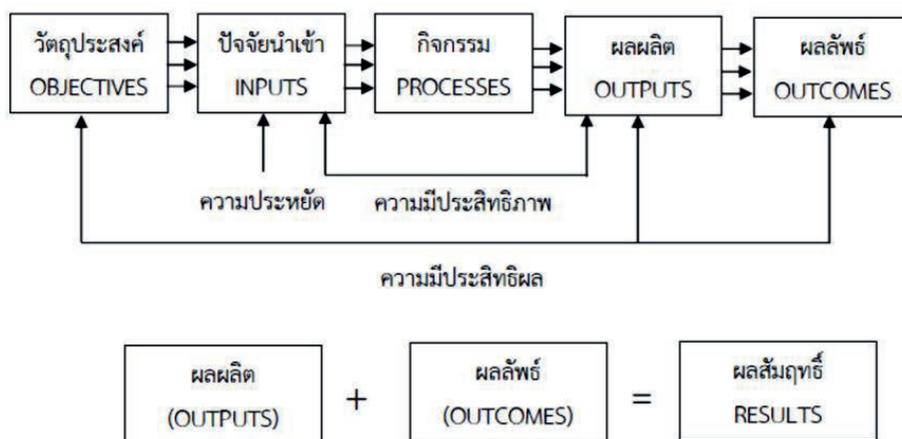
รูปแบบทางกฎหมาย ทั้งนี้ ข้อมูลทางการเงินที่มีความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมต้องมีความครบถ้วน ความเป็นกลาง และปราศจากข้อผิดพลาด (Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King, 2015)

4. ความสามารถเปรียบเทียบได้ (comparability) ผู้ใช้สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางการเงินมากยิ่งขึ้น โดยการเปรียบเทียบกับข้อมูลทางการเงินที่คล้ายกันของกิจการอื่นสำหรับรอบระยะเวลาเดียวกัน (cross-sectional Analysis) หรือโดยการเปรียบเทียบกับข้อมูลทางการเงินที่คล้ายกันของกิจการหรือองค์การเดียวกันสำหรับรอบระยะเวลาอื่น (time-series analysis or trend analysis) (Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King, 2015)

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ (Perceived Organizational Performance--POP) เป็นการรับรู้ของบุคลากรในประสิทธิภาพการทำงานขององค์การโดยรวม (Delaney & Huselid, 1996) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวทำให้มีการค้นพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและการปฏิบัติงาน (Perry-Smith & Blum, 2000) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ผลการปฏิบัติงานขององค์การของบุคลากรโดยรวมมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลกรเหล่านั้นซึ่งรวมทั้งอัตราการเปลี่ยนงานด้วย (Delaney & Huselid, 1996; Perry-Smith & Blum, 2000) จากแนวคิดดังกล่าว หน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยพยายามที่จะปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการ เป็นการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management--NPM) ซึ่งกำหนดว่าภาครัฐจะต้องเปลี่ยนแนวทางการบริหารไปสู่การบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result-based Management--RBM) โดยยึดประชาชนเป็นเป้าหมาย

หลักในการทำงาน มีการเปรียบเทียบผลผลิตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงกับเป้าหมายที่กำหนด โดยใช้ระบบการประเมินผลงานที่อาศัยตัวชี้วัดเป็นตัวสะท้อนผลงานออกมาให้เป็นรูปธรรม ซึ่งการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์แตกต่างจากการบริหารแบบเก่าที่มุ่ง

เน้นด้านปัจจัยนำเข้า (input) กระบวนการทำงาน (process) และผลผลิต (output) เป็นหลัก (Sapcharoen, 2012) ดังแสดงในภาพ 1 (Office of the Civil Service Commission, 2003)



ภาพ 1 แนวคิดการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result-Based Management--RBM)

จากภาพ 1 สามารถอธิบายความหมายได้ดังนี้ (Office of the Civil Service Commission, 2003)

1. วัตถุประสงค์ (objectives) หมายถึง เป้าหมายของผลสัมฤทธิ์ของงานที่ต้องการทั้งในระยะสั้น กลาง หรือระยะยาว
2. ปัจจัยนำเข้า (inputs) หมายถึง ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต การให้บริการหรือการปฏิบัติงาน เช่น เงินทุน คน อาคาร เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยี ทรัพยากรสินทางปัญญา กฎระเบียบ และการรักษาชื่อเสียงขององค์กร เป็นต้น
3. กิจกรรม (processes) หมายถึง กระบวนการทำงาน ได้แก่ การนำปัจจัยนำเข้าทั้งหลายมาผ่านกระบวนการ เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มตามมาตรฐานคุณภาพที่ได้กำหนดไว้
4. ผลผลิต (outputs) หมายถึง ผลงานหรือบริการที่องค์กรนั้นจัดทำขึ้น โดยกิจกรรมที่ทำให้เกิดผลงานนั้น จะอยู่ภายใต้การควบคุมขององค์กร เช่น ผู้ป่วยที่ได้รับการรักษาหรือการหางานให้ผู้ว่างงาน เป็นต้น

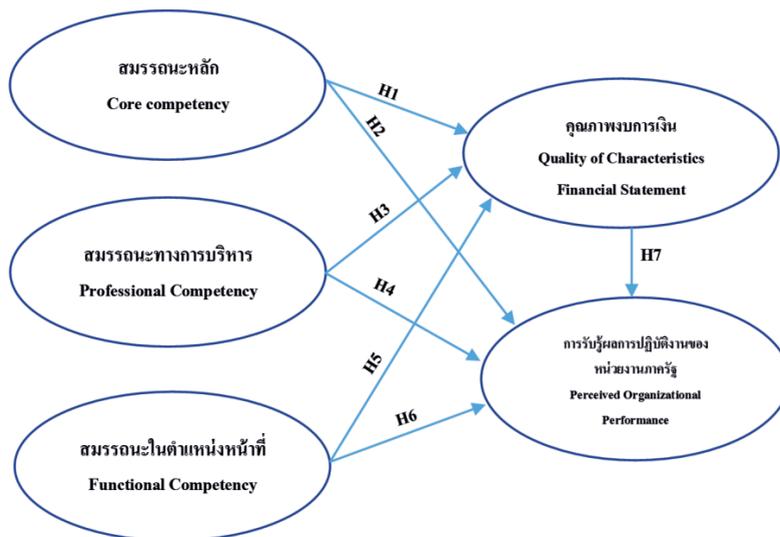
5. ผลลัพธ์ (outcomes) หมายถึง ผลกระทบที่เกิดจากผลผลิตหรือผลงานที่ได้ทำขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงต่อผู้รับบริการอันเนื่องจากการดำเนินการ เช่น คนไข้หายป่วยกลับไป ทำงานต่อได้ และมีสุขภาพที่แข็งแรง หรือผู้ว่างงานลดลงและได้งานประจำทำมากขึ้น เป็นต้น

6. ความประหยัด (economy) หมายถึง การใช้ทรัพยากรน้อยที่สุดในการผลิตหรือการดำเนินกิจกรรม

7. ความมีประสิทธิภาพ (efficiency) หมายถึง การเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยนำเข้า (inputs) กับผลผลิต (output) ได้แก่ การสร้างผลผลิตในระดับที่สูงกว่าปัจจัยนำเข้าความมีประสิทธิภาพ สามารถวัดได้โดยนำปัจจัยนำเข้าจริงหารด้วยผลผลิตจริง หากได้ค่าน้อยแสดงว่ามีผลผลิตเพิ่มขึ้น มากกว่าการเพิ่มขึ้นของปัจจัยนำเข้า ซึ่งหมายถึงองค์กรนี้มีประสิทธิภาพ สัดส่วนตัวนี้สามารถทำให้ดีขึ้นได้โดยการปรับปรุงผลิตภาพ (productivity) คือการทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นในขณะที่ปัจจัยนำเข้าคงที่ หรือโดยการประหยัด

(economizing) คือรักษาระดับผลผลิตให้คงที่แต่จะลดปัจจัยนำเข้าลง ประการที่แปด ความมีประสิทธิภาพ (effectiveness) หมายถึง การเปรียบเทียบระหว่างวัตถุประสงค์กับผลลัพธ์ของโครงการซึ่งหมายถึงระดับของการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ล่วงหน้าของโครงการนั้นๆ ว่าได้ผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เพียงไร ความมีประสิทธิภาพ มีความเกี่ยวข้องกับผลผลิตและผลลัพธ์

8. ผลสัมฤทธิ์ (results) หมายถึง การปฏิบัติตามกิจกรรมที่กำหนดไว้จนเกิดผลผลิต (outputs) ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมาย และนอกจากนั้นยังเกิดผลลัพธ์ (outcomes) ที่เกิดจากผลผลิต (outputs) ในการทำกิจกรรมด้วย



ภาพ 2 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (mixed method research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เป็นวิจัยที่มุ่งหาข้อเท็จจริงและข้อสรุปเชิงปริมาณโดยการใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่เป็นตัวเลขเพื่อยืนยันสมมติฐานของบริบทหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย และการวิจัยเชิง

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยตัวแปรดังต่อไปนี้ ตัวแปรภายนอก (เริ่มต้น) คือ สมรรถนะหลักของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (core competency) สมรรถนะทางการบริหารของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (professional competency) และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (functional competency) ตัวแปรคั่นกลาง คือ ลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงิน (quality of financial statement) ตัวแปรเป้าหมาย คือ การรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ (perceived organizational performance)

คุณภาพ (qualitative research) เป็นการรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านบัญชีภาครัฐ (key in format) ในลักษณะของการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลดังกล่าวด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation)

เพื่อนำผลที่ได้มาอภิปรายผลและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อไป

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ครั้งนี้คือ บุคลากรของหน่วยงานภาครัฐ ที่ปฏิบัติหน้าที่ในสถานะผู้กำกับดูแลและ/หรือ ผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีตามจำนวนที่กำหนดไว้ในร่างหลักเกณฑ์และคุณสมบัติผู้ทำบัญชีของหน่วยงานของรัฐ ประกอบด้วย (1) ส่วนราชการ จำนวน 159 แห่ง (2) หน่วยงานของรัฐสภา หน่วยงานศาล หน่วยงานอิสระตามรัฐธรรมนูญ องค์กรอัยการ จำนวน 11 แห่ง (3) ทุณฑมูเนเวียน จำนวน 115 แห่ง (4) องค์กรมหาชน 49 แห่ง และ (5) หน่วยงานอื่นของรัฐตามที่กฎหมายกำหนด จำนวน 53 แห่ง รวมทั้งสิ้น 387 แห่ง จำนวน 606 คน

การกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการใช้ในการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างนั้นมีหลากหลายวิธี ดังนั้น เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เป็นตัวแทนข้อมูลที่ดี ผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวอย่างด้วยวิธีซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ด้วยวิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างแบบประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood โดยกำหนดอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างต่อจำนวนตัวแปรสังเกตได้ 20 ต่อ 1 (Hair, Black, Babin, and Anderson, 2010) จากตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างของวิจัยในครั้งนี้มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้ทั้งสิ้น 25 ตัวแปร ดังนั้นขนาดตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ควรมีขนาดตัวอย่าง 500 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นและพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ (1) แบบสอบถาม เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ และมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดของ Best (1981) และ (2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้สำหรับสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทางด้านบัญชีภาครัฐ และ

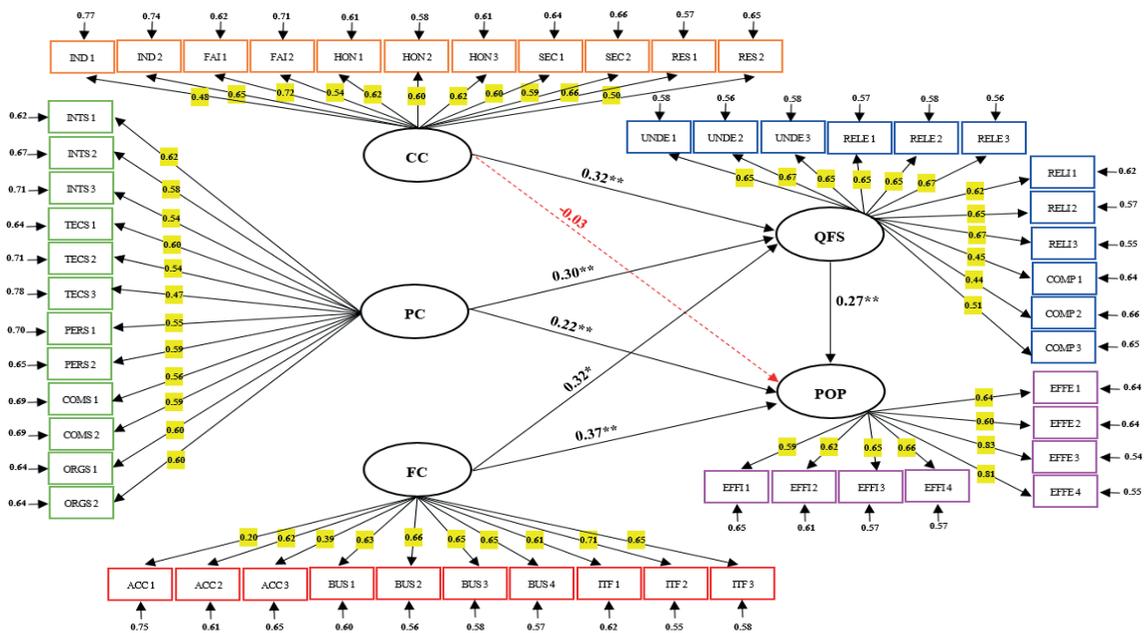
ผู้แทนหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลหน่วยงานภาครัฐ เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีสถิติเชิงพรรณนา (description statistics analysis) และสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics analysis) และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling--SEM) เพื่อตอบวัตถุประสงค์แต่ละข้อของการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สถิติลักษณะข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานภาครัฐประเภทส่วนราชการ (ร้อยละ 51.25) เพศหญิง (ร้อยละ 93.20) อายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 47.40) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 62.80) มีอายุราชการ 5 -10 ปี (ร้อยละ 28.30) ตำแหน่งนักวิชาการเงินและบัญชี (ร้อยละ 55.10) ระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ 34.70) ซึ่งปฏิบัติงานด้านบัญชีในฐานะผู้ปฏิบัติงาน (ร้อยละ 75.96)

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของผลกระทบของคุณภาพงบการเงินและบุปปัจจัยต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 5 ด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด คือ สมรรถนะหลักของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงิน มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สมรรถนะทางการบริหารจัดการของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก สมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ



$R^2 = 503.29$, $df = 1170$, p value = 1.000, CFI = 1.000, GFI = 0.956, AGFI = 0.946, SRMR = 0.024, RMSEA = 0.000

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภาพ 3 ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างผลกระทบของคุณภาพงบการเงินและบุพบัจจัยต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย

3. ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างการวิจัยมีความสอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ กล่าวคือ มีค่าไค-สแควร์ (R^2) เท่ากับ 503.29 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 1170 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (R^2/df) มีค่าเท่ากับ 0.43 ความน่าจะเป็น (p -value) มีค่าเท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.956 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.946

ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.024 และค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.000 แสดงว่า ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตาราง 2

ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวม ระหว่างตัวแปรสาเหตุและตัวแปรผลลัพธ์ของคุณภาพงบการเงินและบุพปัจจัยต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์					
	QFS			POP		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
CC	0.32**	-	0.32**	-0.03	0.09*	0.06
PC	0.30**	-	0.30**	0.22**	0.08*	0.30**
FC	0.32*	-	0.32*	0.37**	0.09*	0.46**
QFS				0.27**	-	0.27**
ตัวแปรแฝงภายใน R^2		0.71			0.59	

$R^2 = 503.29$, $df = 1170$, $R^2/df = 0.430$, $p \text{ value} = 1.000$, $CFI = 1.000$, $GFI = 0.956$, $AGFI = 0.946$, $SRMR = 0.024$, $RMSEA = 0.000$

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝง

4.1 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรแฝง ได้ดังนี้

(1) สมรรถนะหลักของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (CC) สมรรถนะทางการบริหารจัดการของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (PC) และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (FC) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงิน (QFS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.32, 0.30 และ 0.32 ตามลำดับ

(2) สมรรถนะทางการบริหารจัดการของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (PC) และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (FC) และคุณลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงิน (QFS) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ (POP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.22, 0.37 และ 0.27 ตามลำดับ ส่วนสมรรถนะหลักของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (CC) มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ (POP) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.03

4.2 การวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมระหว่างตัวแปรแฝง สามารถสรุปได้ว่า สมรรถนะหลักของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (CC) สมรรถนะทางการบริหารจัดการของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (PC) และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ (FC) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ (POP) โดยผ่านคุณลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงิน (QFS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.09, 0.08 และ 0.09 ตามลำดับ

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของสมการโครงสร้างตัวแปรแฝงภายใน พบว่าค่า

สัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของคุณลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงิน มีค่าเท่ากับ 0.71 หรือตัวแปรในตัวแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงิน (QFS) ได้ร้อยละ 71 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ มีค่าเท่ากับ 0.59 หรือตัวแปรในตัวแบบจำลองสามารถอธิบายการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ (POP) ได้ร้อยละ 59

การอภิปรายผล

1. วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 สมรรถนะหลักสมรรถนะทางการบริหาร และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ ของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ ที่มีผลต่อลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงินและการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ ผลการวิเคราะห์พบว่า

1.1 สมรรถนะหลัก สมรรถนะทางการบริหาร และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ ของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ มีผลกระทบทางบวกต่อลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงิน เนื่องจาก สมรรถนะหลักเป็นคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของนักบัญชีในองค์กรที่สะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติ ความเชื่อ และอุปนิสัย อันเป็นลักษณะเฉพาะที่จำเป็นสำหรับการประกอบอาชีพ ซึ่งการทำบัญชีถือเป็น “วิชาชีพบัญชี” แขนงหนึ่งในประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 โดยทัศนคติ ความเชื่อ ทางวิชาชีพบัญชี หรือความประพฤติที่ผู้ประกอบอาชีพการงานแต่ละอย่างกำหนดขึ้นเรียกว่า “จรรยาบรรณ” และผู้ทำบัญชีต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่กำหนดไว้ในกฎหมายเป็นการเฉพาะ และต้องสอดคล้องกับมาตรฐานสากลด้วย สำหรับสมรรถนะทางการบริหาร เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทักษะของนักบัญชีทางด้านทักษะทางสติปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะ

ทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสาร และทักษะทางองค์การและการจัดการธุรกิจ และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ ซึ่งเป็นความรู้ที่นักบัญชีจำเป็นต้องมีในด้านการบัญชี การเงินและวิชาที่เกี่ยวข้อง ด้านองค์การและธุรกิจ และความรู้และสมรรถนะด้านเทคโนโลยี ทั้งนี้ สมรรถนะหลัก สมรรถนะทางการบริหาร และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ เป็นสมรรถนะพื้นฐานของนักบัญชีที่กำหนดไว้ตามมาตรฐานการศึกษาาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์กำหนดไว้ด้วย (Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King, 2015) ซึ่งมีผลดีต่อลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงินขององค์การ ทำให้งบการเงินมีความถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้ (Setiyawati, Hari, 2013; Warongan, Pagalung, Uppun, & Habbe, 2014; Iskandar & Setiyawati, 2015) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Tantiset (2015) ที่ศึกษาพบว่า ความเป็นมืออาชีพของพนักงานบัญชีมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อคุณภาพของงบการเงินโดยรวม

1.2 สมรรถนะทางการบริหาร และสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่ ของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐ มีผลกระทบทางบวกต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจาก ทักษะและความรู้เป็นสมรรถนะที่สร้างขึ้น (acquired abilities) ที่จำเป็นต้องใช้การเรียนรู้ ความพยายามศึกษาหาข้อมูลและประสบการณ์ (Lucia and Lepsinger, 1998) ซึ่งเป็นสมรรถนะที่มองเห็นได้ชัดหรือรับรู้ได้ชัดเจน สามารถแสดงให้เห็นถึงผลการปฏิบัติ (Outcome) วัดค่าหรือประเมินผลได้ (Measurable) ซึ่งจะมีรูปแบบทั่วไปที่เรียกว่า “KPI (Key Performance Indicator)” และสามารถที่จะเรียนรู้และพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง (Chanthaburiphaisan, 2006) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Anvari, Soltami, and Rafiee (2016)

ที่ได้ศึกษาพบว่าทักษะและความรู้ของพนักงานมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานขององค์การ ส่วนสมรรถนะหลักของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐไม่มีผลกระทบต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้เชี่ยวชาญทางด้านบัญชีภาครัฐที่เห็นว่าสมรรถนะหลักของนักบัญชีหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยหรือจรรยาบรรณของนักบัญชีซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการ (CG) มีข้อจำกัดในมุมมองของผู้บริหารที่มองเป็นกลยุทธ์เชิงรับที่ป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้น ไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแก่หน่วยงานได้อย่างเต็มที่ โดยเน้นเฉพาะรูปแบบและการวัดผลอย่างเป็นรูปธรรมยาก (Bangmo, 2015; Theerachanachakul, 2014) ประกอบกับวัฒนธรรมในหน่วยงานภาครัฐที่แตกต่างกันย่อมมีลักษณะการบัญชีที่ไม่เหมือนกันด้วย (Gray, 1988; Perera, 1989)

2. วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงิน ที่มีผลต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะเชิงคุณภาพงบการเงินมีผลกระทบทางบวกต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจาก ข้อมูลทางการเงินเป็นส่วนหนึ่งของการวัดผลการปฏิบัติงานขององค์การตามมุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้วยวิธีการการวัดผลการปฏิบัติงานเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard--BSC) (Kaplan and Norton, 1998) ที่หน่วยงานภาครัฐใช้ในปัจจุบันด้วย ซึ่งงบการเงินเปรียบเสมือนเทอร์โมมิเตอร์สามารถวัดสถานภาพ ผลการดำเนินงาน ความคล่องตัว ในเงินทุนหมุนเวียนของกิจการหรือองค์การได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ งบการเงินยังเป็นหัวใจสำคัญของวินัยทางการเงินที่กิจการหรือองค์การจำเป็นต้องจัดให้มีการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง รวมทั้งเป็นพื้นฐานสำคัญในการเตือนภัย (warning sign) การตัดสินใจวางแผนและเลือกกลยุทธ์ และการสะท้อนประสิทธิภาพขึ้น

พื้นฐานหากกิจการหรือองค์การมีการรายงานทางการเงินที่ดี งบการเงินที่จัดทำขึ้นจะถือว่าได้จัดทำขึ้นเป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปก็ต่อเมื่องบการเงินนั้นเป็นไปตามข้อกำหนดทุกข้อในมาตรฐานการบัญชีที่ต้องนำมาปฏิบัติและเป็นไปตามการตีความทุกประเด็นของคณะกรรมการมาตรฐานการบัญชี งบการเงินจะแสดงข้อมูลโดยถูกต้องตามที่ควรก็ต่อเมื่อกิจการหรือองค์การ นำมาตรฐานการบัญชีมาใช้ปฏิบัติอย่างเหมาะสม พร้อมกับเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อจำเป็นในทุกกรณีที่มีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามงบการเงินไม่ได้ให้ข้อมูลทุกประเภทที่ผู้ใช้งบการเงินต้องการในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ เพราะข้อมูลส่วนใหญ่ที่แสดงในงบการเงินสะท้อนถึงผลกระทบทางการเงินจากเหตุการณ์ในอดีตและไม่ได้แสดงข้อมูลที่มีใช้ข้อมูลทางการเงิน (non-financial Information) ซึ่งเกี่ยวข้องกัปัจจุบันที่จะมีผลต่อการดำเนินงานของกิจการหรือองค์การในอนาคต (Thummanon, 2009) ซึ่งส่งผลกระทบต่อรับรู้ผลการปฏิบัติงานขององค์การในด้านความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของบุคลากรในองค์การด้วย (Kaplan and Norton, 1998)

ข้อเสนอแนะ

1. รัฐบาลควรมีการดำเนินการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจ ให้นักบัญชีหน่วยงานภาครัฐปฏิบัติงานด้านบัญชีตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกำหนด เพื่อสร้างความเป็นปึกแผ่นและดำรงไว้ซึ่งเกียรติศักดิ์แห่งการประกอบวิชาชีพ แต่การปฏิบัติตามจรรยาบรรณได้ในระดับย่อมขึ้นอยู่กับจิตสำนึกของผู้ทำบัญชีเองเป็นสำคัญ ซึ่งจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีเกิดขึ้นพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและองค์การกำกับดูแลผู้ทำบัญชีภาครัฐโดยรัฐบาลเป็นผู้กำหนด

2. หน่วยงานที่กำกับดูแลนักบัญชีภาครัฐต้องเตรียมความพร้อมในการชี้แจง ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้

ผู้ทำบัญชีเห็นประโยชน์ในการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องใน ขณะที่เป็นผู้ทำบัญชีภาครัฐซึ่งเป็นเรื่องใหม่ไม่เคยเกิดขึ้นในหน่วยงานภาครัฐ และยังเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของสมรรถนะทางการบริหาร เนื่องจาก เป็นหลักสากลของวิชาชีพบัญชีที่ต้องการให้นักบัญชีมีการเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้กับตนเองอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ก้าวทันเทคโนโลยีและก้าวทันโลก

3. หน่วยงานที่กำกับดูแลต้องดำเนินการพัฒนา มาตรฐานการบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชี ภาครัฐ ให้มีความเข้าใจง่ายที่สุด และสามารถดำเนินการได้ในทางปฏิบัติ รวมทั้งมีการชี้แจงให้ผู้ทำบัญชี หน่วยงานภาครัฐทราบและตระหนักถึงความสำคัญ ในเรื่องดังกล่าวโดยอาจดำเนินการจัดทำแนวปฏิบัติ ทางการบัญชีสำหรับมาตรฐาน และนโยบายการบัญชี

ภาครัฐในแต่ละเรื่องที่มีการบังคับใช้ โดยแสดงตัวอย่าง ที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับหน่วยงาน ภาครัฐที่ถือปฏิบัติด้วย เนื่องจากความรู้ด้านมาตรฐาน การบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชีภาครัฐ เป็น ส่วนหนึ่งที่สำคัญมากของสมรรถนะในตำแหน่งหน้าที่

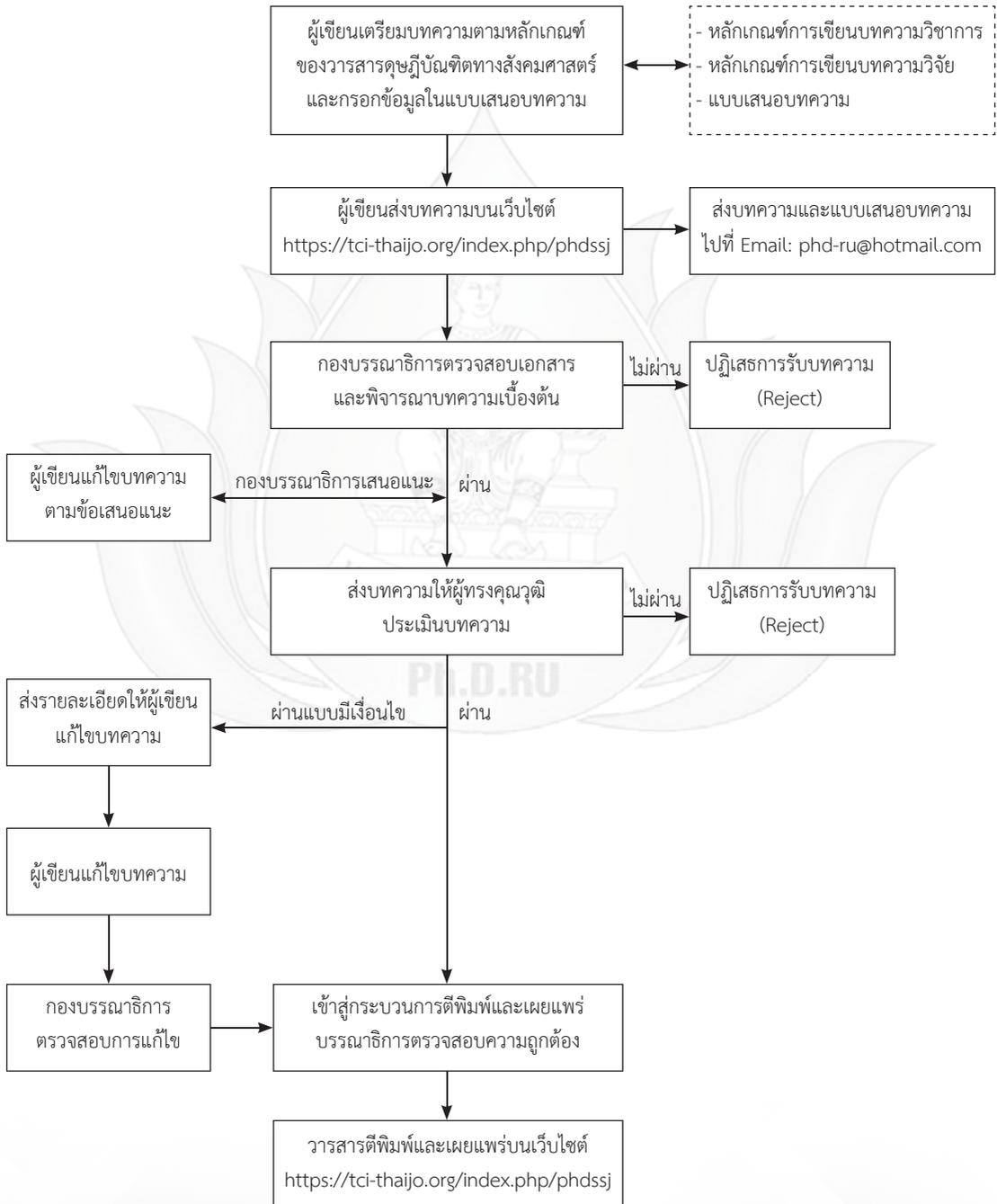
4. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงปัจจัยและ สาเหตุที่แท้จริงของสมรรถนะหลักของนักบัญชี หน่วยงานภาครัฐที่มีผลต่อการรับรู้ผลการปฏิบัติงาน ของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข ข้อกำหนดหรือจรรยาบรรณสำหรับนักบัญชีหน่วยงาน ภาครัฐเป็นการเฉพาะ และครอบคลุมถึงหน่วยงาน ภาครัฐประเภทอื่นคือ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น (อปท.) ด้วย

References

- Anvari, P. F., Soltami, I., & Rafiee, M. (2016). Providing the applicable model of performance management with competencies oriented. *Social and Behavioral Sciences*, 230, 190-197.
- Bangmo, S. (2015). *Business ethics* (7th ed). Phatanawit Printing. [In Thai]
- Bayot, D. G. (2014). A competency model for catering and event professionals using a modified Delphi technique. *Dissertation Abstracts International*, 76(8), 192-A.
- Best, J. W. (1981). *Research in education* (4th ed). Prentice Hall.
- Boonlert, N. (2017). *Organization core competency development. In Strategic management and competency based management* (8th ed.). Sukhothai Thammathirat Open University Press. [In Thai]
- Chanthaburiphaisan, P. (2006). *Search and analysis for in-depth competency practice* (2nd ed.). HR Center. [In Thai]
- Delaney, J. T., & Huselid, M. A. (1996). The Impact of human resource management practices on perceptions of organizational performance. *Academy of Management Journal*, 39(4), 949-969.
- Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King. (2015). *Conceptual framework for financial reporting (B. E. 2558)*. Retrieved from <https://www.tfac.or.th/upload/9414/UW0ynKPwuW.pdf> [In Thai]
- Gray, S. J. (1988). Towards a theory of cultural influence on the development of accounting system internationally. *Abacus*, 24(1), 1-15.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- Iskandar, D., & Setiyawati, H. (2015). The effect of internal accountants' competence on the quality of financial reporting and the impact on the financial accountability. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 3(5), 55-64.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1998). *The balanced scorecard: Translation strategy into action*. President and Fellows of Harvard College.
- Kuhirun, R. (2015). The administration efficiency with regard to auditing of the office of the state audit according to the royal initiatives. *Srinakharinwirot Research and Development Journal of Humanities and Social Sciences*, 7(14), 64-76. [In Thai]
- Lucia, A. D., & Lepsinger, R. (1998). *The art and science of competency models: Pinpointing critical success factors*. Jossey-Bass/Pfeiffer.
- Office of the Civil Service Commission. (2003). *Result Based Management (RBM)*. Author. [In Thai]

- Perera, M. H. B. (1989). Accounting in developing countries: A case for localised uniformity. *Accounting Review*, 21(2), 141-158.
- Perry-Smith, J. E., & Blum, T. C. (2000). Work-family human resource bundles and perceived organizational performance. *Academy of Management Journal*, 43(6), 1107-1117.
- Phuwitthayaphan, A. (2005). *Competency dictionary* (2nd ed.). HR Center. [In Thai]
- Sapcharoen, Y. (2012). *The development of an achievement management model in the Educational Service Area Office. Doctoral Dissertation in Educational Administration.* Burapha University. [In Thai]
- Setiyawati, H. (2013). The effect of internal accountants' competence, managers' commitment to organizations and the implementation of the internal control system on the quality of financial reporting. *International Journal of Business and Management Invention*, 2(11), 19-27.
- State Audit Office of the Kingdom of Thailand. (2019). *Annual report*. Retrieved from <https://www.audit.go.th/th/report/audit> [In Thai]
- Tantiset, N. (2015). The factors affecting of quality of financial statement and decision making effectiveness of listed companies in the stock exchange of Thailand. *Srinakharinwirot Business Journal*, 6(2), 20-35. [In Thai]
- Thailand Competitiveness. (2018). *Operations to enhance the country's competitiveness for the year 2017*. Retrieved from <http://thailandcompetitiveness.org> [In Thai]
- Theerachanachakul, K. (2014). *Business ethics*. Panayachon. [In Thai]
- Thummanon, V. (2009). *New dimensions of financial statements and analysis*. Dharmniti Press. [In Thai]
- Warongan, J. D. L., Pagalung, G., Uppun, P., & Habbe, A. H. (2014). The effects of effectiveness mediation of internal control system on competency of human resources and audit opinion in previous year toward quality of financial statement. *Journal of Research in Business and Management*, 2(11), 9-16.
- Wolf, M. N. (2012). Competencies for financial aid officers: A competency model for professional development. *Dissertation Abstracts International*, 74(1), 134-A.
- Yotingyong, K. (2007). *Competency* (2nd ed.). Mr. Copy. [In Thai]

ขั้นตอนการส่งบทความตีพิมพ์ วารสารดุष्ฎิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์



จริยธรรมการตีพิมพ์วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

บทบาท หน้าที่ และจริยธรรมของผู้เขียน

1. ผู้เขียนต้องรับรองว่าบทความที่ส่งตีพิมพ์เป็นบทความใหม่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์มาก่อนแล้ว 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

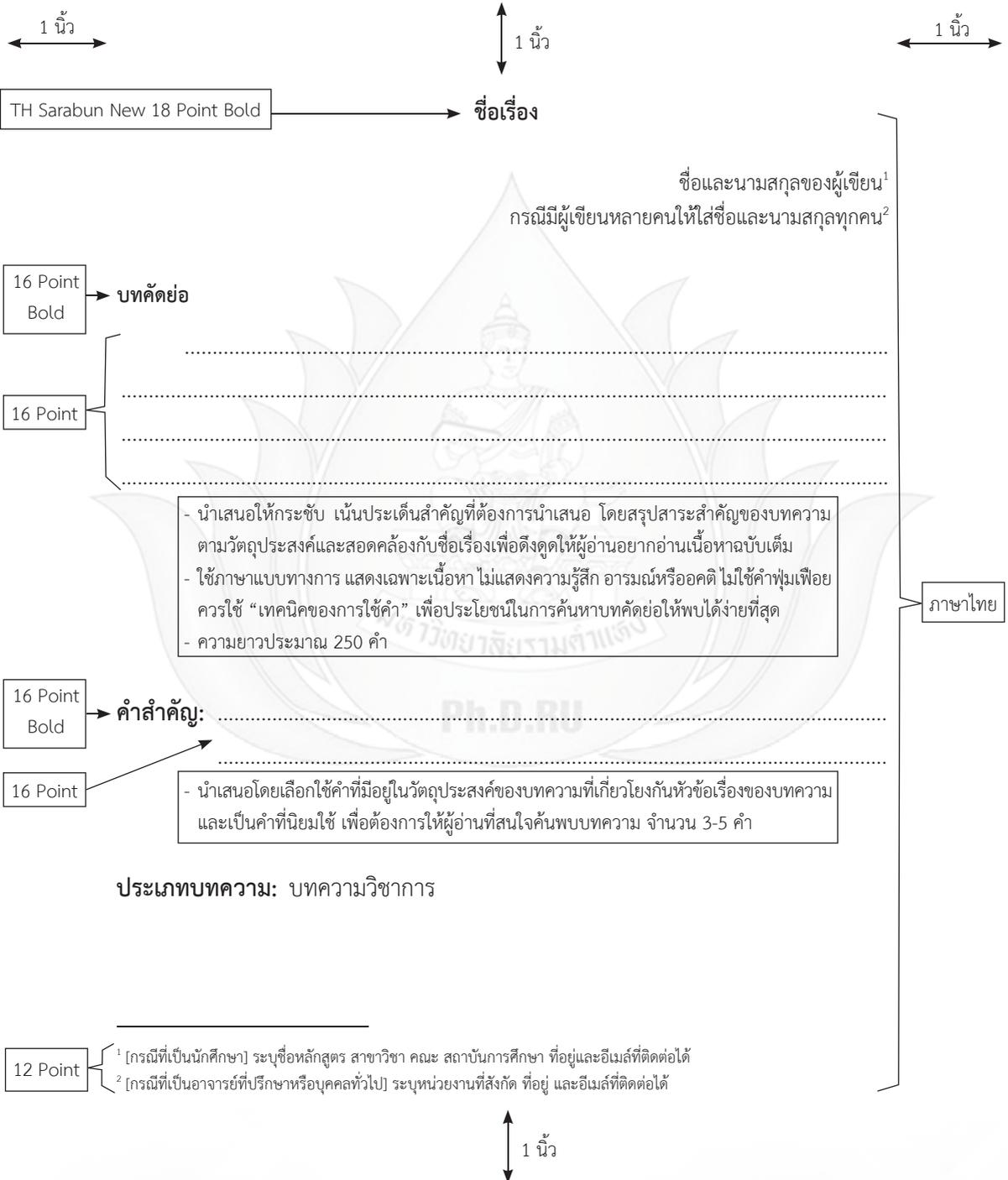
4. เนื้อหา (Text) ควรใช้ภาษาแบบทางการที่ผู้อ่านเข้าใจง่ายและมีความชัดเจน ประกอบด้วย

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) โดยโอนเงินไปที่บัญชี สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่บัญชี 020036297552 ธนาคารออมสิน สาขารามคำแหง

หมายเหตุ วารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตีพิมพ์

ตัวอย่างการเขียนบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์



- นำเสนอให้กระชับ เน้นประเด็นสำคัญที่ต้องการนำเสนอ โดยสรุปสาระสำคัญของบทความตามวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับชื่อเรื่องเพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านอยากอ่านเนื้อหาฉบับเต็ม

- ใช้ภาษาแบบทางการ แสดงเฉพาะเนื้อหา ไม่แสดงความรู้สึก อารมณ์หรืออคติ ไม่ใช้คำพุ่มเพื่อยั่วควรใช้ “เทคนิคของการใช้คำ” เพื่อประโยชน์ในการค้นหาบทคัดย่อให้พบได้ง่ายที่สุด

- ความยาวประมาณ 250 คำ

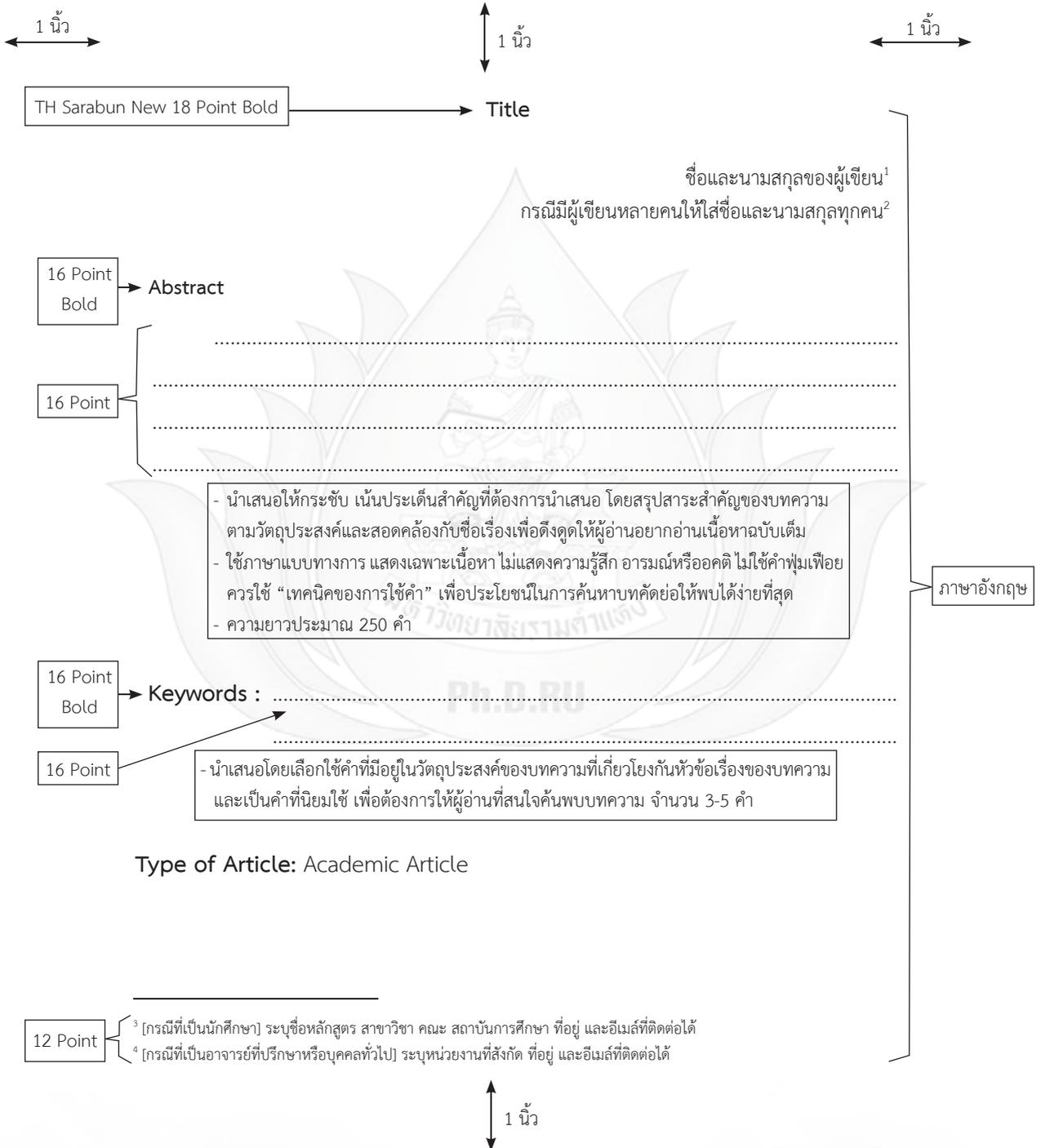
- นำเสนอโดยเลือกใช้คำที่มีอยู่ในวัตถุประสงค์ของบทความที่เกี่ยวข้องกันหัวข้อเรื่องของบทความและเป็นคำที่นิยมใช้ เพื่อต้องการให้ผู้อ่านที่สนใจค้นพบบทความ จำนวน 3-5 คำ

ประเภทบทความ: บทความวิชาการ

¹ [กรณีที่เป็นนักศึกษา] ระบุชื่อหลักสูตร สาขาวิชา คณะ สถาบันการศึกษา ที่อยู่และอีเมลที่ติดต่อได้

² [กรณีที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหรือบุคคลทั่วไป] ระบุหน่วยงานที่สังกัด ที่อยู่ และอีเมลที่ติดต่อได้

ตัวอย่างการเขียนบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์



ตัวอย่างการเขียนบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

16 Point Bold	→ บทนำ	
16 Point		
<p>นำเสนอเนื้อหาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่านสู่เนื้อเรื่อง ให้ความสำคัญ และสร้างบรรยากาศให้น่าติดตามต่อไป ควรเขียนให้กระชับตรงประเด็น ไม่ยืดเยื้อ สอดคล้องกับชื่อเรื่อง โดยจับประเด็นจากชื่อเรื่องแล้วนำเสนอสรุปเนื้อหา ในส่วนนี้สามารถกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของบทความ ที่มาของบทความ ขอบเขตของบทความ อาจมีคำจำกัดความหรือนิยามที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน</p>		
16 Point Bold	→ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
16 Point		
<p>นำเสนอให้สอดคล้องกับชื่อเรื่องหรือประเด็นที่เขียน จัดวางโครงสร้างเนื้อหาและจัดลำดับให้เหมาะสม เนื้อหาสาระควรมีความต่อเนื่องกัน เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูล และอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้</p>		
16 Point Bold	→ กรอบในการวิเคราะห์	
16 Point		
<p>นำเสนอกรอบในการวิเคราะห์ที่ได้จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในรูปแบบภาพ หรือข้อความอันเป็นใจความสำคัญที่จะนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูล</p>		
16 Point Bold	→ ผลการวิเคราะห์	
16 Point		
<p>นำเสนอให้เป็นไปตามหลักการ ทฤษฎี ตามกรอบในการวิเคราะห์ มีหลักฐานการอ้างอิงอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ มีความเป็นเหตุเป็นผล</p>		

ตัวอย่างการเขียนบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

16 Point
Bold → **บทสรุป**

16 Point

นำเสนอสรุปประเด็นสำคัญของบทความ โดยการเลือกประเด็นสำคัญของบทความนั้นมาเขียนรวมไว้อย่างสั้นๆท้ายบท หรืออาจใช้วิธีการบอกผลลัพธ์ว่า สิ่งที่กำลังกล่าวมาทั้งหมดมีความสำคัญอย่างไร สามารถนำไปทำอะไรได้บ้าง 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 และวารภรณ์ สารอินมูล. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 21(3), 197-210.

Thongrawd, C., & Saninmool, V. (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 3 ท่าน เพื่อเป็นผู้อ่านประเมินบทความ

การส่งต้นฉบับ

1. การตั้งค่านำกระดาษ ใช้แบบอักษร TH Sarabun New พิมพ์แบบหน้าเดียวในกระดาษขนาด A4 ตั้งขอบกระดาษทุกด้าน 1 นิ้ว (2.54 เซนติเมตร) ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้าที่มีมุมขวาด้านบน 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 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Background and Significance of the Problems) นำเสนอโดยใช้ภาษาแบบทางการ เป็นแบบแผน เลือกใช้คำที่ถูกต้องตามหลักภาษาและค่านิยมของคำ ใช้คำให้เกิดความหมายตรงประเด็น และไม่ซับซ้อน เพื่อให้สามารถอ่านแล้วเข้าใจทันที

4.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives) นำเสนอให้สอดคล้องกับชื่อเรื่องและเนื้อหาเพื่อเป็นแนวทางในการหาคำตอบของการวิจัย

4.5 ขอบเขตของการวิจัย (Scope of the Research) นำเสนอให้ครอบคลุมเนื้อหา ลักษณะประชากร จำนวนประชากร ขนาดตัวอย่าง และตัวแปรที่ศึกษา โดยอาจระบุช่วงระยะเวลาที่ศึกษาด้วย

4.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย (Research Benefits) นำเสนอประโยชน์ที่ได้รับตามวัตถุประสงค์และแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์เชิงวิชาการและการนำไปปฏิบัติ

4.7 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Concepts, Theories, and Related Literatures) นำเสนอให้มีความสัมพันธ์กันของตัวแปรทุกตัวและต้องอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อนำไปสู่กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

4.8 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย (Conceptual Framework) นำเสนอให้ครอบคลุมและครบถ้วนทุกตัวแปรเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยอาจนำเสนอเป็นรูปภาพเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย

4.9 สมมุติฐานของการวิจัย (Hypotheses of the Rescarch (if any) นำเสนอถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เข้ากับคำตอบที่ผู้วิจัยคาดคะเน โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายสามารถสื่อความหมายได้โดยตรง

4.10 ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology) อธิบายวิธีดำเนินการวิจัย ประชากรและตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

4.11 ผลการวิจัย (Result) นำเสนอผลที่ได้จากการวิจัยเป็นขั้นตอนโดยสรุป

4.12 การอภิปรายผล (Discussion) เป็นการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ หรือสมมุติฐานที่ตั้งไว้

4.13 ข้อเสนอแนะ (Recommendation) เป็นข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ และข้อเสนอแนะสำหรับนำไปใช้ประโยชน์

4.14 การอ้างอิง (References) ใช้รูปแบบ APA Style (7th ed.) ดังนี้

4.14.1 การเรียงลำดับ ให้เรียงลำดับจากภาษาไทยก่อนภาษาอังกฤษ ก-ฮ และ A-Z

4.14.2 ชื่อผู้เขียน เอกสารภาษาไทยใช้ชื่อ นามสกุล เอกสารภาษาอังกฤษใช้นามสกุล และอักษรย่อตัวแรกของชื่อ

4.14.3 ปีที่พิมพ์ เอกสารภาษาไทยใช้ปี พ.ศ. เอกสารภาษาอังกฤษใช้ปี ค.ศ. ใส่ในวงเล็บ หากผู้เขียนคนเดียวกันเขียนเอกสารหลายเล่ม ให้เรียงลำดับปีที่พิมพ์จากน้อยไปหามาก

4.14.4 ชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวเอน กรณีเป็นเรื่องย่อยในหนังสือให้ระบุ “ใน หรือ In” ตามด้วยผู้แต่งและชื่อหนังสือ

4.14.5 สถานที่พิมพ์และสำนักพิมพ์ เป็นรูปแบบของเอกสารประเภทหนังสือ หรือตำรา กรณีประเภทบทความในวารสาร ให้ระบุชื่อบทความ ชื่อวารสาร ปีที่ ฉบับที่ และหมายเลขหน้าของบทความตั้งแต่นำหน้าแรกถึงหน้าสุดท้าย (การอ้างอิงในเนื้อหาให้ระบุเฉพาะหน้าที่ใช้อ้างอิง)

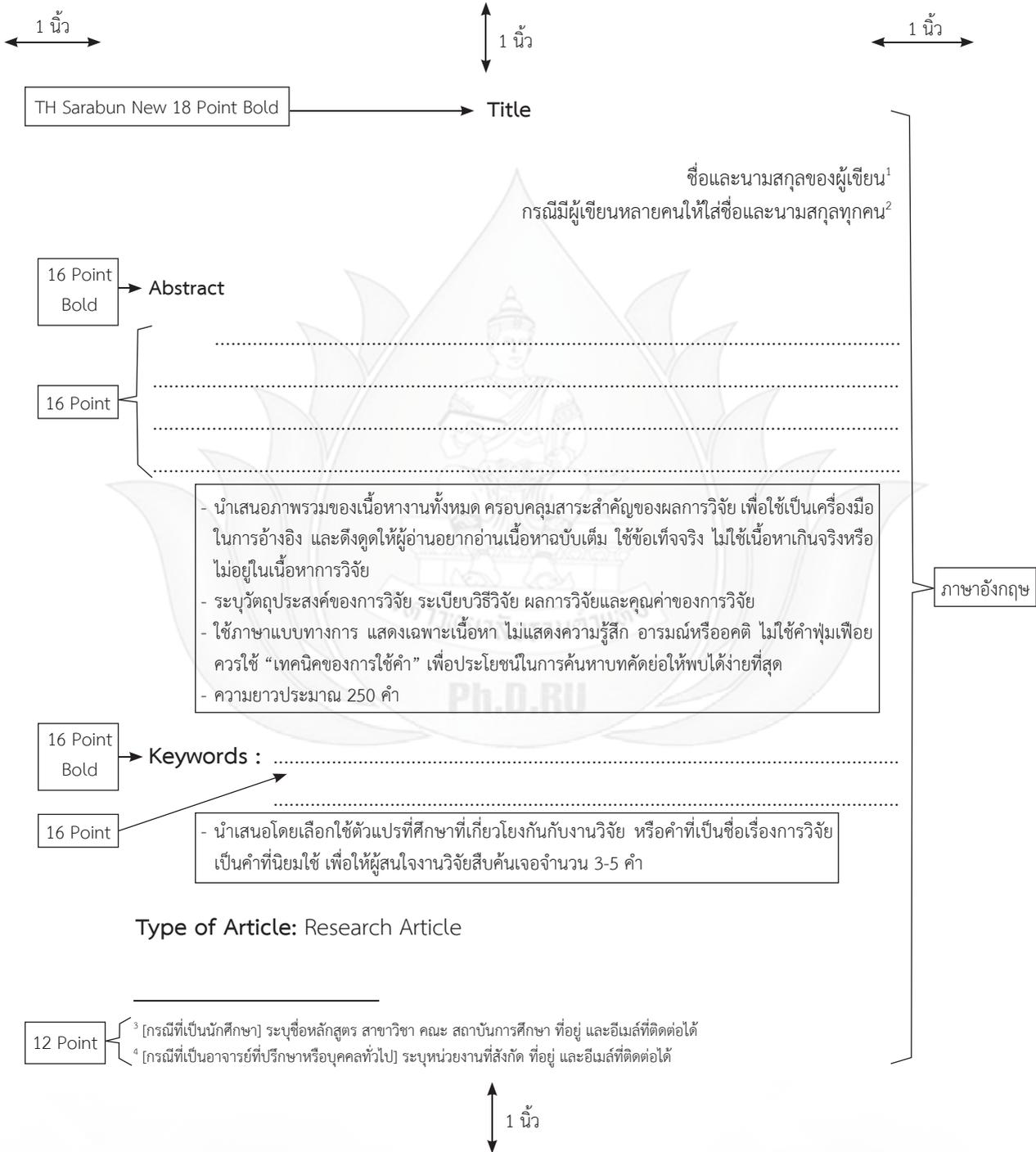
4.14.6 การอ้างอิง Website ให้ระบุชื่อผู้เขียน ชื่อเรื่อง และค้นจาก Website

5. การส่งบทความ ให้ส่งต้นฉบับบทความออนไลน์ (ไฟล์ Word) ไปที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/phdssj>

6. ค่าธรรมเนียมการส่งบทความ ชำระค่าธรรมเนียมบทความละ 5,000 บาท (ห้าพันบาทถ้วน) โดยการโอนเงินไปที่ ชื่อบัญชี สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่บัญชี 020036297552 ธนาคารออมสิน สาขารามคำแหง

หมายเหตุ วารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตีพิมพ์

ตัวอย่างการเขียนบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารคหฤภัณฑ์บัณฑิตทางสังคมศาสตร์



- นำเสนอภาพรวมของเนื้อหาทั้งหมด ครอบคลุมสาระสำคัญของผลการวิจัย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการอ้างอิง และดึงดูดให้ผู้อ่านอยากอ่านเนื้อหาฉบับเต็ม ใช้ข้อเท็จจริง ไม่ใช่เนื้อหาเกินจริงหรือไม่อยู่ในเนื้อหาการวิจัย

- ระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย ผลการวิจัยและคุณค่าของการวิจัย

- ใช้ภาษาแบบทางการ แสดงเฉพาะเนื้อหา ไม่แสดงความรู้สึก อารมณ์หรืออคติ ไม่ใช่คำฟุ่มเฟือย ควรใช้ “เทคนิคของการใช้คำ” เพื่อประโยชน์ในการค้นหาคำย่อให้พบได้ง่ายที่สุด

- ความยาวประมาณ 250 คำ

- นำเสนอโดยเลือกใช้ตัวแปรที่ศึกษาที่เกี่ยวข้องกันกับงานวิจัย หรือคำที่เป็นชื่อเรื่องการวิจัย เป็นคำที่นิยมใช้ เพื่อให้ผู้สนใจงานวิจัยสืบค้นเจอจำนวน 3-5 คำ

Type of Article: Research Article

³ [กรณีที่เป็นนักศึกษา] ระบุชื่อหลักสูตร สาขาวิชา คณะ สถาบันการศึกษา ที่อยู่ และอีเมลที่ติดต่อได้

⁴ [กรณีที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหรือบุคคลทั่วไป] ระบุหน่วยงานที่สังกัด ที่อยู่ และอีเมลที่ติดต่อได้

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

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, V. (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 สมาคมปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง